

**STRATEGI JEMPUT BOLA DALAM PEMASARAN PRODUK  
TABUNGAN BMT SEBAGAI KEUNGGULAN KOMPETITIF  
( Studi BMT UGT Nusantara Cabang Wonokerto )**

**SKRIPSI**

DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI PERSYARATAN

MEMPEROLEH GELAR SARJANA



UNIVERSITAS ISLAM  
RADEN RAHMAT

Disusun oleh :

Ulul Azmi

201864290006



**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS ISLAM RADEN RAHMAT**

**MALANG**

**2022**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Strategi Jemput Bola Dalam Pemasaran Produk *Funding BMT*  
Sebagai Keunggulan Kompetitif

Disusun oleh : Ulul Azmi  
NIM : 201864290006  
Prodi : Ekonomi Syariah  
Konsentrasi : Strategi Pemasaran

Telah diperiksa dan disetujui untuk dipertahankan

di depan tim penguji

Malang, 25 April 2022

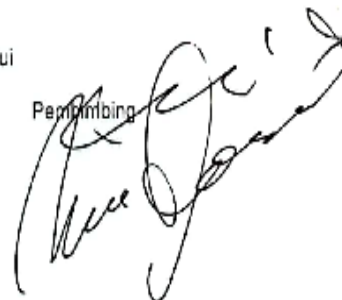
Mengetahui & Menyetujui

kaprodi, Ekonomi Syariah



A. Fahrur Rozi, M.Hl.  
NIDN. 0727098606

Pembimbing



Hari Basuki M.A  
NIDN. 2128046301

LEMBAR PENGESAHAN

Telah dipertahankan didepan majelis penguji Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Raden Rahmat Malang, pada :

Hari/Tanggal : Kamis, 9 Juni 2022

Judul :Strategi Pemasaran Jemput Bola Dalam Pemasaran Produk Tabungan BMT Sebagai Keunggulan Kompetitif

**DINYATAKAN LULUS**  
MAJELIS PENGUJI  
PENGUJI UTAMA,



( Ika Rinawati, M.E )  
NIDN : 0721028503

Ketua Penguji,



( Hari Basuki, M.A )  
NIDN : 2128046301

Sekretaris,



( Yuliyanti.M. Mahan, S.E.I, M.S.I )  
NIDN : 0719078201

MENGESAHKAN,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Islam Raden Rahmat Malang

Dekan,



( M. Lusi Azwar Anas, S.E., M.M )

NIDN : 0713047901

### PERNYATAAN ORSINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ulul Azmi

NIM/NIMKO : 201864290006/2018.4.064.0829.1.000218

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang saya tulis benar merupakan hasil karya ilmiah sendiri dan pengetahuan saya pribadi. Tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini terdapat unsure jiplakan atau plagiasi baik sebagian atau seluruhnya. Maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Malang, 25 April 2022

Yang membuat pernyataan



ULUL AZMI



**ABSTRACT**

Azmi, Ulul. 2022. " *Strategi Jemput Bola Dalam Pemasaran Produk Funding BMT Sebagai Keunggulan Kompetitif* " Skripsi. Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Raden Rahmat Malang, Pembimbing: Hari Basuki M.A

*Baitul Mal Wat Tamwil (BMT) One of the Islamic financial institutions, namely a financial intermediary institution between savers and users of funds. The establishment of BMT as a relative organization, as a sharia financial institution, BMT adheres to sharia principles. Faith as the foundation of belief to develop and achieve success in this world and in the hereafter. To achieve this success by means of kinship and togetherness. This research uses qualitative research. According to Saryono qualitative research is research that is used to research, find, describe, and explain the quality or features of social influence that cannot be explained, measured, or described quantitatively. BMT UGT Nusantara Wonokerto branch uses a pick-up-ball marketing system, which is a direct marketing system to visit customers at their homes or places where they do business and start a conversation, the main discussion of which is to offer BMT products. Because BMT employees are more flexible in explaining and marketing BMT UGT Nusantara Wonokerto branch products to prospective customers. BMT also focuses on marketing in areas near the market, in order to reach people in the market and they can be productive if BMT employees pick them up there, both in installments and deposits. With this approach, it is more friendly to prospective customers and easier to market the products offered with the aim of making it easier for customers to understand and there are no doubts between them.*

*Keywords : Pick-up Strategy, Marketing, Competitive Advantage*



UNIVERSITAS ISLAM  
**RADEN RAHMAT**

**ABSTRAK**

Azmi, Ulul. 2022. “ *Strategi Jemput Bola Dalam Pemasaran Produk Funding BMT Sebagai Keunggulan Kompetitif* “ Skripsi. Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Raden Rahmat Malang, Pembimbing: Hari Basuki M.A

Baitul Mal Wat Tamwil (BMT) Salah satu lembaga keuangan syariah yaitu lembaga perantara keuangan antara penabung dan pengguna dana. Berdirinya BMT sebagai organisasi yang relative, sebagai lembaga keuangan syariah, BMT berpegang teguh dengan prinsip-prinsip syariah. Keimanan sebagai landasan keyakinan untuk berkembang dan mencapai sukses di dunia dan di akhirat. Untuk mencapai kesuksesan tersebut dengan cara kekeluargaan dan kebersamaan. Penelitian ini menggunakan penelitian Kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk meneliti, menemukan, mendeskripsikan, dan menjelaskan kualitas atau keistimewaan pengaruh sosial yang tidak dapat dijelaskan, diukur, atau digambarkan secara kuantitatif. BMT UGT Nusantara cabang Wonokerto menggunakan sistem pemasaran jemput bola adalah sistem pemasaran langsung mendatangi nasabah di rumah-rumah atau di tempat mereka melakukan usaha dan memulai percakapan yang pembahasan utama nya yaitu menawarkan produk-produk BMT. Karena karyawan BMT lebih leluasa menjelaskan dan memasarkan produk BMT UGT Nusantara cabang Wonokerto kepada calon nasabah. BMT juga fokus melakukan pemasaran di daerah dekat pasar, agar menjangkau masyarakat di pasar dan mereka bisa produktif apabila karyawan BMT jemput kesana baik angsuran maupun simpanan. Dengan ini pendekatan lebih *friendly* kepada calon nasabah dan lebih mudah dalam memasarkan produk yang ditawarkan dengan tujuan nasabah lebih mudah memahaminya dan tidak ada keraguan diantaranya.

**Kata Kunci :** *Strategi Jemput Bola, Pemasaran, Keunggulan Kompetitif.*



UNIVERSITAS ISLAM  
**RADEN RAHMAT**

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji bagi Allah SWT berkat rahmat dan karunia-Nya. Dzat maha Esa, sang maha kemenangan yang senantiasa memberikan cinta kasih dan sayang kepada setiap Makhluknya, Dzat yang maha kekal yang menciptakan seluruh alam semesta, Dzat yang maha memberi kehidupan dan maha pemberih kasih sayang, Dzat yang maha adil bagi seluruh Makhluknya, Dzat yang maha pemurah, Dzat yang memberi Rizki, Dzat yang memberi ampunan, Dzat yang telah memeberi akal kepada Manusia. Dari Allah kita berasal dan kepada Allah tujuan kita pulang.

Shalawat serta salam senantiasa kita sampaikan kepada Allah SWT serta Nabi Muhammad SAW, yang telah memberi petunjuk kepada kita dari zaman kegelapan menuju zaman yang terang benerang yakni adinul islam. Semoga kita semua termasuk umat Nabi Muhammad SAW yang kelak mendapat syafaatnya, amin.

*Alhamdulillahirobbil 'Alamiin*, rasa syukur yang sangat dalam dari lubuk hati, penulis ucapkan kepada Allah SWT sehingga skripsi ini terselesaikan pada waktunya dengan bermacam rintangan dan perjuangan serta pengorbanan yang penulis lalui.

Penyusunan skripsi yang ber judul Strategi Jemput Bola dalam pemasaran produk *funding* BMT sebagai keunggulan kompetitif. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, dalam rangka memperbanyak khasanah atau pengetahuan keilmuan ekonomi syariah dan fakultas ekonomi dan bisnis.



Dalam proses penyusunan penulis menyampaikan dan ucapan terimakasih sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Imran Rosyadi Hamid selaku Rektor Universitas Islam Raden Rahmat Malang.
2. Bapak M. Yusuf Anas, S.E.,M.M , selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Raden Rahmat Malang.
3. Bapak A. Fahrur Rozi, M.HI., selaku Kaprodi Ekonomi Syariah Universitas Islam Raden Rahmat Malang.
4. Bapak Hari Basuki M.A, selaku dosen pembimbing yang memberi arahan, motivasi dan masukan dalam penyusunan skripsi.
5. Seluruh bapak dan ibu Dosen prodi ekonomi syariah yang telah mengajarkan ilmunya dan pengalaman selama beberapa tahun penulis mengemban ilmu di Universitas Islam Raden Rahmat Malang.
6. Ayah dan ibu tercinta yang tidak ada berhentinya dama mendo'akan dan mendukung setiap waktu, dan keluarga besar penulis yang selalu memberi semangat dalam menyelesaikan skripsi.
7. Terimakasih saya ucapkan kepada keluarga Tante yuli yang selalu memberi semangat supaya cepat-cepat menyelesaikan skripsi ini, dan Alhamdulillah terselesaikan juga.
8. Hamba Allah yang selalu memotivasi untuk segera menyelesaikan skripsi, selalu mensupport, membantu, dan menghibur dikala pusing-pusingnya mengerjakan skripsi.
9. Kepada Sahabat saya Khodijah Almas, sahabat saya dari waktu pertama kuliah sampai sekarang, yang selalu mendukung, memberi semangat, memotivasi, menghibur, ajak bermain, dan banyak lagi, terimakasih sudah menjadi sahabat terbaik saya. Sahabat till jannah amin.



10. Kepada teman-teman semuanya, teman kampus, teman pesantren, teman main dan lain-lain yang tidak bisa disebutkan satu persatu, saya ucapkan banyak terimakasih sudah memberi semangat dan membantu penulis dalam mengerjakan skripsi sampai selesai.

*Jazakumullah khairon khatsiron wa jazakullah khoiron jaza'*, semoga Allah SWT memberikan limpahan keberkahan atas semua do'a dan bantuan lainnya seperti arahan dan motivasi yang telah diberikan kepada penulis. Akhir kata penulis sampaikan, semoga skripsi ini menjadi amal jariyah kita semua yang kelak menjadi bekal kita semua kembali kepada Allah SWT.

Malang, 25 April 2022

Ulul Azmi



UNIVERSITAS ISLAM  
**RADEN RAHMAT**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORSINALITAS</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	77
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Konteks Penelitian .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Kegunaan Peneliti .....	6
1.5 Ruang Lingkup Keterbasan Peneliti .....	7
1.6 Sistematik Penulisan .....	7
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	9
2.1 Peneliti Terkait .....	9
2.2 Kajian Teori .....	12
2.2.1 Pengertian strategi .....	12
2.2.2 Pemasaran .....	13
2.2.3 Strategi Pemasaran .....	16
2.2.4 Jemput Bola .....	18
2.2.4.1 Pengertia Jemput Bola .....	18
2.2.4.2 Penjelasan Jemput Bola .....	18
2.2.4.3 Strategi Jemput Bola .....	21
2.2.4.4 Manfaat Strategi Jemput Bola .....	22
2.2.4.5 Kelemahan dan kelebihan Jemput Bola .....	22
2.2.5 Konsep Strategi Produk .....	23
2.2.6 Syarat-syarat Produk Tabungan .....	28
2.2.7 Keunggulan Kompetitif .....	30
2.2.8 Baitul Maal Tamwil (BMT) .....	34

<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	41
3.1 Rancangan Penelitian .....	41
3.2 Lokasi Penelitian .....	42
3.3 Fokus Penelitian.....	42
3.4 Sumber Data .....	43
3.5 Pengumpulan Data .....	43
3.6 Instrumen Data.....	44
3.7 Analisis Data .....	44
<b>BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN</b> .....	47
4.1 Gambaran Umum.....	47
4.1.1 sejarah BMT UGT Nusantara .....	47
4.1.2 visi dan Misi BMT .....	48
4.1.3 struktur Organisasi.....	49
4.1.4 tugas-tugas .....	49
4.1.5 legalitas .....	51
4.1.6 jenis Tabungan Funding .....	52
4.1.7 ketentuan-ketentuan produk funding.....	53
4.2 Paparan Data dan Analisis Data.....	55
4.2.1 Strategi Jemput Bola dalam Pemasaran Produk BMT UGT Nusanatara cabang Wonokerto.....	56
4.2.2 Kendala-kendala dalam Pemasaran Jemput Bola pada BMT .....	58
4.2.3 Keunggulan Kompetitif yang dimiliki oleh BMT UGT Nusanatara cabang Wonokerto bersama BPRS Bumi Rinjani.....	61
4.3 Pembahasan .....	65
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	70
5.1 kesimpulan .....	70
5.2 Saran.....	70
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	72



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1: Penelitian Terdahulu.....	9
Table 4.2 : Data Jumlah Tabungan dan Jumlah Nasabah.....	56



UNIVERSITAS ISLAM  
**RADEN RAHMAT**

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 : Struktur Organisasi BMT UGT Nusantara .....49



UNIVERSITAS ISLAM  
**RADEN RAHMAT**

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Konteks Penelitian

Kuantitas Bank syariah di Indonesia semakin serius. Mereka menawarkan yang mereka miliki, tidak dapat disangkal bahwa pengembangan nasabah berkembang dari waktu ke waktu. Bukan bank syariah yang nasabahnya terus berkembang, namun lembaga keuangan nonbank berbasis syariah juga mengalami peningkatan, seperti asuransi syariah (takaful), koperasi (Baitul mal wattamwil), pegadain syariah, dan lembaga keuangan lainnya. ( Sudarsono : 2003, 85)

Baitul Mal Wat Tamwil (BMT) Salah satu lembaga keuangan syariah yaitu lembaga perantara keuangan antara penabung dan pengguna dana. Berdirinya BMT sebagai organisasi yang relative, sebagai lembaga keuangan syariah, BMT berpegang teguh dengan prinsip-prinsip syariah. Keimanan sebagai landasan keyakinan untuk berkembang dan mencapai sukses di dunia dan di akhirat. Untuk mencapai kesuksesan tersebut dengan cara kekeluargaan dan kebersamaan.

Pembiayaan atau penyaluran oleh BMT kepada nasabah menggunakan perjanjian (akad) bagi hasil (Mudharabah), jadi pertukaran ini tidak akan mendzalimi keduanya dua belah pihak Baitul Maal wa Tamwil (BMT) dan nasabah peminjam. Akad bagi hasil juga akan memberikan keuntungan bagi kedua belah pihak karena pertukaran ini merupakan pertukaran transaksi atau kerjasama, untuk hasil yang diberikan tidak tetap tetapi terombang-ambing bisa lebih besar atau lebih kecil mengingat penghasilan yang diperoleh nasabah. Meskipun kesepakatan dan pembelian akan memberikan keamanan kepada kedua



belah pihak terlepas dari suku bunga naik atau turun tidak akan mempengaruhi nilai pembiayaan, karena manfaat dukungan diselesaikan dengan melihat label harga terlebih lagi, biaya penjualan yang disepakati. Nasabah juga tidak dikenakan denda, banyak biaya pinjaman, sehingga lebih mudah bagi nasabah dan tenang dalam membayar kewajibannya. (Huda, N dan Hudori, K : 2017, 128)

Baitul Mal Wat Tanwil (BMT) hadir di tengah masyarakat atas kegugupan terlihat oleh usaha mikro, yang sering terkendala oleh kebutuhan modal. Cadangan dana yang dibutuhkan oleh UMKM untuk kelanjutan usahanya, yang harap mendapatkan dana atau pembiayaan dari lembaga keuangan. Kemungkinan pendirian keuangan yang bekerja menurut standar peraturan Islam terkait erat dengan membingkai kerangka keuangan Islam, sehingga kegiatannya mengacu pada standar Islam. Oleh karena itu tidak ada konflik dalam implementasinya. (Alma, : 2009, 172).

Sebagai lembaga ekonomi berbasis syariah, BMT berupaya untuk berperan sesuai dengan ketentuan hukum yang ditetapkan pemerintah untuk menyelenggarakan lembaga keuangan menurut keuangan syariah, yang sudah memberikan peluang kepada BMT untuk beroperasi secara proposional. Khususnya Peraturan Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan yang selanjutnya dikembangkan dengan Peraturan Nomor 10 Tahun 1998, dan selanjutnya Peraturan Nomor 21 Tahun 2008 tentang Bank Umum Syariah Indonesia. istilah-istilah ini dianggap telah memberikan ruang yang lebih dari cukup bagi BMT untuk bekerja sebagai koperasi syariah atau swadaya masyarakat (KSM). Dengan tujuan agar BMT dapat berpartisipasi. Andalan aspek keuangan syariah yang dimulai dari basis, khususnya peningkatan menghimpun perekonomian daerah

dan menata organisasi bisnis dengan para pelaku usaha kecil dan menengah di tempat kerja. ( sayid : 2006. 218)

Strategi pemasaran dalam meningkat persaingan antara lembaga keuangan syariah dan non syariah. Starategi sangat penting untuk lembaga syariah dan non syariah. Strategi yang digunakan tidak semua cara yang dihalalkan, tidak semuacara yang dibathilkan, kebohongan, kezhaliman, penipuan atau pihak yang lainnya. Oleh karena itu menggunakan prinsip bisnis syariah yang mengandung isi Al-Quran oleh Allah SWT. Untuk menjadikan kemaslahatan dan kesejahteraan bagi manusia didunia dan diakhirat. Sebagaimana yang terkandung dalam surah Al-Baqarah/2 ayat : 148 :

وَلِكُلِّ وُجْهَةٌ هُوَ مُوَلِّيٰهَا فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ أَيْنَ مَا تَكُونُوا يَأْتِ بِكُمْ اللَّهُ جَمِيعًا إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ

Artinya : Dan setiap umat mempunyai kiblat yang dia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah kamu dalam kebaikan. Di mana saja kamu berada, pasti Allah akan mengumpulkan kamu semuanya. Sungguh, Allah Mahakuasa atas segala sesuatu.

Maka dari itu islam mengajarkan didunia bisnis dalam melakukan persaingan dengan cara sehat, tidak menjatuhkan atau merendahkan salah satu pihak, dalam berlomba-lomba untuk kebaikan bersama. Allah meridhoi umatnya ketika tidak merugikan orang lain dan menjatuhkannya.

Produk penghimpun dana dalam bentuk tabungan dengan sistem pelaksanaannya yaitu sistem jempot bola yang diterapkannya pada Koperasi BMT UGT Nusantara cabang Wonokerto.(Hisbullah, wawancara Kabaq Legal Remedial, 2022)

Dana investasi atau dana simpanan sangat terkenal dikalangan masyarakat pada umumnya, pada awal menabung atau menabung masih

sederhana, simpan uang tunai di bawah bantal atau celengan dan disimpan di rumah, sesuai dengan berkembangnya zaman menabung atau menyimpan sejauh ini telah pindah dari rumah ke lembaga keuangan. Menabung atau menyimpan merupakan kegiatan yang dianjurkan oleh Islam mengingat dengan menabung atau menyimpan menyiratkan bahwa seorang Muslim telah mengatur pelaksanaan kemungkinan perencanaan dimasa yang akan datang. (Zulkifli : 2003, 182)

Sesuatu yang memenuhi nasabah adalah kerangka periklanan dari lembaga keuangan. Sebuah lembaga keuangan Islam, harus memiliki kerangka marketing atau promosi yang layak untuk diterapkan didalam lembaga. Pemasaran seperti yang ditunjukkan oleh Kotler adalah proses sosial dan proses administrasi dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan membutuhkan dalam membuat, menawarkan, terlebih lagi, hasil perdagangan yang bernilai signifikan dengan orang lain. ( Muhammad : 2002, 194))

BMT dalam memasarkan produknya sangat membutuhkan promosi, pengenalan, pemasaran, dan informasi produk-produk BMT kepada Masyarakat, supaya promosi pemasaran tersebut mendapatkan pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah. Manajemen pemasaran mencakup analisis, perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan barang.

Salah satu strategi pemasaran yang digunakan untuk memberikan kebutuhan dan meningkatkan nasabah yaitu dengan menggunakan jemput bola atau (*door to door*) dan melalui pemasaran langsung. Lembaga keuangan syariah seperti BMT menggunakan startegi pemasaran tersebut. Strategi jemput bola merupakan andalan untuk melayani nasabah. Sistem ini sangat mudah dilakukan dan dirasakan



mudah oleh nasabah, oleh sebab itu nasabah mempercayai bank syariah tersebut dengan adanya kemudahan didalamnya. ( Muhammad : 2002, 204).

Dalam pengelolaan industri perbankan harus melakukan secara professional untuk mendapatkan peroleh keuntungan yang berkelanjutan. Usaha lembaga keuangan syariah dinilai sukses ketika suatu lembaga keuangan mampu menghimpun dana masyarakat yang banyak. Jadi lembaga keuangan dapat dipercaya oleh kalangan masyarakat dalam menyimpan dananya. Nasabah adalah faktor terpenting dalam lembaga keuangan syariah.

BMT merupakan lembaga keuangan syariah yang memiliki prinsip bagi hasil dan fokus dalam memperoleh margin dan dana yang maksimal. BMT perlu memasarkan produk, produk yang baru maupun produk yang sudah lama tetapi belum dikenal oleh masyarakat. Perlunya pelayanan yang lebih baik untuk nasabah tertarik kepada produk yang ditawarkannya. Misalnya penghimpun dana . Kesuksesan pemasaran BMT dalam produk-produknya dapat dilihat dari banyaknya jumlah penabung. Penabung merupakan pihak yang mampu mengarahkan dana-dan untuk menunjang kelangsungan BMT. Oleh sebab itu sangat tergantung kepada pelayanan BMT yang menarik perhatian dan memenuhi kebutuhan nasabah. Dan mengelola dana-dana serta menawarkan fasilitas-fasilitas dengan berbagai kemudahan untuk merebut pasar yang luas.

Berdasarkan Latar belakang tersebut, sangat penting melakukan penelitian dan menganalisa yang berkaitan dengan “ STRATEGI JEMPUT BOLA DALAM PEMASARAN PRODUK TABUNGAN BMT SEBAGAI KEUNGGULAN KOMPETITIF ”

## 1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas dapat diperoleh suatu masalah yaitu :

- a. Bagaimana strategi jemput bola dalam pemasaran produk tabungan Dan bagaimana kendala-kenda dan solusinya pada BMT UGT Nusanatara cabang Wonokerto ?
- b. Bagaimana keunggulan kompetitif yang ada di BMT UGT Nusanatara cabang Wonokerto ?

## 1.3 Tujuan penelitian

Tujuan dari peneliti adalah :

- a. Untuk mengetahui strategi jemput bola pada produk tabungan dan menjelaskan kendala-kendala yang ada di BMT UGT Nusantara cabang Wonokerto.
- b. Untuk menjelaskan keunggulan kompetitif yang ada di BMT ?

## 1.4 Kegunaan penelitian

### 1.4.1. Bagi BMT

Untuk mendapatkan informasi dan gambaran yang sangat berguna bagi lembaga maupun perusahaan dalam mengembangkan dan meningkatkan strategi pemasaran produk tersebut dengan lebih baik

### 1.4.2. Bagi Peneliti

- a. Untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan perkuliahan di Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Raden Rahmat Malang.
- b. Bagi peneliti mengharapkan mampu menambah ilmu pengetahuan hasil dari pengamatan langsung serta dapat

memahami penerapan ilmu yang diperoleh selain studi di perguruan tinggi.

- c. Sebagai tolak ukur untuk mengetahui kemampuan yang dimiliki selama proses perkuliahan yang berlangsung.

#### 1.4.3. Bagi Peneliti Lain

Untuk bahan referensi dan informasi bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut terutama yang berhubungan dengan strategi pemasaran produk BMT dalam meningkatkan keunggulan yang kompetitif.

#### 1.4.4. Bagi Almamater

Bagi perguruan tinggi, penelitian ini dapat menambah dokumen di akademik dan bisa memperbanyak literatur dan wawasan ilmu tentang strategi pemasaran produk.

### 1.5 Ruang Lingkup Keterbatasan Penelitian

Penelitian dibatasi ruang lingkup objek penelitian “ strategi jemput bola ”. untuk objek penelitiannya yaitu BMT UGT Nusantara cabang.Wonokerto

### 1.6 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan penelitian ini, disusun berdasarkan sistematika berdasarkan bab demi bab yang akan diuraikan sebagai berikut ini :

#### BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang Latar Belakang Masalah, Tujuan Masalah, Manfaat Penulisan dan Sitematia Penulisan yang berisikan ruang lingkup pemasaran dan instrument lainnya yang berkaitan dalam pemilihan latar belakang.



## BAB II KAJIAN PUSTAKA

Yang berisi tentang landasan teori, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian yang menjadi data dan referensi pendukung untuk penulisan judul.

## BAB III METODE PENELITIAN

Berisi tentang definisi variabel penelitian dan definisi operasional, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, serta metode analisis data

## BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Berisi tentang hasil penelitian secara sistematis penulisan kemudian dianalisis dengan menggunakan metodologi penelitian yang telah ditetapkan dan selanjutnya diadakan pembahasan.

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Berisi tentang kesimpulan, keterbatasan peneliti, dan saran hasil peneliti.



UNIVERSITAS ISLAM  
**RADEN RAHMAT**