

**OPTIMALISASI PEMASARAN PRODUK PENYALURAN DANA PEMBIAYAAN
BERBASIS MARKETING SYARIAH (STUDI KASUS BMT UMY)**



SKRIPSI

Oleh:

Reza Hidha Taufiqurrohman

NPM: 20120730079

FAKULTAS AGAMA ISLAM

PRODI MUAMALAT

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2016

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Reza Hidha Taufiqurrohman

NIM : 20120730079

Program Studi : Ekonomi Perbankan Islam

Judul Skripsi : **“OPTIMALISASI PEMASARAN PRODUK PENYALURAN DANA PEMBIAYAAN BERBASIS MARKETING SYARIAH (STUDI KASUS BMT UMY)”**

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya saya sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 18 Nopember 2016

Yang Membuat Pernyataan



Reza Hidha Taufiqurrohman

MOTTO

“Lebih baik bertempur dan kalah daripada tidak pernah bertempur
sama sekali”

(Arthur Hugh Clough)

“Sesuatu mungkin mendatangi mereka yang mau menunggu,
namun hanya didapatkan oleh mereka yang bersemangat
mengejanya”

(Abraham Lincoln)

“Pekerjaan besar tidak dihasilkan dari kekuatan, melainkan oleh
ketekunan”

(Samuel Johnson)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Kupersembahkan skripsi ini kepada:

- ❖ **Allah SWT yang telah memberikan kehidupan, limpahan berkah dan nikmat yang luar biasa kepada saya.**
- ❖ **Nabi muhammad SAW yang selalu menjadi panutan saya dan telah berhasil menyampaikan ajaran Islam keseluruh dunia.**
- ❖ **Orang tua yang telah merawat saya dari kecil sampai sekarang sehingga dapat menyelesaikan gelar Sarjana.**
- ❖ **Keluarga besar Moch Aliman yang telah mendukung saya dengan tulus selama ini.**
- ❖ **Teman-teman perkumpulan PES yang selalu menghibur dan mendukung saya selama ini.**
- ❖ **Teman dekat saya Mahadhir Muhammad dan Dimas Purbo Irawan yang selalu menghibur dan mendukung saya selama ini.**
- ❖ **Teman-teman seperjuangan yang telah bersama-sama berjuang dalam menempuh gelar Sarjana.**

Terimakasih atas do'a dan dukungannya selama ini sehingga saya dapat menyelesaikan salah satu tugas dalam mendapatkan gelar Sarjana ini.

Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan kalian. Aamiin...

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	v
HALAMAN PENGESAHAN	vi
MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	xi
DAFTAR ISI	xvi
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	12
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORI	
A. Tinjauan Pustaka	13

B. Kerangka Teori	16
a. Pengertian Optimalisasi	16
b. Pemasaran Syariah	17
a. Pengertian Pemasaran	17
b. Pengertian Pemasaran Syariah	18
c. Karakteristik Marketing Syariah	18
d. Prinsip-prinsip Marketing Syariah	24
c. Financing to Deposit Ratio (FDR) Pemasaran Syariah	34
d. Pembiayaan	36
a. Pembiayaan Produktif	36
b. Pembiayaan Konsumtif	36

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Pendekatan	38
B. Lokasi, Jadwal, Skema dan Subyek Penelitian	39
1. Lokasi Penelitian	39
2. Jadwal Penelitian	39
3. Skema Penelitian	40
4. Subyek Penelitian	41
C. Jenis dan Sumber Data	41
1. Data Primer	41
2. Data Sekunder	42
D. Teknik Pengumpulan Data	42
1. Metode Observasi (Pengamatan)	42

2. Interview (Wawancara)	43
3. Dokumentasi	44
E. Keabsahan dan Kredibilitas	45
F. Metode Analisis Data	47

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum BMT UMY	48
1. Sejarah Berdirinya BMT UMY	48
2. Visi dan Misi BMT UMY	50
3. Struktur Organisasi BMT UMY	51
4. Susunan Pengurus dan Pengawas BMT UMY	52
5. Produk BMT UMY	53
B. Hasil Penelitian	57
1. Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan BMT UMY Berbasis Marketing Syariah	57
2. Optimalisasi Pemasaran Produk Pembiayaan BMT UMY	70
3. Cara Mengoptimalkan Pemasaran Produk Pembiayaan BMT UMY Berbasis Marketing Syariah	74
C. Pembahasan	75
1. Optimalisasi Pemasaran Produk Pembiayaan BMT UMY	75
2. Langkah-langkah Optimalisasi Pemasaran Produk Penyaluran Dana Pembiayaan BMT UMY Berbasis Marketing Syariah	78

BAB V : PENUTUP

A. Kesimpulan	92
B. Saran	96

DAFTAR PUSTAKA	98
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN-LAMPIRAN :

TRANSKRIP WAWANCARA	i
----------------------------------	----------

FOTO-FOTO DOKUMENTASI	xv
------------------------------------	-----------

TESTIMONI MITRA	xxii
------------------------------	-------------

SURAT PENELITIAN	xxiv
-------------------------------	-------------

SURAT OBSERVASI	xxv
------------------------------	------------

CATATAN BIMBINGAN SKRIPSI	xxvi
--	-------------

CURRICULUM VITAE	xxvii
-------------------------------	--------------

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Islamic Finance Country Index	2
Gambar 3.1 Skema Penelitian	40
Gambar 4.1 Struktur Organisasi BMT UMY.....	51
Gambar 4.2 Jumlah pembiayaan dari tahun 2013 -2015.....	72

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Nasional jumlah bank, kantor dan penyaluran dana 2015.....	3
Tabel 2.1 Penilaian Rasio Pembiayaan	34
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian	39
Tabel 4.1 Jumlah pembiayaan dari tahun 2013-2015	71
Tabel 4.2 Jumlah simpanan, prosentase kenaikan simpanan, jumlah pembiayaan, prosentase kenaikan pembiayaan dan FDR tahun 2013-2015	73
Tabel 4.3 Optimaliasi pemasaran pembiayaan dari tahun 2013-2015	78