

**KEBIJAKAN PEMASARAN BMT-UGT SIDOGIRI CABANG
PEKANBARU DALAM MENGEMBANGKAN USAHA
MENURUT KONSEP PEMASARAN SYARI'AH**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Sebagian Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (SE.Sy)*



Oleh:

CHYNTIA ZUPITA
NIM.11025201588

**PROGRAM S1
JURUSAN EKONOMI ISLAM
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN
SYARIF KASIM RIAU
2014**



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

كلية الشريعة والقانون

FACULTY OF SYARIAH AND LAW

Alamat : Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 18 Simpang Baru Panam, Pekanbaru-Riau No. Telp. 0761-561645
Fax. 0761-562052, Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail : rektor@uin-suska.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini berjudul : **"Kebijakan Pemasaran BMT-UGT Sidogiri Cabang Pekanbaru Dalam Mengembangkan Usaha Menurut Konsep Pemasaran Syari'ah"** yang ditulis oleh :

Nama : **Chyntia Zupita**
NIM : **11025201588**
Jurusan : **Ekonomi Islam**

Telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Panitia Ujian Sarjana Program Strata Satu (S1) Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang dilaksanakan pada :

Hari : **Rabu**
Tanggal : **07 Januari 2015 M**
Bertepatan : **16 Rabiul awal 1436 H**

Sehingga dapat diterima dan disahkan oleh Fakultas Syari'ah dan Hukum sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Syari'ah (SE.Sy).



Pekanbaru, 07 Januari 2015

DEKAN


DR. H. AKBARIZAN, M.Ag, M.Pd
NIP. 19711001 199503 1 002

PANITIA UJIAN SARJANA

KETUA


DR. H. AKBARIZAN, M.Ag, M.Pd
NIP. 19711001 199503 1 002

SEKRETARIS


Hj. NURAINI SAHU, SH, MH
NIP. 19590711 199503 2 001

PENGUJI I


NURNASRINA, SE, M.Si
NIP. 19800405 200901 2 008

PENGUJI II


NUR HASANAH, SE, MM
NIP. 19670120 200701 2 018

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul **“Kebijakan Pemasaran BMT UGT Sidogiri Cabang Pekanbaru Dalam Mengembangkan Usaha Menurut Konsep Pemasaran Syariah”**.

Skripsi ini dilatarbelakangi oleh pencapaian positif BMT UGT Sidogiri secara nasional maupun cabang Pekanbaru dari sisi pertumbuhan, perkembangan jaringan kantor, usaha dan lain-lain. BMT UGT Sidogiri yang *notabene* lembaga keuangan mikro berbasis syariah ini telah berhasil meraih banyak penghargaan tentang perkoperasian di tengah buruknya catatan beberapa koperasi besar di Indonesia dengan berbagai kasus. Keberhasilan ini tidak terlepas dari beberapa faktor pendukung, yang salah satunya adalah kebijakan pemasaran yang diambil dalam rangka mengembangkan usaha.

Adapun permasalahan penelitian ini yaitu bagaimana kebijakan pemasaran yang diterapkan oleh BMT-UGT Sidogiri Cabang Pekanbaru dalam mengembangkan usaha dan bagaimana kebijakan pemasaran yang diterapkan oleh BMT-UGT Sidogiri Cabang Pekanbaru dalam mengembangkan usaha tersebut menurut konsep pemasaran syari’ah.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan pada BMT UGT Sidogiri cabang Pekanbaru yang beralamat di Jalan Delima 17 Komplek Ruko Rindu Serumpun III Arengka. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kebijakan pemasaran yang diterapkan oleh BMT-UGT Sidogiri Cabang Pekanbaru dalam mengembangkan usaha dan mengetahui kebijakan pemasaran yang diterapkan oleh BMT-UGT Sidogiri cabang Pekanbaru dalam mengembangkan usaha tersebut menurut konsep pemasaran syari’ah. *Key informan* penelitian ini berjumlah 5 (lima) orang, yaitu : kepala cabang 1 (satu) orang, wakil kepala cabang 1 (satu) orang, *teller* /kasir 1 (satu) orang, dan *account officer* 2 (dua) orang. Sumber datanya adalah data primer dan sekunder yang diperoleh melalui observasi, wawancara dan studi dokumentasi naskah. Kemudian data dianalisa menggunakan metode deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian ini menemukan bahwa BMT UGT Sidogiri cabang Pekanbaru telah mengeluarkan kebijakan pemasaran dalam mengembangkan usaha di kota Pekanbaru yang terdiri dari kegiatan : melakukan segmentasi pasar, menetapkan *positioning* perusahaan, menentukan pasar sasaran, merancang seperangkat perbedaan perusahaan dari sisi penawaran dan infrastruktur, memaksimalkan peran bauran pemasaran, menetapkan strategi penjualan kreatif, membangun, mengembangkan dan menjaga entitas merek BMT UGT, memberikan pelayanan prima kepada konsumen, menciptakan proses yang bernilai tinggi dari sisi kualitas, biaya dan mobilisasi produk. Kebijakan tersebut dikeluarkan untuk menunjang pengembangan usaha BMT UGT Sidogiri serta menunjukkan tanggungjawab sebagai lembaga keuangan mikro syariah yang profesional, peduli kepada sektor mikro, dapat dipercaya, serta menjalankan usaha dengan dasar etika dan prinsip-prinsip syariah dan bukan untuk tujuan yang dilarang syariah. Dengan demikian, kebijakan pemasaran BMT UGT Sidogiri cabang Pekanbaru dalam mengembangkan usaha tersebut sudah sesuai dengan konsep pemasaran syariah.

KATA PENGANTAR



Assalamu'Alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah *robbil'alam*, segala puji syukur kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat, kasih sayang, kemudahan dan segala anugerah-Nya yang tak terhingga kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan hasil penelitian dalam bentuk karya ilmiah Skripsi yang berjudul **“KEBIJAKAN PEMASARAN BMT-UGT SIDOGIRI CABANG PEKANBARU DALAM MENGEMBANGKAN USAHA MENURUT KONSEP PEMASARAN SYARI’AH”** sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) pada jurusan Ekonomi Islam Fakultas Syari’ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan gelar Sarjana Ekonomi Syari’ah (SE.Sy).

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Penulis juga menemukan berbagai kesulitan, hambatan dan rintangan dalam penyelesaian, akan tetapi berkat bimbingan dan arahan dari berbagai pihak serta kemauan yang keras, maka skripsi ini dapat tersusun walaupun mungkin masih terdapat beberapa kekurangan. Oleh karena itu, saran dan kritik yang sifatnya konstruktif senantiasa penulis harapkan demi penyempurnaan skripsi ini.

Melalui kesempatan ini pula penulis mengucapkan terima kasih banyak yang setulus-tulusnya kepada :

1. Kedua orangtua penulis (Ibunda Firdawati dan Ayahanda Zul Hendrix yang selalu men-*support* penulis dalam keadaan suka maupun duka, jasa kalian tidak akan pernah terbalaskan,
2. Bapak Prof. Dr. H. Munzir Hitami, MA selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau,
3. Bapak Dr.H. Akbarizan, MA. M.Pd selaku Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau,
4. Bapak Mawardi, SE. M.Si. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau,
5. Bapak Dr. Heri Sunandar, M.CI selaku Pembimbing Akademik,
6. Ibu Nurnasrina, SE. M.Si yang telah memberikan waktu, ilmu dan motivasi kepada penulis. Terimakasih telah sabar membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini,
7. Pimpinan Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau beserta staf yang telah memberikan fasilitas dan pelayanan maksimal kepada penulis dalam menemukan literatur pendukung untuk menyelesaikan skripsi ini,
8. Bapak / Ibu Dosen Pengajar yang telah mentransformasikan, mengarahkan dan membina penulis dalam rangka menuntut ilmu selama perkuliahan,
9. Seluruh Staf Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Syari'ah dan Hukum, terima kasih atas waktu dan layanannya,
10. Saudara sekaligus orang terdekat penulis yang telah mendukung penulis untuk masuk ke-Perguruan Tinggi Negeri UIN Suska Riau ini, Ibu Sema,

Kak Wiri, Ayah Aguswan, Ibu Hanum, Mak uo Iyut, Kak vini, Kak Enda, Tutut, Kak Dewi, Astri, dan Memeng. Selanjutnya rekan-rekan semua di EI 2 Angkatan 2010, Khususnya buat (Afdal, Asril, Inur, Ike, Lela, Resti, Yanti dan Rani) kalian sahabat terbaik yang telah banyak membantu dan men-*support* penulis dan menjadi *partner* belajar terbaik penulis selama di UIN SUSKA Riau. Serta buat teman-teman dikos (Ica, Ina, Iken, dan Puspa *alias* “Alaysia” yang super alay sedunia) senang bisa tinggal bersama kalian. Buat semua, semoga kita dijadikan orang-orang sukses dalam lindungan Allah SWT dan mudah-mudahan *ukhuwah* ini akan tetap terjaga sampai maut memisahkan kita, *amiin*,

11. Kepada semua pihak yang tidak sempat penulis sebutkan satu-persatu, penulis menyampaikan penghargaan yang setinggi-tingginya.

Penulis menyadari, skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya konstruktif demi hasil lebih baik di masa mendatang.

Pekanbaru, 07 Januari 2015

CHYNTIA ZUPITA
NIM. 11025201588

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah	8
C. Rumusan Masalah	8
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	8
E. Metodologi Penelitian	10
F. Sistematika Penulisan	14
BAB II GAMBARAN UMUM BMT-UGT SIDOGIRI CABANG PEKANBARU	17
A. Sejarah singkat BMT-UGT Sidogiri	17
B. Visi dan Misi BMT UGT Sidogiri	19
C. Struktur Organisasi BMT-UGT Sidogiri	19
D. Produk-Produk BMT-UGT Sidogiri	22
E. Prestasi BMT-UGT Sidogiri	27
BAB III TINJAUAN UMUM TENTANG KONSEP PEMASARAN SYARI'AH	29
A. Pengertian Pemasaran dan Pemasaran Syari'ah.....	29
B. Dalil-dalil Umum Pemasaran Syari'ah	30
C. Prinsip-Prinsip dan Etika Pemasaran Syari'ah.....	32
D. Konsep-konsep Pemasaran Syari'ah	37

BAB IV	KEBIJAKAN PEMASARAN BMT-UGT SIDOGIRI DALAM MENGEMBANGKAN USAHA MENURUT TINJAUAN KONSEP PEMASARAN SYARI'AH.....	55
	A. Kebijakan Pemasaran BMT-UGT Sidogiri Cabang Pekanbaru dalam Mengembangkan Usaha	55
	B. Kebijakan Pemasaran BMT-UGT Sidogiri Cabang Pekanbaru dalam Mengembangkan Usaha Menurut Konsep Pemasaran Syari'ah	80
BAB V	PENUTUP	110
	A. Kesimpulan	110
	B. Saran.....	111

LAMPIRAN

BIOGRAFI PENULIS