

**STRATEGI PEMASARAN PADA PRODUK
TABUNGAN HARI RAYA
DI BMT DRI MUAMALAT KCP MARGASARI,TEGAL.**



IAIN PURWOKERTO

TUGAS AKHIR

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)
IAIN Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Ahli Madya (A.Md)



Oleh :

**AHMAD FARID
NIM. 1522203004**

**PROGRAM DIPLOMA III
MANAJEMEN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM (FEBI)
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PURWOKERTO
2019**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ahmad Farid
NIM : 1522203004
Jenjang : Diploma III
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Diploma III Manajemen Perbankan Syariah
Judul : Strategi Pemasaran Tabungan Hari Raya di BMT DRI Muamalat KCP Margasari ,Tgal

Menyatakan bahwa naskah Tugas Akhir ini secara keseluruhan adalah hasil penulisan karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 11 Januari 2019

Yang menyatakan



IAIN PURWOKERTO



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl. Jend. A. Yani No.40A Purwokerto 53126
Telp. 0281-635624, 628250, Fax : 0281-636553, www.iainpurwokerto.ac.id

PENGESAHAN

Tugas Akhir berjudul

**STRATEGI PEMASARAN PADA PRODUK TABUNGAN HARI RAYA DI BMT DRI
MUAMALAT KCP MARSARI, TEGAL**

Yang disusun oleh Saudara **Ahmad Farid** (NIM. 1522203004) Program Studi **D-III Manajemen Perbankan Syariah**, Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Kamis**, tanggal **17 Oktober 2019** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Ahli Madya (A.Md.)** dalam **Ilmu Manajemen Perbankan Syariah** oleh Sidang Dewan Penguji Tugas Akhir.

Ketua Sidang/Penguji




Dr. H. Fathul Aminudin Aziz, M.M.
NIP. 196804031994031004

Sekretaris Sidang/Penguji



Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I.
NIP. 198511122009122007

Pembimbing/Penguji



Iin Solikhah, M. Ag.
NIP. 197208052001121002

Purwokerto, 28 Oktober 2019

Mengetahui/Mengesahkan
Dekan



Dr. H. Jamat Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 197309212002121004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam IAIN Purwokerto
di purwokerto

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan dan koreksi terhadap penulisan Tugas Akhir dari Ahmad Farid, NIM 1522203004 yang berjudul:

Strategi Pemasaran Tabungan Hari Raya di BMT DRI Muamalat KCP Margasari,Tegal.

Saya berpendapat bahwa Tugas Akhir tersebut di atas sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md)

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

IAIN PURWOI

Purwokerto, 27 Desember 2018
Pembimbing


Iin Sholihin, M.Ag.
NIP. 197208052001121002

PERSEMBAHAN

Dengan mengucap *alhamdulillahirabbil'alamin*, karya ini saya persembahkan untuk :

1. Kehadirat Allah SWT, Tuhan semesta alam. Berkat rahmat dan inayah-Nya hamba dapat menyelesaikan tugas hamba sebagai seorang anak yang diamanatkan untuk mencari ilmu di jalanmu dan seorang mahasiswa yang tak enggan untuk berproses baik di dunia akademik maupun non-akademik.
2. Kepada Baginda Nabi Agung Muhammad SAW, yang selalu memberi syafa'at dalam perjuangan kami sebagai umat.
3. Kedua orang tau tercinta, Bapak Asyari dan Ibu Toibah. Beribu untaian maaf dan terimakasih telah merawat, selalu mendukung, mendoakan, memberi cinta, kasih sayang dan motivasi serta nasihatnya yang menjadi jembatan perjalanan hidup karena tiada kata seindah lantunan do'a yang terucap dari orang tua.
4. Keluarga besar lainnya atas segala dukungan dan semangat yang diberikan selama penulisan Laporan Tugas Akhir.
5. Terkhusus untuk sahabat dan teman seperjuangan penulis, terimakasih atas support, motivasi, dan kebersamaan selama ini dalam suka maupun duka serta kehangatan dan persahabatan yang indah, semoga tak akan pernah terlupakan.
6. Seseorang yang penulis sayangi, terimakasih untuk semangat, motivasi, perhatian dan pengertiannya.
7. Bapak dan Ibu Dosen terkhusus untuk Bapak Iin Sholihin yang selama ini telah dengan sabar, tulus ikhlas meluangkan waktu untuk menuntun dan membimbing penulis.
8. Untuk keluarga besar TPQ Raudhotul Jannah terkhusus untuk ustadz-ustadzah dan seluruh santriwan dan santriwati yang telah mendoakan, memberi semangat, dan motivasi kepada penulis.

9. Untuk sahabat-sahabatku di kontrakan (Budi, Tofiq, Naim,Irfan, dan Yaser) yang selalu memberikan semangat dan doa, terimakasih atas kebersamaan dalam suka maupun duka.



MOTO

“Orang Yang Sukses Juga Pernah Malas, Gagal, dan Bodoh, Tetapi Mereka Tetap Terus bergerak dan Mencoba”



STRATEGI PEMASARAN PADA PRODUK TABUNGAN HARI RAYA DI BMT DRI MUAMALAT KCP MARGASARI-TEGAL

Ahmad Farid

Nim: 15222030044

Email: Ahmadfarid2693@yahoo.com

Program Studi Manajemn Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Intitut Agama Islam Negri (IAIN) Purwokerto

ABSTRAK

Hari raya adalah puncak pengalaman hidup sosial keagamaan rakyat Indonesia, Umat islam selama satu tahun diarahkan untuk dapat merayakan hari besar itu dengan sebaik-baiknya. Sehingga mereka bekerja dan banyak menabung untuk kelak mereka nikmati pada saat Hari Raya tiba. Menanggapi hal itu BMT DRI Muamalat KCP Margasari, Tegal memiliki strategi dalam memasarkan produk tabungan Hari Raya, pemasaran yang dilakukan pihak BMT DRI Muamalat KCP Margasari berjalan efektif, dan Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Strategi Pemasaran pada produk tabungan Hari Raya di BMT DRI Muamalat KCP Margasari-Tegal” dengan menggunakan strategi pemasaran Marketing MIX.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran pada produk Tabungan Hari Raya di BMT DRI Muamalat KCP Margasari Tgal. Penelitian ini adalah penelitian lapangan yang dilakukan di BMT DRI Muamalat KCP Margasari-Tegal untuk menggali data yang relevan, penulis mengumpulkan data melalui observasi, dokumentasi, dan wawancara, data yang telah dikumpulkan lalu dianalisis dengan menggunakan metode deskriptif.

Dalam Strategi Pemasaran pada produk tabungan Hari Raya di BMT DRI Muamalat KCP Margasari-Tegal penulis menggunakan strategi pemasaran marketing MIX seperti Strategi produk, Strategi harga, Srategi Tempat dan Strategi promosi, dan penulis menemukan bahwa kunci kesuksesan tabungan ini adalah karena bekerja sama dengan banom Nahdatul Ulama seperti Banser, GP Ansor, Fatayat, Muslimat, IPNU, dan IPPNU.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran dan Marketing Mix

MARKETING STRATEGY ON IED MUBARAK SAVINGS PRODUCTS AT BMT DRI MUAMALAT KCP MARGASARI, TEGAL.

Ahmad Farid
Nim: 15222030044
Email: Ahmadfarid2693@yahoo.com

DIII Program of Syariah Banking Management
Faculty of Economics and Islamic Business (FEBI)
State Islamic Institute (IAIN) Purwokerto

ABSTRAK

One of the society needs is to fulfill their primary needs. Society needs will increase during the Ied Mubarak. Was used by BMT DRI Muamalat with make Ied Mubarak savings products. This product is successfully proven by getting 179 customers only in three months. So the writer considered to conduct research on "Marketing Strategy on Ied Mubarak savings products at BMT DRI Muamalat KCP Margasari-Tegal" by using marketing Marketing MIX strategy.

This study aims to find out how the marketing strategy on holiday saving product in BMT DRI Muamalat KCP Margasari Tegal. This is a field research that conducted in BMT DRI Muamalat KCP Margasari-Tegal to obtain the relevant data, the writer collected the data with observation, documentation, and interviews, then the data was analyzed using descriptive method.

In the Marketing Strategy on Ied Mubarak savings products at BMT DRI Muamalat KCP Margasari-Tegal The author used mix marketing strategy and promotion strategy, and threat and the author found that the key to the success of this savings is because it cooperates with banom Nahdatul Ulama such as Banser, GP Ansor, Fatayat, Muslimat, IPNU, and IPPNU.

Keyword: marketing strategies and Marketing mix

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I. Nomor: 158/ 1987 dan Nomor: 0543b/U/ 1987.

Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba'	B	Be
ت	ta'	T	Te
ث	sa	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥ	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ẓal	ẓ	ze (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	Er
ز	Za	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka

ل	Lam	L	'el
م	Mim	M	'em
ن	Nun	N	'en
و	Waw	W	W
هـ	ha'	H	Ha
ء	hamzah	,	Apostrof
ي	ya'	y'	Ye

Konsonan Rangkap karena *Syaddah* ditulis rangkap

متعددة	Ditulis	<i>muta'addidah</i>
عدة	Ditulis	<i>'iddah</i>

Ta' Marbūṭah di akhir kata Bila dimatikan tulis *h*

حكمة	Ditulis	<i>ḥikmah</i>
جزية	Ditulis	<i>Jizyah</i>

(Ketentuan ini tidak diperlakukan pada kata-kata arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti zakat, salat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya)

- a. Bila diikuti dengan kata sandang "al" serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan *h*.

كرامة الأولياء	Ditulis	<i>Karāmah al-auliya'</i>
----------------	---------	---------------------------

- b. Bila *ta' marbūṭah* hidup atau dengan *ḥarakat*, *fathah* atau *kasrah* atau *ḍammah* ditulis dengan *t*

زكاة الفطر	Ditulis	<i>Zakāt al-ḥiṭr</i>
------------	---------	----------------------

Vokal Pendek

ـَ	<i>fathah</i>	Ditulis	A
ـِ	<i>Kasrah</i>	Ditulis	I
ـُ	<i>ḍammah</i>	Ditulis	U

Vokal Panjang

1.	Fathah + alif	ditulis	ā
	جاهلية	ditulis	<i>jāhiliyyah</i>
2.	Fathah + ya' mati	ditulis	ā
	تنسى	ditulis	<i>tansā</i>
3.	Kasrah + ya' mati	ditulis	ī
	كريم	ditulis	<i>karīm</i>
4.	Ḍammah + wa>wu mati	ditulis	ū
	فروض	ditulis	<i>furūd</i>

Vokal Rangkap

1.	Fathah + ya' mati	ditulis	Ai
	بينكم	ditulis	<i>bainakum</i>
2.	Fathah + wawu mati	ditulis	Au
	قول	ditulis	<i>qaul</i>

Vokal Pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

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

Kata Sandang Alif + Lam

- a. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*

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

- b. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan *l* (el) nya.

السماء	Ditulis	<i>as-Samā'</i>
--------	---------	-----------------

الشمس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>
-------	---------	------------------

Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya

ذوى الفروض	Ditulis	<i>Ẓawī al-furūd</i>
أهل السنة	Ditulis	<i>ahl as-Sunnah</i>



KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmannirrahiim

Alhamdulillah, Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala limpahanrahmat, taufiq, dan hidayah-Nya, sehingga penulis mampu dan telah berhasil menyelesaikan Laporan Tugas Akhir dengan judul “*Strategi Pemasaran Pada Produk Tabungan Hari Raya Di BMT DRI Muamalat KCP Margasari*” tanpa suatu halangan apapun.

Shalawat dan salam semoga tercurah limpahkan kepada junjungan kita Nabi Agung Nabi Muhammad SAW, keluarga dan para sahabat hingga akhir zaman.

Laporan Tugas Akhir ini disusun untuk melengkapi salah satu syarat yang harus dipenuhi bagi mahasiswa yang telah menyelesaikan studinya di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto untuk Program D III Manajemen Perbankan Syariah.

Dalam penyusunan Tugas Akhir ini penyusun banyak mendapat saran, dorongan, bimbingan, serta keterangan-keterangan Dari berbagai pihak yang merupakan pengalaman yang tidak dapat diukur secara materi, namun dapat membukakan mata penyusun bahwa sesungguhnya pengalaman dan pengetahuan tersebut adalah guru terbaik bagi penyusun. Oleh karena itu, dengan segala hormat dan kerendahan hati perkenankanlah mengucapkan terima kasih kepada :

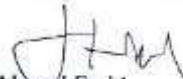
1. Allah SWT, atas segala bentuk nikmat dan karuni Nya.
2. Dr. H. Moh. Roqib, M.Ag, Rektor Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.
3. Dr. Fauzi, M.Ag., Wakil Rektor I Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.
4. Dr. H. Ridwan, M.Ag., Wakil Rektor II Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.
5. Dr. H. Sulkhan Chakim, S.Ag, M.M., Wakil Rektor III Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.

6. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
7. Yois Shofwa Shafrani, SP., M.Si., Ketua Jurusan Perbankan Syariah.
8. In Sholihin, M.Ag. selaku Dosen Pembimbing dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir ini, semoga kesabaran dan kebaikannya dalam membimbing penulis mendapat balasan dari Allah SWT. Amiin
9. Seluruh Dosen IAIN Purwokerto atas ilmu yang diberikan selama masa perkuliahan.
10. Bapak Zainuddin selaku Kepala Cabang BMT Dinar Rahmat Insani Muamalat Margasari Tegal yang telah menyediakan tempat untuk laporan tugas akhir bagi penulis.
11. Segenap karyawan BMT Dinar Rahmat Insani Muamalat Margasari Tegal yang selalu memberikan pengarahan selama penelitian laporan tugas akhir.
12. Kepada kedua orang tuaku, Bapak Asyari dan Ibu Toibah terima kasih atas doa yang senantiasa mengiringi perjalanan penulis dalam menyelesaikan studi. Serta kepada Kakak dan seluruh keluarga besar penulis.
13. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan laporan tugas akhir.

Secara khusus terima kasih yang tak terhingga kepada semua temen-temen D III MPS yang telah memberikan semangat, dukungan, saran dan masukannya atas terselesainya Laporan Tugas Akhir ini. Semoga Laporan Tugas Akhir ini dapat memberi manfaat bagi penyusun sendiri dan bagi pembaca sekalian serta mampu meningkatkan mutu dan efektifitas pembelajaran.

Akhir kata, semoga dukungan, dorongan, bantuan yang telah diberikan pada penyusun selama ini, mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT. Amiin.

Purwokerto, 17 Januari 2019


Ahmad Farid
NIM. 1522203004



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	x
KATA PENGANTAR	xiv
DAFTAR ISI	xvii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Metode Penelitian.....	9
1. Jenis Penelitian	9
2. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	9
3. Subyek dan Obyek Penelitian.....	9
4. Sumber Data	10
F. Sistematika Penulisan.....	13
BAB II KAJIAN TEORI	
A. Definisi Strategi Pemasaran	14
B. Strategi Pemasaran BMT DRI Muamalat	15
C. Penelitian Terdahulu	22
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum BMT dinar Rahmat Insani Muamalat Kantor Cabang Pembantu Margasari Tegal	27
1. Sejarah	27
2. Visi dan Misi BMT	28
3. Produk-produk BMT	28
4. Struktur Organisasi	34
5. Fungsi dan Tugas Bagian Tempat Badan Pengurus	34
B. Produk Simpanan di BMT DRI Muamalat Margasari Tegal.....	36
C. Tabungan Hari Raya di BMT DRI Muamalat Margasari Tegal.....	38
1. Persyaratan.....	39

2. Jenis Paket Tabungan Hari Raya.....	39
3. Akad yang digunakan.....	39
4. Alur Tabungan.....	40
5. Keunggulan.....	40
D. Startegi Pemasaran Tabungan Hari Raya di BMT DRI Muamalat MargasariTegal.....	41
1. Strategi produk	41
2. Strategi Harga	43
3. Srategi Tempat.....	43
4. Strategi Promosi	44
E. Analisis Strategi Pemasaran Pada Produk Tabungan Hari Raya BMT DRI Muamalat Margasari Tegal	47
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	
A. KESIMPULAN	48
B. SARAN	48
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP	



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2 : struktur Organisasi di BMT Dinar Rahmat Insani muamalat 39



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Data Perolehan Nasabah Tabungan Simpanan Berguna.....	6
--	---



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Slip Permohonan Biaya
- Lampiran 2 Slip Pernyataan Menjadi Anggota
- Lampiran 3 Slip Setoran Simpanan
- Lampiran 4 Slip Penarikan Simpanan
- Lampiran 5 Slip Pengeluaran
- Lampiran 6 Slip Setoran
- Lampiran 7 Brosur
- Lampiran 8 Blangko Bimbingan
- Lampiran 9 Sertifikat PKL
- Lampiran 10 Sertifikat Aplikom
- Lampiran 11 Sertifikat BTA / PPI
- Lampiran 12 Sertifikat Pengembangan Bahasa
- Lampiran 13 Daftar Riwayat Hidup

IAIN PURWOKERTO

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sudah cukup lama umat Islam Indonesia, demikian juga belahan dunia Islam lainnya, menginginkan perekonomian yang berbasis nilai-nilai dan prinsip syariah (Islamic, Economic, System) untuk dapat diterapkan dalam segala aspek kehidupan bisnis dan transaksi umat. Tingginya keinginan masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah dalam menabung serta pembiayaan membuat bisnis jasa dalam lembaga keuangan syariah semakin prospektif lembaga keuangan syariah menjadi tempat untuk menghimpun dan menyalurkan dana bagi masyarakat yang mempunyai misi berlandaskan keadilan, kejujuran, kebersamaan yang sesuai dengan syariah.¹

Lembaga keuangan berbasis syariah yang pertama kali beroperasi pertama di Indonesia adalah Bank Muamalat Indonesia. Pendirian Bank Muamalat ini diikuti oleh banyaknya pendirian Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Namun karena lembaga ini masih dirasakan kurang mencukupi dan sanggup menjangkau masyarakat Islam lapisan bawah, lembaga-lembaga simpan pinjam yang disebut sebagai Baitul Maal Watamwil (BMT) di bentuk. Bank Islam selanjutnya disebut dengan Bank Syariah, adalah Bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank Islam atau biasa disebut dengan bank tanpa bunga, adalah lembaga keuangan/perbankan yang operasionalnya dan produknya dikembangkan berlandaskan pada al-Quran dan Hadits Nabi Saw. Atau dengan kata lain, Bank Islam adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya

¹ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori ke Praktek*, (Jakarta: Gema Insani 2001, hlm. 21.

dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoprasiaannya di sesuaikan dengan prinsip syariah Islam.²

Dengan berkembangnya perbankan syariah di Indonesia mendorong lembaga keuangan syariah, pegadaian syariah, koperasi syariah, dan juga lembaga keuangan mikro syariah yang sering disebut Baitul Maal Watamwil (BMT). Baitul Maal Watamwil adalah balai usaha mandiri terpadu yang isinya berintikan Baitul Maal Watamwil dengan kegiatan ekonomi pengusaha kecil dengan antara lain mendorong kegiatan menabung dan menunjang kegiatan ekonominya. Selain itu Baitul Maal Watamwil juga bisa menerapkan titipan Zakat, Infak dan sedekah, serta penyaluran sesuai dengan peraturan dan amanatnya.

Baitul Maal wa Tamwil (BMT) terdiri dari dua istilah, yaitu *baitul maal* dan *baitul tamwil*, sedangkan baitul maal lebih mengarah pada usaha-usaha pengumpulan dan penyaluran dana yang non-profit, seperti zakat, infak, dan shadaqoh. Sedangkan baitul tamwil sebagai usaha pengumpulan dan penyaluran dana komersial, usaha-usaha tersebut menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari BMT sebagai pendukung kegiatan ekonomi masyarakat kecil dengan berlandaskan syariah.

Dengan demikian, BMT menggabungkan dua bentuk kegiatan yang berbeda sifatnya-laba dan nirlaba dalam satu lembaga. Namun, secara operasional BMT tetap merupakan entitas (badan) yang terpisah.³

Secara kelembagaan BMT didampingi atau didukung pusat inkubasi Bisnis usaha Kecil (PINBUK). PINBUK sebagai lembaga primer karena mengemban misi yang lebih luas, yaitu menetaskan usaha kecil. Dalam prakteknya PINBUK menetaskan BMT, dan pada gilirannya BMT menetaskan

² Gita Danuppranata, *Buku Ajar Manajemen Perbankan Syariah*, (Jakarta: Salemba Empat, 2013), hlm. 33

³ Hartanto Widodo, dkk, panduan praktis operasional Baitul mal wat Tamwil. (Bandung: Mizan 1999), hlm. 81-82

usaha kecil.⁴ Keberadaan BMT merupakan presentasi dari kehidupan masyarakat dimana BMT berada, dengan jalan ini BMT mampu mengakomodir kepentingan ekonomi masyarakat.

Sebagai lembaga bisnis, BMT lebih mengembangkan usahanya pada sektor keuangan, yakni simpan-pinjam. Usaha ini seperti usaha perbankan yakni menghimpun dana anggota dan calon anggota (nasabah) serta menyalurkannya pada sektor ekonomi yang halal dan menguntungkan namun demikian, terbuka luas bagi BMT untuk mengembangkan lahan bisnisnya pada sektor riil maupun sektor keuangan lain yang dilarang dilakukan oleh lembaga keuangan bank.

Baitul Maal wa Tamwil pada dasarnya sama dengan Perbankan syariah namun BMT berorientasi pada pemberdayaan⁵, namun lembaga keuangan non bank seperti Baitul Maal wa Tamwil juga lembaga *intermediary* yang berfungsi mengumpulkan dana dan menyalurkannya pada masyarakat dalam bentuk fasilitas pembiayaan namun ruang lingkupnya saja yang masih kecil. Oleh karena itu lembaga keuangan memiliki kedudukan yang sangat strategis untuk turut menggerakkan sektor *riil* dalam rangka meningkatkan laju perekonomian dan pembangunan di Indonesia terutama lembaga Baitul Maal wa Tamwil yang langsung berkenaan dengan masyarakat kalangan menengah ke bawah, adapun tujuan di dirikannya BMT adalah meningkatkan kualitas usaha ekonomi untuk kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya. BMT berorientasi pada upaya peningkatan kesejahteraan anggota dan masyarakat, diharapkan dengan menjadi anggota BMT, masyarakat dapat meningkatkan taraf hidup melalui usahanya.⁶

Peranan umum BMT DRI Muamalat Tegal sama seperti lembaga keuangan lain yaitu melakukan pendanaan pada usaha yang dilakukan masyarakat dengan berdasarkan pada sistem perekonomian syari'at Islam,

⁴ M.Dawan Rahardji, *Islam dan Transformasi sosial-Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar,1999),hlm.432.

⁵ Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal wa Tamwil*, (Yogyakarta: UII Pres,2005), hlm. 125.

⁶ Abdul Mana, *Hukum Ekonomi Syariah*, (Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri, 2012), hlm. 354.

seperti akad Murabahah (bagi hasil), Murabahah (jual beli), dan Ijarah (sewa-menyewa). Sehingga masyarakat yang membutuhkan pendanaan dapat memilih pembiayaan yang akadnya sesuai dengan apa yang menjadi keinginan dan tujuannya.

Strategi merupakan komponen yang penting dalam keberlangsungan semua usaha apalagi untuk ukuran sebuah BMT, strategi dapat didefinisikan sebagai program untuk menentukan dan mencapai tujuan organisasi dalam mengoptimalkan misinya.⁷

Setiap fungsi manajemen memberikan kontribusi tertentu pada saat penyusunan strategi pada level yang berbeda. Pemasaran merupakan fungsi yang memiliki kontak paling besar dengan lingkungan eksternal, padahal perusahaan hanya memiliki kendali yang terbatas terhadap lingkungan eksternal. Karena itu pemasaran memainkan peran penting dalam pengembangan strategi.

Dalam keseharian, kita mengenal istilah pemasaran dan penjualan yang terkadang pengertiannya dianggap sama. Padahal kedua istilah tersebut berbeda dari sisi orientasi dan konsep yang di gunakan. Penjualan berorientasi pada produk yang telah ada dan berusaha agar barang tersebut dapat terjual sebanyak mungkin. Sedangkan pemasaran berpangkal pada kebutuhan pembeli yang belum terpenuhi dalam produk, kualitas, harga, kemudahan mendapat sparepart dan sebagainya. Produk bukan satu satunya menjamin kepuasan konsumen, akan tetapi ada beberapa variabel dan yang sangat mempengaruhi kepuasan konsumen yakni harga produk, lokasi, distribusi dan sebagainya. Apabila konsumen merasa puas, maka ia akan kembali dan tetap bertahan dengan produk dan memberitahu pihak lain untuk membeli produk kita⁸.

Bauran pemasaran merupakan salah satu strategi pemasaran untuk menyampaikan informasi secara luas, memperkenalkan suatu produk barang dan jasa, merangsang konsumen untuk membeli bahkan menciptakan

⁷ Philip Kotler, Kevin Late Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2008), hlm. 5

⁸ Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, (Yogyakarta: STIM YKPN, cet-1, 2002), hlm, 223.

preferensi pribadi terhadap image suatu produk. oleh karena itu bauran pemasaran di anggap sebagai salah satu unsur strategi yang paling potensial di dalam memasarkan suatu produk . Strategi bauran pemasaran yaitu: produk, harga, promosi dan tempat sangat berperan terutama pada keadaan persaingan yang semakin tajam dan perkembangan akan permintaan barang. Didalamnya keadaan persaingan sangat tajam terutama, terutama dalam pasar pembeli, peranan penetapan harga dan promosi penjualan sangat penting terutama untuk membangun komitmen dan loyalitas pelanggan.

Bauran pemasaran (*marketing mix*) merupakan alat bagi pemasar yang terdiri atas berbagai suatu program pemasaran yang perlu di pertimbangkan agar implementasi strategi pemasaran dan positioning yang ditetapkan berjalan sukses. Komponen bauran pemasaran diantaranya adalah :

1. Strategi produk

Produk secara umum diartikan sebagai sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Dalam praktiknya untuk menciptakan produk plus bukanlah perkara mudah, banyak faktor yang harus dipertimbangkan atau dengan kata lain kehadiran produk plus sangat tergantung dari berbagai pihak yang terkait dengan produk tersebut.

2. Strategi harga

Harga salah satu aspek penting dalam kegiatan marketing mix, penentuan harga menjadi sangat penting untuk di perhatikan, mengingat harga sangat menentukan laku tidaknya produk dan jasa BMT. Salah satu dalam menentukan harga akan berakibat fatal terhadap produk yang di tawarkan.

3. Strategi lokasi dan *lay out*

Penentuan lokasi beserta sarana dan prasarana pendukung menjadi sangat penting, hal ini disebabkan agar nasabah mudah menjangkau setiap lokasi BMT yang ada. Demikian pula sarana dan prasarana harus memberikan

rasa yang nyaman dan aman kepada seluruh nasabah yang berhubungan dengan BMT.

4. Strategi promosi

Promosi merupakan kegiatan marketing mix yang terakhir, kegiatan ini merupakan kegiatan yang sama pentingnya dengan ketiga kegiatan di atas, baik produk, harga dan lokasi. Dalam kegiatan ini setiap BMT berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung. Tanpa promosi jangan diharapkan nasabah dapat mengenal BMT, oleh karena promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya.⁹

Salah satu kebutuhan masyarakat adalah memenuhi kebutuhan pokoknya yaitu sandang, pangan, dan papan. Kebutuhan masyarakat akan meningkat pada saat mendekati momen hari raya Idul Fitri, Peluang inilah yang ditangkap oleh BMT DRI Muamalat dengan membuat produk tabungan Hari Raya.

Pelaksanaan produk Tabungan Hari Raya di BMT DRI Muamalat KCP Margasari dalam oprasionalnya dilaksanakan dengan program pertahun, karena tabungan hari raya bertujuan membantu masyarakat untuk memenuhi kebutuhan masyarakat untuk menyambut hari raya, disadaria atau tidak pada saat hari raya kebutuhan masyarakat akan meningkat peluang inilah yang ditangkap oleh BMT DRI Muamalat KCP Margasari.

Produk tabungan hari raya juga memiliki banyak keunggulan selain persyaratan yang mudah juga menggunakan sistem jemput bola dan juga pada saat pengambilan akan mendapatkan bonus berupa parcel karena itulah tabungan ini banyak diminati oleh masyarakat hal ini berdasarkan tabel di bawah ini.

⁹ Ilham Fahmi, *Manajemen Strategis Teori dan Aplikasi*, (Bandung: AlfaBeta, 2013), hlm 70

Tabel 1.1
Jumlah anggota produk simpanan BMT DRI Muamalat KCP Margasari-Tegal di Tahun 2018

No	Produk	Jumlah
1	Sigun	1150 Nasabah
2	Berjangka	1 Nasabah
3	Ziaroh	18 Nasabah
4	Qurban	0 Nasabah
5	Hari Raya	179 Nasabah

Berdasarkan **Tabel 1.1** di atas nampak bahwa Tabungan Hari Raya memiliki banyak peminat, terbukti ada 179 nasabah padahal tabungan ini tergolong tabungan baru, baru sekitar tiga bulan sejak produk di luncurkan pada bulan Maret 2018.

Karena itulah berdasarkan uraian yang penulis paparkan diatas, penulis ingin menindaklanjuti dengan membahas lebih dalam yang berkaitan dengan strategi pemasara yang digunakan BMT DRI Muamalat dalam menarik minat nasabah terhadap tabungan Hari Raya yang akan dituangkan dalam Tugas Akhir yang berjudul, “STRATEGI PEMASARAN PADA PRODUK TABUNGAN HARI RAYA DI BMT DRI MUAMALAT KCP MARGASARI-TEGAL”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dapat diambil rumusan masalah Bagaimana strategi pemasaran Produk Tabungan Hari Raya pada BMT DRI Muamalat KCP Margasari-Tegal ?

C. Maksud dan Tujuan Penulisan Tugas Akhir

Maksud penulisan laporan tugas akhir adalah untuk mengetahui strategi apa yang dilakukan oleh BMT DRI Muamalat dalam menjaring nasabah di dalam produk tabungan Hari Raya sehingga dalam waktu tuga bulan sudah

dapat menjaring nasabah sebanyak 179 nasabah, yaitu dengan melakukan penelitian secara langsung di BMT DRI Muamalat KCP Margasari-Tegal. Selain itu, juga untuk menambah pengetahuan khususnya untuk penulis sendiri dan atau pembaca pada umumnya.

Tujuan penulisan Tugas Akhir adalah untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Ahli Madya dalam bidang manajemen perbankan syariah. Demikian juga untuk mengembangkan kemampuan penulis dalam menulis hasil penelitian yang berdasarkan pada laporan pelaksanaan praktek kerja lapangan. Dengan demikian penulis dapat memaparkan secara detail praktek kerja yang dilaksanakan sesuai dengan persyaratan yang ditentukan oleh fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto¹⁰

D. Manfaat Penelitian

Dalam penyusunan penelitian tugas akhir ini penulis berharap akan adanya manfaat bagi:

1. Bagi Penulis

Sebagai syarat untuk memenuhi tugas akhir dan ujian akhir program studi D III Manajemen Perbankan Syariah IAIN Purwokerto serta menambah pengetahuan dan pengalaman terkait Strategi penanganan pembiayaan bermasalah pada produk pembiayaan murabahah di BMT Dinar Rahmat Insani Muamalat KCP Margasari Tegal.

2. Bagi BMT Dinar Rahmat Insani Muamalat KCP Margasari Tegal

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan atau bahan evaluasi dalam upaya pengembangan strategi pemasaran yang lebih baik.

3. Bagi Institut Agama Islam Negeri Purwokerto

¹⁰ Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto, (panduan Laporan Tugas Akhir DIII MPS 2016), hlm. 3.

Laporan tugas akhir ini dapat digunakan untuk referensi dan pengetahuan bagi mahasiswa IAIN Purwokerto khususnya mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI)

4. Bagi Masyarakat

Sebagai referensi atau bacaan sehingga masyarakat dapat memperoleh wawasan pengetahuan yang lebih, khususnya tentang perbankan.

E. Metode Penelitian Tugas Akhir

Metode penelitian atau metode ilmiah adalah prosedur atau langkah-langkah dalam mendapatkan pengetahuan ilmiah atau ilmu. Jadi metode penelitian adalah cara sistematis untuk menyusun ilmu pengetahuan. Sedangkan teknik penelitian adalah cara untuk melaksanakan metode penelitian.¹¹ Dalam penulisan ini, penulis menggunakan beberapa metode penelitian supaya memperoleh data-data yang akurat, yaitu :

1. Jenis Penelitian

Metode penulisan yang digunakan dalam penelitian Tugas Akhir adalah metode deskriptif. Analisis ini terbatas pada usaha mengungkapkan suatu masalah, keadaan atau suatu peristiwa sebagai mana adanya sehingga bersifat sekedar mengungkapkan fakta (*fact finding*). Hasil penelitian ditekankan pada memberikan gambaran secara *objektif* tentang keadaan sebenarnya dari objek yang diteliti.¹²

2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian bertempat di BMT Dinar Rahmat Insani Muamalat KCP Margasari Tegal yang beralamat di Jl. Raya Jembayat Margasari Tegal. Sedangkan waktu penelitian dilakukan yaitu dari tanggal 12 Februari 2018 sampai dengan 11 Maret 2018.

3. Subyek dan Obyek

¹¹ Suryana, *Metodelogi Penelitian Model Praktis Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, (Univesitas Pendidikan Indonesia, 2010), hlm. 20

¹² Hadari Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, cet VIII, Yogyakarta: G.ajah Mada Univesity Press, 1998, hlm. 31

Subyek penelitian ini adalah BMT Dinar Rahmat Insani Muamalat KCP Margasari Tegal. Objek penelitian adalah strategi pemasaran produk tabungan Hari Raya.

4. Sumber Data

a. Sumber Data Primer

Yaitu sumber data utama yang diperoleh langsung dari subjek/pelaku dengan sumber informasi yang dicari. Pengumpulan data berasal dari sumber primer berupa tanya jawab atau wawancara yang merupakan suatu metode pengumpulan data dengan cara bertanya langsung.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder yaitu sumber data yang tidak langsung berkaitan dengan penelitian ini. Dalam penelitian ini sumber data sekunder adalah referensi pustaka, yaitu referensi yang memuat berbagai informasi tertulis dari data-data yang diperoleh dari BMT Dinar Rahmat Insani Muamalat Kantor Cabang Pembantu Margasari Tegal. Selain itu penulis juga menggunakan berbagai sumber pustaka berupa buku-buku, jurnal, artikel, atau informasi-informasi lain yang memiliki dengan judul yang diangkat penulis sebagai pendukung kelengkapan data.¹³

5. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data ini penulis menggunakan beberapa metode, yaitu

a. Teknik Wawancara

Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Wawancara dapat dilakukan secara terstruktur maupun tidak terstruktur, dan dapat dilakukan melalui tatap muka (*face to face*) maupun dengan menggunakan telepon.

¹³ Lexy J.Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*, (Bandung: ROSDA, 2015), hlm. 31

Wawancara yang dilakukan penulis menggunakan teknik wawancara terstruktur, penulis menanyakan pada tanggal 3 oktober kepada Bpk Jainudin selaku kepala cabang BMT DRI Muamalat KCP Margasari mengenai hal-hal yang berkaitan dengan strategi pemasaran tabungan hari raya.

b. Teknik Observasi

Dalam observasi peneliti langsung turun ke lapangan untuk mengamati perilaku dan aktivitas individu-individu di lokasi penelitian. Dalam hal ini, peneliti merekam/mencatat aktivitas-aktivitas dalam lokasi penelitian mengenai Strategi Pemasaran Pada Produk Tabungan Hari Raya BMT Dinar Rahmat Insani Muamalat Kantor Cabang Pembantu Margasari Tegal.¹⁴

Obsesrvasi yang digunakan peneliti adalah observasi partisipan dimana saya sebagai penulis ikut langsung dalam observasi ketika saya melakukan Praktek Kerja Lapangan di BMT DRI Muamalat KCP Margasari, Tegal pada tanggal 12 Februari-11 Maret 2018.

c. Teknik Dokumentasi

Metode ini adalah salah satu metode pengumpulan data yang digunakan untuk menelusuri data historis, berupa surat-surat, catatan, notulen, laporan rapat, agenda, dan lain-lain. Metode dokumentasi ini digunakan untuk mengumpulkan data yang berkaitan dengan kegiatan yang ada di BMT Dinar Rahmat Insani Muamalat KCP Margasari Tegal.

Adapun data yang diperoleh dari subjek penelitian ini adalah dengan meminta data langsung pada subjek untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan yang berhubungan dengan penelitian ini.

¹⁴ John W. Creswell, *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, Dan Mixed*, (Yogyakarta: PUSTAKA PELAJAR, 2014), hlm. 267

6. Teknik Analisis Data

Selanjutnya setelah semua data terkumpul baik dalam berbentuk primer maupun sekunder, maka tahap selanjutnya menganalisis data secara deskriptif kualitatif untuk memberikan gambaran fakta-fakta yang ada mengenai Strategi Pemasaran Produk Tabungan Hari Raya pada BMT DRI Muamalat KCP Margasari Tegal, dan nantinya dapat diperoleh kesimpulan.

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama dilapangan, dan setelah selesai dilapangan, oleh karena itu teknik yang digunakan adalah analisis non teknik.

Dalam menganalisis data kualitatif penulis menggunakan langkah-langkah sebagai berikut :

a. Data Reduction (Reduksi Data)

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu.

b. Data Display (penyajian data)

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan, antar kategori sehingga akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang dipahami tersebut.

c. Conclusion Drawing/Verifacation

Kesimpulan awal yang dikembangkan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya.

F. Sistematika Penulisan

Dalam penulisan tugas akhir ini pada garis besarnya atas empat bab dan dari setiap bab terdiri dari beberapa sub bab. Untuk lebih jelasnya penulis paparkan sebagai berikut:

Untuk memudahkan pembahasan penelitian ini, secara garis besar membaginya menjadi empat bab. Adapun sistematikanya sebagai berikut:

I. BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini pembahasan awal yang dipaparkan secara global yakni berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penulisan proposal, manfaat penulisan proposal, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

II. BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini membahas mengenai penelitian terdahulu sekaligus pembahasan umum yang berhubungan dengan judul proposal.

III. BAB III : HASIL DAN PEMBAHASAN

Berisi Gambaran Umum Tentang BMT Dinar Rahmat Insani Muamalat Kantor Cabang Pembantu Margasari Tegal. Dalam bab ini penulis akan menjelaskan mengenai Strategi Pemasaran Pada Produk Tabungan Hari Raya yang dilakukan BMT Dinar Rahmat Insani Muamalat KCP Margasari Tegal.

IV. BAB IV : PENUTUP

Bab terakhir ini terdiri dari kesimpulan atau jawaban atas rumusan masalah dalam penelitian dan berisi saran-saran. Bagian akhir tugas akhir ini terdiri dari daftar pustaka, lampiran-lampiran, dan daftar riwayat hidup penulis.

BAB IV

PENUTUP

A. Simpulan

Setelah melakukan pengamatan dalam analisis penulis dapat menyimpulkan :

Dari tahapan strategi yang telah dilaksanakan BMT DRI Muamalat KCP Margasari penulis menemukan bahwa faktor *Product* (produk) adalah faktor yang dominan dalam menentukan keberhasilan strategi pemasaran, penulis menyimpulkan daya tarik yang pertama karena tabungan hari raya cenderung terobosan pertama yang dilakukan oleh lembaga keuangan di sekitar kecamatan Margasari, jadi Tabungan Hari Raya merupakan Tabungan baru yang ada di Kecamatan Margasari. yang kedua persyaratan yang mudah, karena nasabah hanya perlu melampirkan KTP. Yang ketiga dengan pemberian hadiah kepada nasabah pada saat nasabah telah menyelesaikan tabungan mereka.

B. Saran

Berdasarkan pembahasan diatas, ada beberapa hal yang di sarankan penulis kepada BMT DRI Muamalat KCP Margasari dalam Tabungan Hari Raya diantaranya adalah penambahan marketing BMT DRI Muamalat KCP Margasari karena hanya ada empat marketing dan belum terbagi menjadi marketing fanding atau fending, penambahan dan pembagian tugas marketing dibutuhkan agar kedepanya marketing dapat lebih fokus dan dapat bekerja dengan maksimal, karena marketing adalah seorang yang berperan sangat penting dalam suatu perusahaan.

Lebih memperluas segmentasi pasar agar dapat memasarkan dan mengenalkan produk tabungan hari raya lebih luas lagi agar kedepanya produk tabungan hari raya ini lebih baik lagi.

Starategi pemasaran yang digunakan oleh BMT DRI Muamalat KCP Margasari sudah berjalan dengan baik semoga pihak BMT dapat

mempertahankan kinerjanya dan BMT DRI Muamalat dapat berjalan lebih baik lagi



DAFTAR PUSTAKA

Ardiastuti, Wiji, *Srategi Pemasaran Tabungan Haji di Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP Ajibarang*, Tugas Akhir, Purwokerto, IAIN Purwokerto, 2014

Azizah, Siti, *Strategi Pemasaran Produk Mitra Iqra Plus Pada Asuransi Jiwa Bersama (AJB) Bumiputra 1912 Syariah KC Purwokerto*, Tugas Akhir. Purwokerto, IAIN Purwokerto, 2017

Danuppranata. Gita, *Buku Ajar Manajemen Perbankan Syariah*, Jakarta: Salemba Empat, 2013

Fatah, Nanang, *Manajemen Strategik Berbasis Nilai (Valuta Basle Strategic Manajemen)*, (Bandung: PT Remaja Rodaskarya), 2015

Fahmi, Ilham, *Manajemen Strategis Teori dan Aplikasi*, (Bandung: AlfaBeta, 2013

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto, (Panduan Laporan Tugas Akhir DIII MPS 2016)

Hasil wawancara dengan Bpk Zaenudin selaku Kepala Cabang BMT DRI Muamalat KCP Margasari-Tegal

J.Moleong, Lexy, *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*, (Bandung: ROSDA, 2015)

<http://www.bmtdrimuamalat.com/baitulmal>

Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2000)
Mangkuperwira, Safi'i, *Manajemen Sumber daya Manusia Strategik*, (Bogor: Galis Indonesia, 2011)

Muhamad, *Manajemen Bank Syariah*, (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2002)

Mana. Abdul, *Hukum Ekonomi Syariah*, (Jakarta: PT Fajar Interpretama Mandiri, 2012)

Nawawi. Hadari, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, cet VIII, Yogyakarta: Gajah Mada UnivesityPress, 1998

Nurul Ummi, Alfi, *Analisis Minat Nasabah Terhadap Produk Tabungan Haji Makbul Pada PT Bank Sumut Cabang Pembantu Pasar Halat Medan*, Skripsi, Medan, Politeknik Negri Medan, 2014

Rahardji, Dawan, *Islam dan Transformasi sosial-Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1999)

Ridwan. Muhammad, *Manajemen Baitul Maal wa Tamwil*, (Yogyakarta: UII Pres, 2005)

Riski Anggita, Ratri, *Strategi Pemasaran Tabungan SI-amin Di PT.BPRS Formes Yogyakarta. Skripsi* Purwokerto, IAIN Purwokerto, 2017

Rheza Pribadi, Sandy, *Stratgi Pemasaran Produk Tabungan Simpanan Pelajar (SIMPEL) di Bank BRI Syariah KC Purwokerto*, Tugas Akhir, Purwokerto, IAIN Purwokerto, 2014

Rohimah, *Strategi Pemasaran Produk Tabungan Faedah di Bri Syariah Kantor Cabang Pembantu Purbalingga*, Tugas Akhir, Purwokerto, IAIN Purwokert, 2017

Sabiq, Sayyid, *fiqhus sunnah*, (beirut: darul-Kitab al-Arabi, 1987) cetakan ke-8

Suryana, *Metodelogi Peneltian Model Praktis Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, (Univesitas Pendidikan Indonesia, 2010)

Susminah, Catur, *Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Cicil Emas IB di Bank Syariah Mandiri KC Purwokerto*, Tugas Akhir, Purwokerto, IAIN Purwokerto, 2011

Syafi'I Antonio. Muhammad, *Bank Syariah Dari Teori ke Praktek*, Jakarta: Gema Insani, 2001

Widodo Hartanto, dkk, *panduan praktis operasionl Baiutul mal wat Tamwil*. (Bandung: Mizan. 1999)

W. Creswell, John, *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, Dan Mixed*, (Yogyakarta: PUSTAKA PELAJAR, 2014)