



**IMPLEMENTASI PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH
TABUNGAN SYARIAH UMUM DI BAITUL MAAL WAT TAMWIL USAHA
GABUNGAN TERPADU (BMT UGT) NUSANTARA KOTA PEKANBARU**

LAPORAN AKHIR

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Memenuhi Sebagian Syarat
Guna Memperoleh Gelar Ahli Madya (A.Md) Fakultas Syariah dan
Hukum



UIN SUSKA RIAU

Oleh:

Try Kurnia Ningsih
NIM : 01920620760

**PROGRAM STUDI D-III
PERBANKAN SYARIAH**

**FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN
SYARIF KASIM RIAU
2022 M/1443 H**

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.



PERSETUJUAN PEMBIMBING

Laporan akhir dengan judul **Implementasi Promosi Untuk Meningkatkan Jumlah Tabungan Umum Syariah di Baitul Mual Wat Tamwil Usaha Gabungan Terpadu (BMT UGT) Nusantara Kota Pekanbaru,** yang ditulis oleh:

Nama : Trykurnia Ningsih
 NIM : 01920620760
 Jurusan : D3 Perbankan Syariah

Dapat diterima dan disetujui dalam sidang Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 30 Maret 2022
 Pembimbing Laporan Tegas Akhir

Dr. Mohd. Yunus M. Ag
 Nip. 195912311987031037

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Diindungi 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 milik UIN Suska Riau

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **Implementasi Promosi Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Umum Syariah di BMT UGT Nusantara Kota Pekanbaru**, yang ditulis oleh

Nama : Try Kurnia Ningsih
 NIM : 01920620760
 Program Studi : Perbankan Syariah

Telah dimunaqasyahkan pada

Hari / Tanggal : Rabu / 30 Juli 2022
 Waktu : 13.30 WIB
 Tempat : Ruang Pertemuan (Gedung Dekanat Lantai 3)

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

Pekanbaru, 25 Juli 2022

TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua
Dr. Nornastrina, SE, M.Si

Secretaris
Desi Devrika Devra, S.HI, M.Si

Penguji I
Dr. Jenita, SE, MM

Penguji II
Dr. H. Heri Sunandar, M.CI.

Mengetahui,
 Dekan Fakultas Syariah dan Hukum



Dr. Zulfah, M.Ag
 NIP. 13210002005011005

- Hak Cipta Diindungi 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 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.

Sultan Syarif Kasim University of Sultan Syarif Kasim Riau



SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

: Try Kurnia Ningsih

: 01920620760

: Parit Jelutung, 15 Juli 2001

: Syariah dan Hukum

: D3 Perbankan Syariah

Tugas Akhir : Implementasi Promosi Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Bank Tabungan Syariah Umum di Baitul Maal Wat Tamwil Usaha Gabungan (BMT UGT) Nusantara Kota Pekanbaru

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa:

1. Penulisan Tugas Akhir dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu Tugas Akhir saya ini saya nyatakan bebas dari plagiat.
4. Apabila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Tugas Akhir saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Sehingga Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga

Pekanbaru, 11 Maret 2022



Try Kurnia Ningsih
NIM: 01920620760

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya dan menyalin dalam bentuk apa pun untuk kepentingan komersial tanpa izin tertulis dari Penerbit.
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak mengizinkan 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

Try Kurnia Ningsih, (2022)

Implementasi Promosi Untuk Meningkatkan Jumlah Tabungan Umum Syariah di BMT UGT (Baitul Maal Watt Tamwil Usaha Gabungan Terpadu) Nusantara Kota Pekanbaru

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh jumlah nasabah produk tabungan umum syariah di BMT UGT Nusantara yang terus mengalami peningkatan dari waktu ke waktu. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana implementasi promosi di BMT UGT Nusantara dalam mempromosikan produk-produknya khususnya pada produk tabungan syariah umum, serta kendala dan tantangan apa saja dalam mempromosikan produk tersebut.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Data yang diperoleh melalui dua sumber, yaitu data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dengan wawancara langsung dengan Kepala Cabang dan seorang AO SP BMT UGT Nusantara Kota Pekanbaru. Sedangkan data sekunder diperoleh dari sumber lain yang berkaitan dengan penelitian seperti buku, jurnal, artikel dan dokumen yang berkenaan dengan penelitian.

Setelah melakukan penelitian, secara umum dapat disimpulkan bahwa BMT UGT Nusantara dalam mengimplementasikan promosi menggunakan empat cara yaitu periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), publisitas (*publicity*) dan penjualan pribadi (*personal selling*). Faktor utama yang menjadi tantangan dalam mempromosikan produknya adalah karena banyak sekali berdiri lembaga-lembaga keuangan yang menawarkan produk yang sejenis dengan apa yang ditawarkan BMT UGT Nusantara.

Kata kunci: Implementasi, Produk Tabungan Umum Syariah.



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji serta syukur penulis ucapkan atas segala nikmat yang telah diberikan oleh Allah SWT. Karena telah memberikan kemampuan, kemudahan dan pertolongan-Nya hingga penulisan tugas akhir ini selesai. Tugas akhir ini berjudul

“IMPLEMENTASI PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH TABUNGAN SYARIAH UMUM DI BAITUL MAAL WAT TAMWIL USAHA GABUNGAN TERPADU (BMT UGT) NUSANTARA KOTA PEKANBARU”

Tugas akhir ini disusun untuk diajukan sebagai syarat guna memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md) pada Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Dalam penulisan mengalami banyak kesulitan, namun berkat bantuan dari beberapa pihak akhirnya kesulitan-kesulitan yang ada bisa teratasi dengan baik. Untuk itu dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Terkhusus dan teristimewa kepada kedua orang tua saya yaitu ayahanda tercinta Suroso, ibunda tersayang Sriatun, serta saudara kandung penulis, Isnanto Abadi, Agus Ari Bowo dan Wahyu Dery Wirawan yang telah memberikan dukungan baik material maupun non material kepada penulis, semoga Allah SWT senantiasa memberikan nikmat kesehatan dan nikmat umur yang panjang serta kiranya Allah SWT membalasnya dengan keberkahan.
2. Yang terhormat Bapak Prof. Dr. Khairunnas Rajab. M. Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Yang terhormat Bapak Dr. Zulkifli, M. Ag selaku Dekan Fakultas Syariah dan Hukum, bapak Dr. H. Erman Gani, M.Ag, selaku Wakil Dekan II dan Ibu Dr. Sofia Hardani, M.Ag, selaku Wakil Dekan III Fakultas Syariah dan Hukum.



4. Yang terhormat Ibu Dr. Nurnasrina, SE, M.Si selaku Ketua Jurusan DIII Perbankan Syariah. Dan yang terhormat Ibu Dr. Jenita, SE, M.M selalu Sekretaris Jurusan DIII Perbankan Syariah. Yang selalu memberikan arahan serta nasehat kepada penulis untuk menyelesaikan penulisan tugas akhir ini.
5. Yang terhormat Bapak Dr. Mohd Yunus M.Ag selaku dosen pembimbing penulis yang sudah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Yang terhormat Bapak Muh. Said, HM, Dr., H., M.A., M.M. selaku Dosen Penasihat Akademik.
7. Yang terhormat segenap civitas akademika kampus Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Terkhusus staf pengajar, karyawan dan seluruh mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum.
8. Yang terhormat staf Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
9. Yang terhormat bapak Gustriadi S.H selaku Kepala Cabang BMT UGT Nusantara Kota Pekanbaru yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian serta terimakasih telah memberikan ilmu, pengalaman dan wawasan kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan tugas akhir ini.
10. Terimakasih kepada Muhammad Hasbi Assiddiqi dan Tintus Fitri Fauziah, yang tidak hanya memberikan waktu, motivasi dan semangat kepada penulis, tetapi juga turut membantu, memfasilitasi serta menjadi tempat berkeluh kesah penulis dalam proses perkuliahan terutama dalam penyelesaian tugas akhir ini.
11. Yang terhormat keluarga besar Dewan Eksekutif Mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum (DEMA FSH) dan keluarga besar Himpunan Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah (HMPS PS) yang telah memberikan penulis begitu banyak ilmu dan pengalaman yang sangat bermanfaat serta menjadi keluarga selama di perantauan.

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.



Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih dan mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kekurangan. Penulis menyadari bahwa laporan tugas akhir yang penulis buat masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis mengharap kritik dan saran yang membangun untuk seluruh pihak demi kesempurnaan tugas akhir ini dan semoga bisa bermanfaat bagi pembaca dan pihak-pihak yang membutuhkan.

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.

Pekanbaru, 26 Maret 2022

Penulis,

TRY KURNIA NINGSIH

01920620760



DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah	8
C. Rumusan Masalah.....	8
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	9
E. Sistematika Penulisan	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
A. Kerangka Teoritis	12
B. Penelitian Terdahulu.....	23
BAB III METODE PENELITIAN	25
A. Jenis Penelitian	25
B. Pendekatan Penelitian.....	25
C. Lokasi Penelitian	26
D. <i>Key Informan</i>	26
E. Sumber Data	26
F. Teknik Pengumpulan Data	26
G. Teknik Analisis Data	28
BAB IV PEMBAHASAN HASIL DATA PENELITIAN	29
A. Iplementasi Promosi untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Umum Syariah di Baitul Maal Wat Tamwil Usaha Gabungan Terpadu (BMT UGT) Nusantara Kota Pekanbaru	29
B. Tantangan atau Kendala BMT UGT Nusantara Kota Pekanbaru dalam Mempromosikan Produk Tabungan Umum Syariah	40
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	43
A. Kesimpulan.....	43

B. Saran43

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

Hak Cipta
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

Islam merupakan sebuah kepercayaan dan pedoman hidup yang menyeluruh. Islam adalah agama yang lengkap dalam memberikan tuntunan bagi kehidupan manusia. Oleh karena itulah banyak tuduhan-tuduhan yang muncul bahwa Islam adalah agama penghambat kemajuan dan perkembangan ekonomi. Hal ini tentunya sangat bertentangan, melihat dari peranan positif yang dibawa oleh Islam dimasa kejayaan pemerintahan Islam di zaman dahulu yang mengimplementasikan nilai dan prinsip dasar syariat Islam bagi perkembangan peradaban umat manusia.

Indonesia sebagai negara dengan umat Islam terbesar di dunia mengalami hal yang sama. Karena itulah akhir-akhir ini di negara kita semakin banyak berkembang paham yang selalu berusaha memisahkan antara kehidupan agama yang dianut oleh masing-masing individu dengan kehidupan manusia sehari-hari, baik dalam hal politik, budaya, maupun ekonomi (muamalah).¹

Usaha manusia dalam rangka mewujudkan kesejahteraan hidup umat di muka bumi ini sangat berkaitan dengan kegiatan ekonomi. Dalam pandangan Islam, kegiatan ekonomi yang sesuai dan dianjurkan adalah melalui kegiatan bisnis dan juga investasi. Beberapa perintah dalam dua hal tersebut disampaikan secara eksplisit dan juga implisit dalam kitab suci Al-Qur'an dan juga Sunnah Rasulullah SAW. Sistem ekonomi yang dikembangkan oleh Islam memiliki tujuan untuk mewujudkan tingkat pertumbuhan ekonomi umat manusia dalam jangka panjang dan juga dalam rangka memaksimalkan tingkat kesejahteraan umat manusia. Sistem keuangan Islam sebagai bagian dari sistem

¹ Nurul Huda dan Mohamad Heykal, *Lembaga Keuangan Syariah Tinjauan Teoretis dan Praktis*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), cet. ke-1, h. 23.



ekonomi Islam tentunya mengemban amanat yang sama dengan apa yang diharapkan terwujud dalam konsep sistem ekonomi Islam.²

Islam mengajarkan nilai-nilai dasar ekonomi, seperti keseimbangan, kesatuan, tanggung jawab, dan keadilan, tetapi juga memuat keseluruhan nilai yang fundamental serta norma-norma yang substansial agar dapat diterapkan dalam operasional lembaga ekonomi Islam di masyarakat.³

Sistem ekonomi Islam mengutamakan aspek hukum dan etika, yakni adanya keharusan menerapkan prinsip-prinsip hukum dan etika bisnis yang Islami, antara lain prinsip ibadah (*at-tauhid*), persamaan (*al-musawat*), kebebasan (*al-hurriyat*), keadilan (*al-'adl*), tolong menolong (*at-ta'awun*), dan toleransi (*at-tasamuh*).⁴ Prinsip-prinsip tersebut merupakan pijakan dasar dalam sistem ekonomi Islam, sedangkan etika bisnis mengatur aspek hukum kepemilikan, pengelolaan dan pendistribusian harta, yakni menolak monopoli, eksploitasi, dan diskriminasi serta menuntut keseimbangan antara hak dan kewajiban.⁵ Prinsip *Ta'awun* atau tolong menolong yang dijalankan dalam ekonomi syariah tidak hanya tolong menolong sesama ummat ketika di dunia, tetapi juga sampai ke akhirat.

Prinsip-prinsip dan etika bisnis tersebut kini menjadikan landasan operasional lembaga-lembaga keuangan syariah dan etika bisnis tersebut diimplementasikan dalam berbagai produk jasa dan layanan lembaga keuangan syariah yang menggunakan

² *Ibid.*

³ *Ibid.*

⁴ *Ibid.*, h. 24

⁵ Ahmad Hasan Ridwan, *Manajemen Baitul Mal Wa Tamwil*, (Jawa Barat: CV Pustaka Setia, 2013), cet. ke-1, h. 6.



mekanisme bagi hasil (*profit sharing*) dimana keuntungan dan kerugian ditanggung bersama-sama oleh pemilik modal (*shahibul maal*) dan pengelola modal (*mudharib*).

Oleh karena itu, masyarakat akan memperoleh berbagai keuntungan dari jasa dan layanan lembaga keuangan syariah, antara lain⁶:

1. Adanya jaminan keuntungan hasil investasi yang jelas, terukur, dan rasional;
2. Adanya jaminan aspek hukum dan keamanan investasi;
3. Transaksi dapat dilakukan dalam rentang waktu jangka pendek dan jangka panjang;
4. Terhindar dari praktik-praktik bisnis yang monopolistik, eksplitatif, dan diskriminatif;
5. Adanya jaminan kesetaraan hak dan kewajiban antara jaminan kesetaraan hak dan kewajiban antara pihak-pihak yang melakukan transaksi.

Kelebihan utama praktik bagi hasil tidak didasarkan pada ketentuan yang kaku, tetapi bersifat kondisional dalam membagi keuntungan antara pihak yang melakukan transaksi. Kedua belah pihak dapat saling berbagi keuntungan dan kerugian berdasarkan pertimbangan kelayakan rasionalitas.

Atas dasar itu, ekonomi Islam memberikan solusi bagi perbaikan ekonomi Islam dengan ditandai munculnya lembaga keuangan syariah baru di seluruh wilayah Indonesia, baik itu lembaga perbankan maupun lembaga non bank, Lembaga keuangan yang memiliki skala kecilpun mulai ikut berkembang seperti halnya *Baitul Maal Wat Tamwil* (BMT).⁷

Sejak tujuh tahun lamanya, Indonesia mengalami krisis ekonomi moneter pada akhir tahun 1997, peranan Baitul Mal Wa Tamwil (BMT) tersebut sangat penting dalam

⁶ *Ibid.*, h. 7

⁷ *Ibid.*



membantu kalangan usaha kecil dan menengah. Peranan BMT tersebut sangat penting dalam membangun kembali iklim usaha yang sehat di Indonesia. Bahkan, ketika terjadi krisis ekonomi dan moneter, BMT sering melakukan observasi dan supervisi ke berbagai lapisan masyarakat untuk menelaah bagi terbukanya peluang kemitraan usaha. Hal tersebut ditujukan untuk membangkitkan kembali sektor riil yang banyak digeluti oleh kalangan usaha kecil dan menengah serta untuk memperbaiki kesejahteraan ekonomi masyarakat secara keseluruhan.⁸

Berdirinya lembaga keuangan syariah sejenis *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) di Indonesia merupakan jawaban terhadap tuntutan dan kebutuhan kalangan umat muslim. Kehadiran BMT muncul pada saat umat Islam mengharapkan adanya lembaga keuangan yang menggunakan prinsip-prinsip syariah dan bebas dari unsur riba yang hukumnya haram.

Salah satu BMT yang mengalami pertumbuhan dan perkembangan adalah BMT UGT Nusantara Kota Pekanbaru. BMT UGT Nusantara merupakan salah satu lembaga keuangan syariah yang bersifat non bank yang menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali ke masyarakat yang membutuhkan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Prinsip syariah adalah prinsip hukum Islam dalam kegiatan perbankan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa di bidang syariah.

Berdirinya BMT UGT Nusantara Kota Pekanbaru ini pada awal tahun 2013 diwaktu maraknya praktek-praktek rentenir di Kota Pekanbaru. BMT UGT Nusantara Kota Pekanbaru adalah salah satu cabang dari BMT UGT Nusantara yang berpusat di kota Sidogiri, Jawa Timur. BMT UGT Nusantara awalnya bernama BMT UGT Sidogiri

⁸ *Ibid.*, h.34



kemudian di ubah namanya menjadi BMT UGT Nusantara dengan alasan BMT UGT sudah menyebar luas hampir di seluruh penjuru Nusantara Indonesia.⁹

Terdapat dua macam produk di BMT UGT Nusantara Kota Pekanbaru yaitu produk simpanan dan produk pembiayaan. Pada produk simpanan terbagi lagi menjadi beberapa produk yakni produk Tabungan Umum Syariah, Tabungan Haji Al-Haromain, Tabungan Umrah Al-Hasanah, Tabungan Idul Fitri, Tabungan Qurban, Tabungan Lembaga Peduli Siswa, Tabungan Mudharabah (MDA) Berjangka, dan Tabungan Mudharabah (MDA) Berjangka Plus. Adapun produk pembiayaan meliputi produk UGT GES (Usaha Gabungan Terpadu Gadai Emas Syariah), UGT MUB (Usaha Gabungan Terpadu Modal Usaha Barokah), UGT MTA (Usaha Gabungan Terpadu Multiguna Tanpa Agunan), UGT KBB (Usaha Gabungan Terpadu Kendaraan Bermotor Barokah), UGT PBE (Usaha Gabungan Terpadu Pembelian Barang Elektronik), dan UGT PKH (Usaha Gabungan Terpadu Pembiayaan Kafalah Haji).¹⁰ Dari seluruh produk yang ada di BMT UGT Nusantara, ada satu produk yang paling banyak jumlah nasabahnya atau dengan kata lain banyak diminati masyarakat yaitu produk tabungan umum syariah.

Tabungan syariah adalah tabungan yang dijalankan berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Dalam hal ini, Dewan Syariah Nasional telah mengeluarkan fatwa yang menyatakan bahwa tabungan yang dibenarkan adalah tabungan yang berdasarkan prinsip-prinsip *wadiah* dan *mudharabah*.¹¹ Tabungan syariah juga sebagai alternatif bagi kita untuk menyimpan uang selain di tabungan konvensional. Sifatnya menjadi urgen saat ini kita ingin simpanan yang bebas riba.¹² Produk Tabungan Umum Syariah BMT UGT

⁹ Gutriadi SH, Kepala Cabang BMT UGT Nusantara Kota Pekanbaru, wawancara, Pekanbaru 17 Maret 2022.

¹⁰ *Ibid.*

¹¹ Adiwirman A. Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2016), cet. ke-12, h.357.

¹² Dzulfikar, "Tabungan Syariah", artikel dari <https://lifepal.co.id/media/tabungan-syariah/>. Diakses pada 18 Januari 2022



Nusantara adalah tabungan yang paling banyak diminati nasabah, hal ini dibuktikan dengan jumlah nasabah pada tabungan umum syariah ini yang paling banyak dibanding produk-produk yang lain, baik itu pada produk simpanan maupun produk pembiayaan. Hal ini dikarenakan tabungan umum syariah setoran dan penarikannya dapat dilakukan kapan saja tanpa adanya jangka waktu yang di tentukan.

Dalam syari'ah marketing, perusahaan tidak hanya berorientasi pada keuntungan semata, namun turut pula berorientasi pada tujuan lainnya yaitu keberkahan.¹³ Promosi merupakan alat penyebaran tentang keberadaan suatu produk dari suatu lembaga, tanpa promosi produk kurang mendapat perhatian dari konsumennya, atau bahkan konsumen tidak tahu menahu tentang produk tersebut. Sejatinya fungsi promosi adalah untuk memperkenalkan, memberitahukan, maupun membujuk konsumen agar bersedia membeli produk.

BMT UGT Nusantara Kota Pekanbaru di dalam operasionalnya sudah menggunakan aplikasi yang bernama *UGT Mobile* yang mana setiap nasabah yang menggunakan aplikasi *UGT Mobile* bisa mengecek saldo dengan mudah, membeli token listrik dan masih banyak kemudahan lainnya yang ditawarkan sehingga nasabah di BMT UGT Nusantara bisa lebih mudah dalam bertransaksi. Didalam penggunaan aplikasi juga termasuk salah satu bentuk usaha dari BMT UGT Nusantara untuk mendapatkan kepercayaan nasabah ke BMT. Meskipun begitu BMT UGT Nusantara Kota Pekanbaru tidak meninggalkan sistem manual, yaitu dengan cara menjemput uang angsuran nasabah ke pasar dan lingkungan sekitar di rumah-rumah orang yang menjadi nasabah di BMT UGT Nusantara.

¹³ Nur Rianto Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2010), cet. ke-1, h.19.



Dalam memajukan usahanya, salah satu bentuk usahanya adalah dengan melakukan kegiatan promosi terhadap calon nasabahnya dengan sebaik mungkin agar calon nasabahnya tertarik terhadap produk yang ditawarkan.¹⁴ Apalagi ditengah persaingan yang meningkat ini, mau tidak mau BMT UGT Nusantara harus memiliki strategi yang tepat untuk dapat mencapai tujuan lembaga. Setiap BMT harus mengatur strategi promosi yang sesuai dari sudut pandang posisi industri dan tujuan, peluang, keahlian serta sumber dayanya. Oleh karena itu, sangat diperlukan strategi promosi yang efektif dan efisien, khususnya pada BMT UGT Nusantara Kota Pekanbaru agar masyarakat di sekitar kota Pekanbaru bisa mengenal, memahami dan tertarik terhadap produk-produk yang ditawarkan, sehingga hal tersebut akan berdampak pada peningkatan jumlah nasabah di BMT UGT Nusantara Kota Pekanbaru.

Dari awal beridiri pada tahun 2013 sampai sekarang, BMT UGT Nusantara menerapkan promosi dengan sarana penjualan tatap muka, sedangkan sarana-sarana yang lain seperti periklanan, promosi penjualan, dan publisitas hanya sebagai sarana penunjang dari penjualan tatap muka. Jumlah nasabah yang aktif bertransaksi di BMT UGT Nusantara Kota Pekanbaru dari awal berdiri sampai dengan sekarang berjumlah sekitar empat ribu (4000) nasabah.

Pentingnya kegiatan promosi sangat memperngaruhi perkembangan di BMT UGT Nusantara Kota Pekanbaru untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat antar lembaga keuangan. Dengan mengimplementasikan strategi promosi yang baik merupakan sebuah bentuk upaya dalam mempertahankan usaha dalam rangka menghadapi persaingan dengan cara meningkatkan minat nasabah terhadap produk-produk yang tersedia di BMT UGT Nusantara Kota Pekanbaru.

¹⁴ *Ibid.*



Berdasarkan latar belakang dan permasalahan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang ”Implementasi Promosi untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Umum Syariah di Baitul Maal Wat Usaha Gabungan Terpadu (BMT UGT) Nusantara Kota Pekanbaru”.

B. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah maka perlu batasan masalah yang akan diteliti. Dalam hal ini penulis hanya akan membahas implementasi promosi untuk meningkatkan jumlah nasabah dan kendala atau tantangan dalam mempromosikan produk tabungan syariah umum di BMT UGT Nusantara Kota Pekanbaru.

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana implementasi promosi untuk meningkatkan jumlah nasabah Produk Tabungan umum syariah di BMT UGT Nusantara Kota Pekanbaru?
2. Apa saja kendala dalam meningkatkan jumlah nasabah Produk Tabungan Umum Syariah di BMT UGT Nusantara Kota Pekanbaru?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan
 - a. Untuk mengetahui implementasi promosi untuk meningkatkan jumlah nasabah Produk Tabungan umum syariah di BMT UGT Nusantara Kota Pekanbaru
 - b. Untuk mengetahui kendala dalam meningkatkan jumlah nasabah Produk Tabungan Umum Syariah di BMT UGT Nusantara Kota Pekanbaru
2. Manfaat Penelitian
 - a. 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.

Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat menambah wawasan keilmuan dan untuk menerapkan ilmu yang di dapat di bangku kuliah ke dalam kehidupan masyarakat.

b. Bagi mahasiswa

Menambah wawasan tentang bagaimana strategi yang efektif dalam memasarkan produk tabungan syariah umum di BMT UGT Nusantara Kota Pekanbaru.

c. Bagi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Menambah referensi dan informasi bagi mahasiswa khususnya mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau program studi DIII Perbankan Syariah.

d. Bagi BMT UGT Nusantara Kota Pekanbaru

1) Dapat digunakan sebagai salah satu bahan evaluasi untuk BMT UGT Nusantara Kota Pekanbaru supaya kedepannya lebih berkembang lagi.

2) Dapat mempererat silaturahmi dan kerjasama yang baik antara mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan BMT UGT Nusantara Kota Pekanbaru.

E. Sistematika Penulisan

Agar mendapatkan gambaran yang jelas dalam penulisan penelitian ini, penulis menyusun sistematikanya sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN pada bab ini terdiri dari Latar Belakang Masalah, Batasan Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian dan sistematika Penulisan



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA Pada bab ini membahas tentang Kerangka Teori meliputi Pengertian Baitul Maal Wat Tamwil (BMT), Produk Tabungan Syariah, Strategi Pemasaran, Strategi Promosi, Penelitian Terdahulu.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN pada bab ini terdiri dari Jenis Penelitian, Lokasi Penelitian, Populasi dan Sampel, Sumber Data, Teknik Pengumpulan Data dan Teknik Analisa Data.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN pada bab ini membahas tentang Implementasi Promosi untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Umum Syariah di BMT UGT Nusantara Kota Pekanbaru, dan tantangan atau kendala BMT UGT Nusantara dalam Mempromosikan Produk Tabungan Umum Syariah.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN Pada bab ini terdiri dari Kesimpulan dan Saran.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kerangka Teoritis

1. *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT)

a. Pengertian *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT)

Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) yaitu lembaga keuangan mikro yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Dengan kegiatan mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas kegiatan ekonomi pengusaha kecil ke bawah dan kecil dengan antara lain untuk meningkatkan kualitas kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonominya, selain itu, BMT juga bisa menerima titipan zakat, infaq dan sadaqah, serta penyalurannya sesuai dengan peraturan dan amanatnya.¹⁵

Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) terdiri dari dua istilah yaitu *Baitul Maal* dan *Baitul Tamwil*. *Baitul Maal* lebih mengarah pada usaha-usaha pengumpulan dan penyaluran dana yang non-profit, seperti zakat, infaq dan sadaqah. Sedangkan *Baitul Tamwil* sebagai usaha pengumpulan dan penyaluran dana komersial. Usaha-usaha tersebut menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari BMT sebagai lembaga pendukung kegiatan ekonomi masyarakat kecil yang berlandaskan syariah.¹⁶

¹⁵ Andi Soemitra, *Bank & Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2009), cet. ke-1, h. 451.

¹⁶ Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah Deskripsi dan Ilustrasi*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2004), cet. ke-2, h. 96.

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 adalah suatu lembaga yang didalamnya mencakup dua jenis kegiatan sekaligus yaitu: ¹⁷

- a. Kegiatan mengumpulkan dana dari berbagai sumber, seperti zakat, infaq dan sadaqah yang dapat dibagikan atau disalurkan kepada yang berhak menerimanya untuk mengatasi kemiskinan.
- b. Kegiatan produktif dalam rangka menciptakan nilai tambah baru dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang bersumber daya manusia.

Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) pada dasarnya merupakan pengembangan dari konsep ekonomi dalam islam terutama dalam bidang keuangan. Istilah BMT adalah penggabungan dari *baitul mal* dan *baitut tamwil*. Baitul mal adalah lembaga keuangan yang kegiatannya mengelola dana yang bersifat nirlaba (sosial). Sumber dana diperoleh dari zakat, infak, dan sedekah, atau sumber lain yang halal. Kemudian, dana tersebut disalurkan kepada mustahik, yang berhak, atau untuk kebaikan. Adapun baitut tamwil adalah lembaga keuangan yang kegiatannya adalah menghimpun dana menyalurkan dana masyarakat dan bersifat *profit motive*.¹⁸ *Baitul Maal Wa Tamwil* menghimpun dana dari masyarakat atau pihak ketiga dan penyalurannya dalam bentuk pembiayaan atau investasi yang dilakukan berdasarkan prinsip syariat islam.

Dalam perkembangannya, selain bergerak di bidang keuangan, BMT juga melakukan kegiatan di sektor riil Ada tiga jenis aktivitas yang dijalankan BMT, yaitu jasa keuangan; sosial atau pengelolaan zakat, infak, dan sedekah

¹⁷ Andi Soemitra, *op. cit.*, h. 452.

¹⁸ Hertanto Widodo dkk, *Panduan Praktis Operasional Baitul Maal Wa Tamwil (BMT)*, (Bandung: Penerbit Mizan, 1999) , cet. ke-1, h. 81.

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.

(ZIS); serta sektor riil. Dilihat dari ketiga jenis aktivitas yang dijalankan BMT, bisa disimpulkan bahwa BMT menggabungkan dua kegiatan yang sifatnya berbeda di dalam satu lembaga yakni laba dan nirlaba. Masing-masing lembaga memiliki kekhasannya tersendiri, dan setiap aktivitasnya juga terpisah. Artinya pengelolaan dana ZIS, jasa keuangan, dan sektor riil tidak bercampur satu sama lain. Penilaian kinerjanya juga dipisahkan sebelum menilai kinerja BMT secara keseluruhan.¹⁹

b. Produk Penghimpunan Dana

BMT menghimpun dana dalam jumlah yang terbatas. Untuk itu, BMT harus mampu mengidentifikasi berbagai sumber dana kemudian mengemasnya menjadi berbagai produk yang bernilai jual. Dalam penghimpunan dana ini, harus menggunakan akad titipan (*wadi'ah*); investasi (*mudharabah mutlaqah*) atau (*mudharabah muqayyadah*) dan akad sosial dalam bentuk zakat, infak, sedekah, wakaf tunai, serta hibah.²⁰

Akad *wadi'ah* bisa diartikan sebagai dana titipan dari pihak satu ke pihak yang lain baik itu individu maupun badan hukum, yang tentunya harus dijaga dan dikembalikan kapan saja apa bila pihak penitip menghendaknya. akad *wadi'ah* bisa juga diartikan akad seseorang kepada pihak lain dengan menitipkan suatu barang untuk dijaga yang apabila terjadi kerusakan atau kehilangan disebabkan karena kelalaian si penerima titipan maka pihak penerima titipan wajib menggantinya. Oleh karena itu, akad *wadi'ah* sangat mengandung unsur amanat atau kepercayaan.

¹⁹ *Ibid.*

²⁰ Nurul Huda dkk, *Baitul Mal Wa Tamwil* (Jakarta: Amzah, 2016), cet. ke-1, h. 71.



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.

Berikut dasar hukum akad *wadi'ah* yang artinya : “Dan jika kamu dalam perjalanan sedang kamu tidak mendapatkan seorang penulis maka hendaklah ada barang jaminan yang dipegang. Tetapi, jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (utangnya) dan hendaklah dia bertakwa kepada Allah SWT, Tuhannya dan janganlah kamu menyembunyikan kesaksian, karena barangsiapa menyembunyikannya, sungguh, hatinya kotor (berdosa). Allah maha mengetahui apa yang kamu kerjakan”. (Q.S al-Baqarah (2) ; 283).²¹

Prinsip penghimpunan kedua adalah *mudharabah*. Dimana pihak BMT bertindak sebagai pengelola usaha (*mudharib*) sedangkan pihak penyimpan atau nasabah bertindak sebagai pengelola usaha (*shahibul maal*). Dana yang terkumpul di BMT dengan prinsip *muharabah* ini akan dimanfaatkan dan digunakan untuk penyaluran pembiayaan, baik itu penyaluran dalam bentuk jual beli (*murabahah*) dan dalam bentuk jasa (*ijarah*).

Dana dari penghimpunan *mudharabah* dapat dimanfaatkan oleh pihak BMT untuk melakukan pembiayaan dengan prinsip *mudharabah* pula, dimana hasil usaha yang dilakukan akan dibagi berdasarkan nisbah yang telah di sepakati. Apabila BMT menggunakan dana yang dihimpunnya juga dalam pembiayaan *Mudharabah*, pihak BMT bertanggung jawab terhadap kemungkinan kerugian yang akan terjadi.²²

²¹ Departemen RI, “*al-Quran dan Terjemahannya*” (Bandung: Sygma Examedia Arkanleema, 2009), h. 283.

²² Nurul Huda dkk, *op. cit.*, h. 22.

2. Produk Tabungan Syariah

Pada prinsipnya produk adalah suatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk dimiliki atau dikonsumsi sesuai dengan keinginan dan kebutuhan. Bentuk-bentuk produk dalam arti luas mencakup benda-benda fisik, jasa, tempat, organisasi, dan gagasan.²³ Tabungan merupakan jenis simpanan yang sangat populer dilapisi masyarakat umum, mulai dari masyarakat kota sampai pedesaan. Pada awalnya menabung masih secara sederhana, menyimpan di dalam celengan dan disimpan di rumah, namun faktor resiko menyimpan uang di rumah begitu besar seperti resiko kehilangan dan kerusakan.

3. Pemasaran

a. Pengertian Pemasaran

Pemasaran adalah kegiatan yang bisa mempercepat perpindahan barang dan jasa dari sentra produsen ke sentra konsumen, yaitu semua yang berkaitan dengan iklan, distribusi, perdagangan, rencana produk, promosi, publisitas, penelitian dan pengembangan, penjualan, pengangkutan, serta Pemasaran syariah sendiri menurut definisi adalah penerapan suatu disiplin bisnis strategis yang sesuai dengan nilai dan prinsip syariah.²⁴

Pemasaran syariah merupakan prinsip pemasaran yang dijalankan oleh Nabi Muhammad SAW. Yaitu adanya keterbukaan atau transparansi, sehingga konsumen membeli karena memang butuh sesuai dengan keinginan dan kebutuhan, bukan karena iming-iming hadiah belaka. Seorang pemasar syariah harus bisa memposisikan dirinya untuk tidak hanya

²³ Rika Ampuh Hadiguna, *Manajemen Pabrik*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009), cet. ke-1, h. 56.

²⁴ Nur Rianto Arif, *op.cit.* h. 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 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.

sebagai representasi dari perusahaan namun turut sebagai pendakwah dalam mengembangkan ekonomi syariah.

b. Pengertian Strategi

Pemasaran adalah kegiatan menyeluruh dan terencana yang dilakukan oleh suatu perusahaan atau institusi dalam melakukan berbagai upaya agar mampu memenuhi permintaan pasar.²⁵ strategi adalah suatu kegiatan atau rencana yang dibuat oleh suatu kegiatan atau rencana yang dibuat oleh suatu organisasi atau perusahaan, yang bertujuan untuk mencapai tujuan utama yang dihubungkan dengan keunggulan perusahaan melalui pelaksanaan yang tepat yang dilakukan oleh organisasi.

c. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran merupakan bagian integral dari strategi bisnis yang memberikan arah pada semua fungsi manajemen suatu organisasi bisnis. Dengan adanya strategi pemasaran, maka implementasi program dalam mencapai tujuan organisasi dapat dilakukan secara aktif, sadar dan rasional.²⁶

Adapun konsep yang mendasar dari suatu strategi pemasaran yaitu

1) Segmentasi pasar

Dalam kegiatan bisnis, segmentasi pasar digunakan untuk memilih pasar sasaran, mencari peluang, merumuskan pesan, komunikasi, melayani lebih baik, menganalisis perilaku konsumen,

²⁵ “Pemasaran”, artikel dari <https://kamus.tokopedia.com/p/pemasaran/>. Diakses pada 29 Februari 2022.

²⁶ Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah: Cara Jitu Meningkatkan Pertumbuhan Pasar Bank Syariah*, (Bogor : Ghalia Indonesia, 2010), cet. ke-1, h. 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 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.

mendesain produk dan lain-lain.²⁷ Selain sebagai kegiatan bisnis, segmentasi pasar dapat digunakan untuk memasyarakatkan suatu undang-undang baru, melakukan kampanye sosial, menyampaikan pesan politik dan sebagainya.

Segmentasi pasar adalah proses mengelompokkan pasar keseluruhan yang heterogen menjadi kelompok-kelompok atau segmen-segmen yang memiliki kesamaan dalam kebutuhan, keinginan dan perilaku terhadap program pemasaran spesifik²⁸. Secara sederhana penting segmentasi dapat diartikan segmentasi memiliki peranan yang sangat penting dalam sebuah perusahaan karena segmentasi memungkinkan perusahaan lebih fokus dalam mengalokasikan sumber daya. Selain itu segmentasi memungkinkan perusahaan mendapatkan gambaran yang jelas untuk menentukan posisi pasar perusahaan. Segmentasi juga merupakan faktor untuk mengalahkan pesaing, dengan memandang pasar dari sudut yang unik dan cara yang berbeda dari yang dilakukan pesaing.

2) Targeting

Setelah perusahaan mengidentifikasi peluang segmen pasar, selanjutnya adalah mengevaluasi beragam segmen tersebut untuk memutuskan segmen mana yang menjadi target market. Market adalah sekumpulan nasabah yang dituju yang akan dilayani dengan program

²⁷ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013), cet. ke-16, h. 168.

²⁸ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan dan penelitian*, (Yogyakarta: Andi, 2014), cet. ke-1, h. 78.

Hak Cipta Diindungi 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.

pemasaran tertentu.²⁹ Targeting ialah suatu proses penyeleksian produk barang, jasa atau pelayanan terbaik dengan tujuan bisa mencapai keberhasilan perusahaan.

3) Positioning

Penentuan posisi bukan merupakan sesuatu yang dilakukan terhadap produk, tetapi sesuatu yang anda lakukan terhadap otak calon pelanggan.³⁰ Positioning juga sebagai elemen yang sangat utama dalam strategi pemasaran karena positioning merupakan tindakan merancang penawaran dan citra perusahaan sehingga menempati suatu posisi kompetitif yang berarti dan berada dalam pikiran pelanggan targetnya

4) Taktik pemasaran

Ada tiga segmen elemen taktik pemasaran yaitu:

a. Diferensiasi

Dalam strategi diferensiasi, perusahaan berusaha menjadi unik dalam industrinya dalam sejumlah dimensi tertentu yang secara umum dihargai pembeli.³¹ Perusahaan memilih satu atau beberapa atribut yang dipandang penting bagi pembeli dalam industri dan menempatkan dirinya secara unik untuk memenuhi kebutuhan ini.

b. Bauran pemasaran

Untuk membuat diferensiasi tersebut efektif, perusahaan harus mengembangkan suatu bauran pemasaran yang tepat. Bauran pemasaran harus memperhatikan nilai kehalalan dan bermanfaat serta hubungan dengan kehidupan manusia, harga dalam penentuannya

²⁹ Herry Sutanto dan Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013), cet. ke-2, h. 232.

³⁰ *Ibid.* h. 23.

³¹ Nur Rianto al-Arif, *op.cit.* h. 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 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.

didasarkan atas mekanisme pasar yang ditentukan berdasarkan kekuatan permintaan dan penawaran, tempat yang mudah terjangkau dan dilihat akan memudahkan bagi konsumen untuk mengetahui dan memahami dari suatu produk jasa yang ditawarkan, promosi merupakan kegiatan marketing mix yang terakhir.³² Dalam kegiatan ini setiap perusahaan berusaha mempromosikan seluruh produk atau jasa yang dimilikinya baik secara langsung maupun secara tidak langsung.

c. Penjualan

Penjualan adalah suatu akad penyerahan suatu barang atau jasa dari penjual ke pembeli dengan harga yang disepakati atas dasar sukarela (a'taradhim), tanpa paksaan dan tipuan.³³

4. Strategi Promosi

a. Pengertian Strategi Promosi

Dalam perananan strategisnya, promosi mencakup setiap usaha untuk mencapai kesesuaian antara lembaga dengan lingkungannya dalam rangka mencari pemecahan atas masalah penentuan dua pertimbangan pokok yaitu pertama; bisnis yang digeluti pada saat ini adalah bisnis apa yang dapat dimasuki di masa mendatang. Kedua; bagaimana bisnis yang telah dipilih tersebut dapat dijalankan dengan sukses dalam lingkungan yang kompetitif atas dasar perspektif produk, harga promosi dan distribusi (bauran pemasaran) untuk melayani pasar sasaran.

³² Nur Rianto al-Arif, *op.cit.* h. 21.

³³ Hendra Fitri, "Efektifitas Strategi Pemasaran Produk Baitul Maal Wattamwil Septa Bina Usaha Pekanbaru Dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif", (Skripsi: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim, 2011), h.31.

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.

Struktur manajemen promosi strategis menggambarkan masukan yang digunakan perusahaan untuk mengidentifikasi dan memilih strategi. Masukan tersebut diperoleh melalui analisis lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Kekuatan-kekuatan lingkungan makro yang utama meliputi demografi, teknologi, politik, hukum dan sosial budaya yang mempengaruhi usaha.

b. Sarana Promosi

Promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabah. Setidaknya, ada empat macam sarana promosi yang digunakan oleh setiap pengusaha dalam mempromosikan produknya maupun jasa.³⁴ Empat macam sarana promosi yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Periklanan (*advertising*)

Iklan dipasang di banyak sekali media, seperti:

- a. Pencetakan brosur yang ditempel dan disebar di setiap sentra perbelanjaan atau tempat-tempat strategis yang banyak dikunjungi orang.
- b. Pemasangan spanduk di jalan, daerah atau lokasi yang dianggap strategis.
- c. Pemasangan iklan melalui media cetak, berupa koran, majalah, tabloid, buku, dan lainnya.
- d. Pemasangan iklan melalui media elektronik. Seperti televisi, internet, radio, film, dan lainnya.

2. Promosi penjualan (*sales promotion*)

³⁴ “Belajar Accounting”, artikel dari <https://accounting-belajar.blogspot.com/2019/04/empat-sarana-promosi.html>. Diakses pada 01 Februari 2022.

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.

Bertujuan untuk meningkatkan penjualan atau peningkatan jumlah nasabah. Promosi ini dilakukan untuk menarik nasabah agar segera menggunakan setiap produk dan jasa yang ditawarkan.

3. *Publisitas (publicity)*

Merupakan acara untuk memancing pelanggan melalui kegiatan, menyerupai pameran, bakti sosial, serta acara lainnya. Melalui acara ini diperlukan sanggup meningkatkan pamor/citra lembaga di mata para calon nasabahnya.

4. *Penjualan pribadi (personal selling)*

Penjualan produk yang dilakukan secara pribadi oleh seorang sales dengan cara dari pintu ke pintu.³⁵

B. Penelitian Terdahulu

Sebelum penulis melakukan penelitian dalam menyelesaikan tugas akhir ini penulis mengkaji terlebih dahulu dari berbagai sumber yang dijadikan referensi dalam pembuatan tugas akhir ini refrenai yang digunakan berupa skripsi dan tugas akhir yang membahas tentang :

1. Penelitian yang dilakukan oleh: Reza Sri Rahayu dengan judul “Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Pada Bank Syariah Mandiri” (Banda Aceh: UIN Ar-Raniry, 2020). Penelitian ini menjelaskan tentang penerapan empat unsur strategi pemasaran yang salah satunya adalah unsur promosi dalam meningkatkan minat nasabah terhadap produk yang ditawarkan.
2. Penelitian yang dilakukan oleh: Ika Oktawulansari dengan judul “Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Di BMT Fajar Mulia Cabang

³⁵ “Accurate”, artike dari <https://accurate.id/marketing-manajemen/personal-selling-adalah/>. Diakses pada 26 Januari 2022.



Bandungan”, (Semarang: IAIN Walisongo, 2012). Penelitian ini membahas tentang strategi pemasaran dalam mempromosikan produk kepada calon nasabah.

Penulis membaca dan mengkaji secara rinci penelitian yang telah dilakukan diatas dan mengambil kesimpulan bahwa permasalahan dan penelitian yang dilakukan berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis. Permasalahan yang diangkat oleh penulis berfokus kepada pengimplementasian promosi dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk tabungan syariah umum di BMT UGT Nusantara.

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

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Metodologi penelitian adalah suatu proses, prinsip, dan prosedur yang kita gunakan untuk mendekati problem atau permasalahan. Atau dengan kata lain, metodologi adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.³⁶ Dalam menyusun proposal ini, penyusun menggunakan jenis penelitian lapangan (*Field Research*) yaitu suatu penelitian yang dilakukan dalam kancah kehidupan sebenarnya. Yang berarti bahwa datanya diambil atau didapat dari lapangan atau masyarakat. Oleh karena itu penulis melakukan penelitian di BMT UGT Nusantara kantor cabang Kota Pekanbaru.

B. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif yaitu penelitian yang memanfaatkan wawancara terbuka untuk menelaah dan memahami sikap, pandangan, perasaan, dan perilaku individu atau sekelompok orang.³⁷ Penelitian ini dilakukan berdasarkan pada objek penelitian melalui wawancara serta observasi kepada pihak marketing dan pimpinan cabang BMT UGT Nusantara Kota Pekanbaru.

C. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di salah satu lembaga keuangan non Bank yaitu pada BMT UGT Nusantara Kota Pekanbaru. Alasan penulis memilih tempat ini sebagai

³⁶ Jusuf Soewadji, *Pengantar Metodologi Penelitian* “, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2012), cet. ke-3, h. 21.

³⁷ *Ibid.*, h. 22.



lokasi penelitian adalah dikarenakan lokasi yang mudah dijangkau sehingga bisa mengefektifkan biaya dan juga waktu yang diperlukan ketika melakukan penelitian.

D. Key Informan

Key informan adalah individu yang memiliki pengetahuan khusus mengenai suatu hal atau suatu bidang.³⁸ Key informan pada penelitian ini sebanyak dua orang, yaitu bapak Gustriadi S.H selaku kepala cabang BMT UGT Nusantara Kota Pekanbaru dan bapak M. Munawir, S.E. selaku AO SP (*account officer* simpan pinjam) di BMT UGT Nusantara Kota Pekanbaru.

E. Sumber Data

Ada dua jenis sumber data di dalam penelitian ini yaitu:

1. Data primer adalah data yang diperoleh dari kepala cabang dan seorang AO SP di BMT UGT Nusantara Kota Pekanbaru. Yaitu dengan cara mengumpulkan sejumlah keterangan melalui wawancara.
2. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari buku-buku perpustakaan, internet, artikel, jurnal dan dokumen-dokumen yang berhubungan dengan penelitian.

F. Teknik Pengumpulan Data

Untuk menunjang sebuah penelitian maka diperlukan observasi yang digunakan dalam perolehan data. Dengan kata lain lengkapnya pengumpulan data yang menunjang, persiapan yang matang dapat menggali informasi dalam menentukan hasil penelitian. Ada beberapa teknik menggunakan data yang penulis gunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

³⁸ Lexy J. Meloeng, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2009), cet. ke-6, h. 5.



1. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data lain.³⁹ Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila penulis ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih lengkap guna keperluan data-data penelitian untuk laporan Tugas Akhir. Dalam penelitian ini pelaksanaan peneliti melakukan wawancara secara langsung dengan manager dan marketing BMT UGT Nusantara Kota Pekanbaru.

2. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengadakan penelitian secara teliti, serta pencatatan.⁴⁰ secara sistematis Observasi merupakan metode pengumpulan data yang menggunakan pengamatan terhadap objek penelitian yang dilakukan secara langsung maupun tidak langsung. Observasi langsung dilakukan terhadap objek di tempat terjadi atau berlangsungnya peristiwa, sehingga observer berada bersama objek yang diselidiki. Sedangkan observasi tidak langsung adalah pengamatan yang dilakukan tidak pada saat berlangsungnya suatu peristiwa yang akan diselidiki. Observasi ini dilakukan dengan cara pengamatan secara langsung terkait proses dalam melakukan startegi pemasaran di BMT UGT Nusantara Kota Pekanbaru.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang

³⁹ Juliansyah Noor. *Metodologi Penelitian Pendidikan Skripsi, tesis, disertai karya ilmiah*, (Jakarta:Prenada Media Group, 2011), cet. ke-1,h. 138.

⁴⁰ *Ibid.*



dapat mendukung penelitian. Dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data kemudian ditelaah.

4. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan adalah kegiatan informasi yang relevan dengan topik atau masalah-masalah yang menjadi objek penelitian atau topik cerita yang diusung ke dalam karya tulis.

G. Teknik Analisis Data

Dalam penulisan ini penulis menggunakan analisis secara deskriptif yaitu setelah semua data telah berhasil penulis kumpulkan, maka penulis menjelaskan secara rinci dan sistematis, sehingga dapat tergambar secara utuh dan dapat dipahami secara jelas kesimpulan akhirnya.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan di bab-bab sebelumnya maka penulis mengambil kesimpulan yaitu, promosi yang diterapkan adalah periklanan, penjualan tatap muka, promosi penjualan dan publisitas. Sedangkan tantangan atau kendala yang dihadapi adalah kurangnya pemahaman masyarakat tentang produk-produk syariah, banyak berdiri lembaga keuangan yang berdekatan lokasinya, lembaga keuangan yang lainnya menawarkan produk yang sama manfaatnya untuk masyarakat, serta pandemi covid'19.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, supaya dalam mempromosikan produk tabungan syariah umum menjadi efektif dan bisa sedikit meminimalisir hambatan atau kendala-kendala dalam promosi maka peneliti menyarankan:

1. BMT UGT Nusantara Kota Pekanbaru menyediakan media promosi yang bagus, seperti pemasangan gambar-gambar pendukung di dalam kantor BMT yang berisi tentang produk-produk BMT dan menyediakan brosur pada masing-masing produk.
2. Terus berinovasi pada produk sehingga akan membuat para calon nasabah tertarik untuk menjadi nasabah di BMT UGT Nusantara Kota Pekanbaru, hal ini juga salah satu cara mempertahankan nasabah yang ada.
3. Meningkatkan sosialisasi kepada masyarakat tentang keunggulan dan manfaat dari tabungan syariah umum yang tersedia di BMT UGT Nusantara Kota Pekanbaru.

Hak Cipta Didukungi 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

A. BUKU

- Al-Qur'an dan Terjemahan, Departemen Agama RI, Bandung, PT. Sygma Examedia Arkanleema, 2009.
- Arif, Nur Rianto Al, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: CV Alfabeta, 2010, cet.ke-1.
- Assauri, Sofian, *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013, cet.ke-16.
- Fandy, Tjiptono, *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan dan Penelitian*, Yogyakarta: Penerbit Andi, 2019, cet.ke-1.
- Hadiguna, Ampuh Rika, *Manajemen Pabrik*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009, cet.ke-1.
- Huda, Nurul dkk, *Baitul Mal Wa Tamwil*, Jakarta: AMZAH, 2016, cet.ke-1.
- Huda, Nurul dan Mohamad Heykal, *Lembaga Keuangan Syariah Tinjauan Teoritis dan Praktis*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010, cet.ke-1.
- Hasan, Ali, *Marketing Bank Syariah: Cara Jitu Meningkatkan Pertumbuhan Pasar Bank Syariah*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2010, cet.ke-1.
- Karim, Adiwarmann A. *Bank Islam: Analisis Fiqh dan Keuangan*, Jakarta: PT. Raga Grafindo Persada, 2011, cet.ke-12.
- Meloeng, Lexy J, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Bandung: Remaja Rosda Karya, 2009, cet.ke-12.
- Noor, Juliansyah, *Metodologi Penelitian Pendidikan Skripsi, Tesis Disertai Karya Ilmiah*. Jakarta: Prenada Media Group, 2011, cet.ke-1.
- Ridwan, Hasan Ahmad, *Manajemen Baitul Mal Wa Tamwil*, Jawa Barat : CV. Pustaka Setia, 2013, cet.ke-1.
- Soewadji, Jusuf, *Pengantar Metodologi Penelitian*, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2012, cet.ke-3.
- Soemitra, Andi, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2009, cet.ke-1.
- Sudarsono Heri, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah Deskripsi dan Ilustrasi*, Yogyakarta: Ekonisia, 2004, cet.ke-2.
- Sutanto, Hery dan Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Pustaka Setia, 2013, cet.ke-2
- Widodo, Hertanto dkk, *Panduan Praktis Operasional Baitul Mal Wa Tamwil*

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), Bandung: Penerbit Mizan, 1999, cet.ke-1.

B. SKRIPSI

Fitri, Hendra, *Efektifitas Strategi Pemasaran Produk Baitul Maal Wattamwil Septa Bina Usaha Pekanbaru dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif*, Skripsi Riau: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2011.

C. WAWANCARA

Gustriadi SH. Kepala Cabang BMT UGT Nusantara Kota Pekanbaru, Pekanbaru, 17 Februari 2022.

M. Munawir, S.E. AO SP BMT UGT Nusantara Kota Pekanbaru, Pekanbaru, 17 Februari 2022.

D. WEBSITE

<https://koinworks.com/blog/pengertian-strategi-pemasaran-fungsi-contoh-elemen/> .

Diakses pada 22 Januari 2022.

<https://lifepal.co.id/media/tabungan-syariah/>. Diakses pada 18 Januari 2022.

<https://www.ekrut.com/media/jenis-strategi-pemasaran> Diakses pada 22 Januari 2022.



DAFTAR WAWANCARA

1. Bagaimana sejarah berdirinya BMT UGT Nusantara Kota Pekanbaru?
2. Apa alasan BMT UGT Sidogiri mengubah namanya menjadi BMT UGT Nusantara Kota Pekanbaru?
3. Apa saja produk yang ada di BMT UGT Nusantara Kota Pekanbaru?
4. Apa bukti jika produk tabungan umum syariah menjadi produk yang paling diminati masyarakat?
5. Faktor apa yang membuat produk tabungan syariah umum di BMT UGT Nusantara Kota Pekanbaru?
6. Akad apa yang digunakan dalam produk tabungan syariah umum?
7. Apa keunggulan dari produk tabungan umum syariah?
8. Bagaimana pengimplemmentasian promosi pada produk yang ada di BMT UGT Nusantara, khususnya produk tabungan umum syariah?
9. Sarana promosi seperti apa yang digunakan pada BMT UGT Nusantara Kota Pekanbaru?
10. Apa yang membuat promosi dengan cara *personal selling* menjadi lebih efektif dibandingkan dengan sarana promosi yang lain?
11. Apa kendala dan tantangan yang dihadapi dan dialami oleh pihak AO SP di BMT UGT Nusantara Kota Pekanbaru?
12. Bagaimana solusi dari BMT UGT Nusantara Kota Pekanbaru dalam mengatasi berbagai kendala dan tantangan dalam menjalankan BMT?
13. Apakah dengan solusi tersebut sudah efektif dan membuahkan hasil yang bagus?

Hak Iptan UIN Suska Riau

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.

DOKUMENTASI



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim 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.

© Hak cipta milik 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.



State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



DAFTAR WAWANCARA

1. Bagaimana sejarah berdirinya BMT UGT Nusantara Kota Pekanbaru?
2. Apa alasan BMT UGT Sidogiri mengubah namanya menjadi BMT UGT Nusantara Kota Pekanbaru?
3. Apa saja produk yang ada di BMT UGT Nusantara Kota Pekanbaru?
4. Apa bukti jika produk tabungan umum syariah menjadi produk yang paling diminati masyarakat?
5. Faktor apa yang membuat produk tabungan syariah umum di BMT UGT Nusantara Kota Pekanbaru?
6. Akad apa yang digunakan dalam produk tabungan syariah umum?
7. Apa keunggulan dari produk tabungan umum syariah?
8. Bagaimana pengimplemmentasian promosi pada produk yang ada di BMT UGT Nusantara, khususnya produk tabungan umum syariah?
9. Sarana promosi seperti apa yang digunakan pada BMT UGT Nusantara Kota Pekanbaru?
10. Apa yang membuat promosi dengan cara *personal selling* menjadi lebih efektif dibandingkan dengan sarana promosi yang lain?
11. Apa kendala dan tantangan yang dihadapi dan dialami oleh pihak AO SP di BMT UGT Nusantara Kota Pekanbaru?
12. Bagaimana solusi dari BMT UGT Nusantara Kota Pekanbaru dalam mengatasi berbagai kendala dan tantangan dalam menjalankan BMT?
13. Apakah dengan solusi tersebut sudah efektif dan membuahkan hasil yang bagus?

Hak Iptan UIN Suska Riau

1. Diarangi 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.

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

© Hak Iptan UIN Suska Riau

Staf Islamiyah UIN Suska Riau

Staf Islamiyah UIN Suska Riau

DOKUMENTASI



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim 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.

© Hak cipta milik 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.



State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
 FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
 كلية الشريعة والقانون
 FACULTY OF SHARIAH AND LAW

Jl. H. Soeharto No. 100 KM 11, Pekanbaru, Riau 28121, Indonesia
 Telp. (0756) 410000 Fax. (0756) 410001
 Email: info@uin-suskariau.ac.id

Pekanbaru, 23 Februari 2022

Surat (1/PP.03.9/1636/2022)

Hak Cipta Ditanggung Undang-Undang
 Modul Ibtidai

Kepala
 Villa Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP
 Pekanbaru Riau

Assalamu alaikum warahmatullahi wabarakatuh
 Diampalkan bahwa salah seorang mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum
 Universitas Sultan Syarif Kasim Riau.

Nama : TRYKUNIA NINGSIH
 NIM : 01920620760
 Jurusan : Perbankan Syariah (D)
 Semester : VI (Enam)
 Lokasi : Hotel Maal Wat Tamwil Usaha Gabungan Terpadu (HMT UGT)
 Nisantara Kota Pekanbaru

bermaksud akan mengadakan riset guna menyelesaikan Promosi Skripsi yang berjudul
 IMPLEMENTASI PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH
 FIDUCIAR TABUNGAN SYARIAH UNUM DI BATUL MAAL WAT TAMWIL USAHA
 GABUNGAN TERPADU (HMT UGT) NUSANTARA KOTA PEKANBARI

Pelaksanaan kegiatan riset ini berlangsung selama 3 (tiga) bulan, terhitung mulai
 tanggal surat ini dibuat. Untuk itu kami mohon kiranya kepada Saudara berkenan
 membolehkan izin guna terjalanya riset dimaksud.

Demikian ditanggapi, terima kasih

an Rektor
 Dekan

Dr. Zulfah, M.Ag
 NIP. 19741006 200501 1 005

UIN Suska Riau

Hak Cipta Ditanggung Undang-Undang

1. Diarangi 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 milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Skrripsi dengan judul **Implementasi Promosi Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Umum Syariah di BMT UGT Nusantara Kota Pekanbaru, yang ditulis oleh :**

Nama : Try Kurnia Ningsih
 NIM : 01920620760
 Program Studi : Perbankan Syariah

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

Pekanbaru, 20 Juli 2022

TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua
 Dr. Nurhanirina, SE, M.Si

Sekretaris
 Dodi Devrika Devra, S.H., M.Si

Penguji I
 Dr. Jenita, SE, MM

Penguji II
 Dr. H. Heri Sunandar, M.C.L.

Kepala Sub Bagian Akademik
 Fakultas Syariah dan Hukum

Jalans, S.Ag
 NIP. 197508012007011023

- Hak Cipta Diindungi 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.



REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMP/TP/Non-ZIN-Riset/MS/2022
TENTANG



1.04.2022

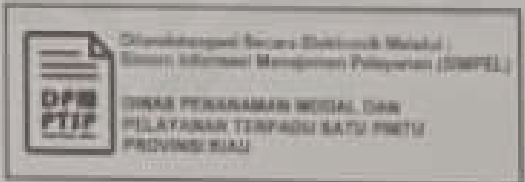
PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA-RISET DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN LTA

Dinas Peanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Perijinan Riset dan Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau, Nomor : UIN/DP/TP/MS/1654/2022 Tanggal 25 Februari 2022, dengan ini memberikan rekomendasi kepada

1. Nama	TRYKURNIA NINGSIH
2. NIM/ KTP	01020826710
3. Program Studi	PERDAMIKAN SYARIAH
4. Jurusan	DII
5. Alamat	PEKANBARU
6. Jenis Penelitian	IMPLEMENTASI PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PRODUK TABUNGAN UMUM SYARIAH DI BAITUL MAAL WAT TAMWIL USAHA GABUNGAN TERPADU (BMT UGT) NUSANTARA KOTA PEKANBARU
7. Lokasi Penelitian	BMT UGT NUSANTARA KOTA PEKANBARU

Dengan kelanjutan sebagai berikut:
 Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
 Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 3 (tiga) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
 Pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.
 Rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan sepenuhnya.

Dibuat di Pekanbaru
Pada Tanggal 24 Maret 2022



UIN SUSKA RIAU

Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Diindungi Undang-undang
1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengidentifikasi dan menyebutkan sumber.
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kitab atau tinjauan satu masalah.
b. Pengutipan tidak mengizinkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

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



RIWAYAT HIDUP

Try Kurnia Ningsih, lahir di Tanjung Balai Karimun, Provinsi Kepulauan Riau, pada tanggal 15 Juli 2001, penulis merupakan anak ketiga dari empat bersaudara yang lahir dari pasangan suami istri yaitu ayahanda Suroso dan Sriatun. Pendidikan formal yang ditempuh penulis adalah SD Negeri 003 Buru dan lulus pada tahun 2012. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan ke SMP 02 Buru dan lulus pada tahun 2015.

Setelah itu penulis melanjutkan pendidikan di SMA 1 Buru, lulus pada tahun 2018. Kemudian tepat pada tahun 2019 penulis melanjutkan pendidikannya di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Fakultas Syariah dan Hukum, Jurusan Perbankan Syariah 2019-2022. Setelah menjalani proses perkuliahan pada bulan Juli s/d Agustus 2021 penulis melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di BMT DMI Kota Pekanbaru.

Kemudian pada tahun 2022 penulis melaksanakan penelitian di BMT UGT Nusantara Kota Pekanbaru dengan judul **“IMPLEMENTASI PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PRODUK TABUNGAN UMUM SYARIAH DI BAITUL MAAL WATT TAMWIL USAHA GABUNGAN TERPADU (BMT UGT) NUSANTARA KOTA PEKANBARU”**