

**STRATEGI PEMASARAN BMT SEPTA BINA USAHA KECAMATAN  
MARPOYAN DAMAI PEKANBARU**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk memenuhi Sebagian dari Syarat dan Tugas-Tugas  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Syariah (SE.Sy) Pada  
Jurusan Ekonomi Islam**



**OLEH :**

**ROHAMAN  
10925007545**

**PROGRAM S1**

**JURUSAN EKONOMI ISLAM**

**FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**

**SULTAN SYARIF KASIM**

**PEKANBARU**

**2014**



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM

كلية الشريعة والقانون

FACULTY OF SYARIAH AND LAW

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM.18 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO.Box. 1004 Telp. 0761-561645  
Fax. 0761-562052, Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail : rector@uin-suska.ac.id

**PENGESAHAN SKRIPSI**

Skripsi yang berjudul: **"STRATEGI PEMASARAN BMT SEPTA BINA USAHA  
KECAMATAN MARPOYAN DAMAI PEKANBARU"** yang ditulis oleh:

Nama : ROHAMAN  
NIM : 10925007545  
Jurusan : Ekonomi Islam

Telah di munaqasyahkan dalam Sidang Panitia Sarjana Program S1 pada Fakultas Syariah  
dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau pada:

Hari : Rabu  
Tanggal : 30 April 2014

Sehingga dapat diterima dan disahkan oleh Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam  
Negeri Sultan Syarif Kasim Riau sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana  
Ekonomi Syariah (SE.Sy).



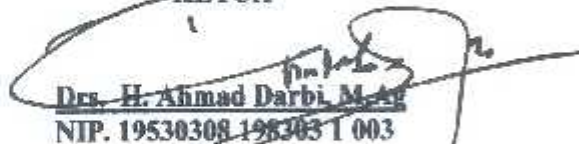
Pekanbaru, 32 Mei 2014

Dekan.

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

**PANITIA UJIAN SARJANA**

**KETUA**

  
Drs. H. Ahmad Darbi, M.Ag  
NIP. 19530308 198303 1 003

**SEKRETARIS**

  
H. Ismardi, M.Ag  
NIP. 19720308 200312 1 002

**PENGUJI I**

  
Amrul Muzan, SHI, MA  
NIP. 19770227 200312 1 002

**PENGUJI II**

  
Budi Azwar, SE, M.Ec  
NIP. 19800104 200801 1 005

## ABSTRAK

Skripsi ini berjudul: **Strategi Pemasaran BMT Septa Bina Usaha Di Kecamatan Marpoyan Damai Pekanbaru**. Penelitian ini berada di Jl. Kaharuddin Nasution No. 01 (Komp.SPBU 14-282-650 Lt.2) Kelurahan Maha Ratu Kecamatan Marpoyan Damai Pekanbaru Riau. Latar belakang masalah penulis mengambil judul ini adalah bahwa Strategi Pemasaran BMT Septa Bina Usaha dalam perkembangannya berkembang pesat. Posisi BMT Septa Bina Usaha sebagai salah satu lembaga keuangan syariah harus mampu bersaing secara kompetitif, juga harus memiliki karakter tersendiri dalam bersaing, mempunyai Sumber Daya Manusia (SDM) dan produk yang berkualitas serta mempunyai nama dan *benefit* di bidangnya.

Strategi pemasaran merupakan ujung tombak dari suatu rencana pemasaran dan sangat diperlukan dalam suatu perusahaan agar rencana yang telah dibuat dapat dilaksanakan dan dapat dicapai sesuai dengan tujuan yang telah ditentukan serta diharapkan dapat meminimalisir hambatan-hambatan yang ada. BMT Septa Bina Usaha melihat bahwa dikalangan pengusaha ekonomi menengah kebawah belum tersentuh oleh lembaga-lembaga keuangan yang ada untuk mengembangkan usaha agar lebih baik, kondisi seperti ini membuat BMT Septa Bina Usaha timbul gairah untuk turut serta membantu dan mengembangkan potensi tersebut dalam wujud simpanan dan pembiayaan serta memberikan pembiayaan dengan prinsip bagi hasil.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi pemasaran BMT Septa Bina Usaha. Apa yang menjadi faktor pendukung dan faktor penghambat di BMT Septa Bina Usaha dalam pengembangan strategi pemasaran, serta tinjauan Ekonomi Islam terhadap Strategi Pemasaran BMT Septa Bina Usaha.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh anggota yang bekerja di BMT Septa Bina Usaha yang berjumlah 10 orang. Yang terdiri dari 1 orang Manager dan 9 orang karyawan. Oleh karena itu penulis menggunakan teknik *Total Sampling*. Selanjutnya teknik yang digunakan untuk pengumpulan datanya adalah Observasi, Wawancara, dan Dokumentasi kemudian dibahas dengan teknik deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian membuktikan bahwa strategi pemasaran BMT Septa Bina Usaha meliputi Segmentasi Targeting Penentuan posisi (STP), melalui sosialisasi secara langsung atau Promosi, serta memberikan pelayanan dengan menggunakan slogan 3S (Senyum, Sapa dan Santun). Adapun faktor pendukung dalam strategi pemasaran BMT Septa Bina Usaha yaitu terdapatnya sarana dan prasarana yang memadai dan lokasinya yang strategis. Sedangkan yang menjadi faktor penghambat BMT Septa Bina Usaha adalah keterbatasan dana, nasabah pembiayaan yang bermasalah dan persaingan dengan lembaga keuangan lainnya

Tinjauan ekonomi Islam terhadap strategi pemasaran yang dilakukan BMT Septa Bina Usaha telah sesuai dengan syari'at Islam karena seluruh strategi yang diterapkan tidak ada bertentangan dengan Al-qur'an. Ini bisa kita lihat dari penerapan strategi pemasarannya.

## KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Wr. Wb

Alhamdulillah segala puji hanya milik Allah SWT Tuhan sekalian alam yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga penelitian ini dapat dilaksanakan tepat pada waktunya. Shalawat dan salam semoga terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menunaikan amanah dan risalah sehingga kita bisa merasakan nikmatnya Iman, Islam dan Ukhuwah.

Penulisan skripsi yang berjudul “Stratgi Pemasaran BMT Septa Bina Usaha Kec. Marpoyan Damai Pekanbaru.” Dimaksud untuk melengkapi tugas dan memenuhi sebagian syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi Syariah (SE.Sy) pada Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Penulis menyadari bahwa skripsi yang penulis buat ini masih jauh dari sempurna. Hal ini dikarenakan kemampuan dan cara berfikir penulis serta terbatasnya wawasan yang penulis miliki. Karena itu saran dan kritikan yang membangun sangat penulis harapkan. Dalam penyelesaian penulisan skripsi ini banyak sekali bantuan, perhatian, bimbingan, motivasi, saran dan pikiran dari berbagai pihak yang penulis dapatkan, maka pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya terutama kepada :

1. Teristimewa untuk ayahanda Uhad dan yang dimuliakan ibunda Sukanah yang memberikan dukungan dan motivasi, serta dorongan moril dan material kepada penulis selama dalam menyelesaikan pendidikan UIN Suska Riau.
2. Adikku Erik Irawan tersayang dan Kakakku Haryati, dan Keponakanku Windari, Agus Ermawan, Bunga Jahira Anggraini, dan ibu Watini terima kasih untuk motivasi dan doa yang telah diberikan.
3. Bapak Prof. DR. M. Nazir, M.A selaku Rektor UIN Suska yang telah menerima penulis sebagai mahasiswa UIN Suska Riau.
4. Bapak DR. H. Akbarizan, M.A.,M.Pd selaku Dekan Fakultas Syaria'ah yang telah meluangkan waktunya ditengah kesibukan beliau sehari-hari untuk memberikan arahan kepada penulis.
5. Bapak Drs. Suhayib, M.A, selaku pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan petunjuk yang berharga bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Yang terhormat Ketua Jurusan, Sekretaris Jurusan, Penasehat Akademis dan seluruh dosen serta karyawan di lingkungan Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum UIN Suska Riau yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis.
7. Yang terhormat Kepala, Karyawan dan Karyawati, Perpustakaan UIN Suska Riau, Pustaka Wilayah, Pustaka Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum UIN Suska Riau, yang telah memberikan pinjaman buku-buku dalam penyusunan skripsi ini.
8. Yang terhormat Kepada Pimpinan BMT Septa Bina Usaha beserta Karyawannya, yang telah memberikan data guna menyelesaikan penelitian ini.

Seluruh pihak yang telah banyak membantu yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, *Jazakumullah Khairan Katsiron* atas segala bantuan yang diberikan, Penulis menyadari bahwa dalam penulisan penelitian ini masih terdapat kekurangan. Demikian yang penulis sampaikan dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca pada umumnya, Amin Ya Robbal Alamin.

Pekanbaru, 26 Mei 2014

Penulis

**ROHAMAN**  
NIM : 10925007545

## DAFTAR ISI

<b>PENGESAHAN PEMBIMBING</b>	
<b>PENGESAHAN SKRIPSI</b>	
<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>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>vii</b>
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang.....	1
B. Batasan Masalah .....	7
C. Rumusan Masalah .....	7
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	7
E. Metode Penelitian .....	8
F. Sistematika Penulisan .....	10
<b>BAB II : GAMBARAN UMUM BMT SEPTA BINA USAHA</b>	
A. Sejarah Berdirinya BMT Septa Bina Usaha.....	12
B. Visi dan Misi .....	13
C. Budaya Perusahaan.....	14
D. Struktur Organisasi .....	14
E. Deskripsi Tugas-tugas .....	15
F. Produk dan jasa BMT Septa Bina Usaha .....	17
<b>BAB III : STRATEGI PEMASARAN</b>	
A. Pengertian Strategi Pemasaran.....	19
B. Pemasaran Dalam Perspektif Syariah .....	32
C. Perilaku Bisnis Dalam Pemasaran .....	34
<b>BAB IV : PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN</b>	
A. Strategi Pemasaran BMT Septa Bina Usaha Kec. Marpoyan Damai Pekanbaru.....	40
B. Faktor Pendukung dan Penghambat Dalam Suatu Strategi Pemasaran BMT Septa Bina Usaha Kec. Marpoyan Damai Pekanbaru .....	51
C. Strategi Pemasaran BMT Septa Bina Usaha Kec. Marpoyan Damai Pekanbaru di tinjau dari perspektif Ekonomi Islam .....	53
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan.....	61
B. Saran .....	62
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	