

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui optimalisasi pemasaran produk pembiayaan pada koperasi jasa keuangan syariah Baitut Tamwil Muhammadiyah Muamalah Mandiri. Masalah pokok penelitian ini adalah strategi yang digunakan BTM AMMAN untuk mengoptimalkan pemasaran produk pembiayaan dan fungsi intermediasi BTM AMMAN dalam penyaluran dana ke masyarakat.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan/studi lapangan. Jenis data dalam penelitian ini terdiri atas dua sumber, yaitu data primer yang diperoleh dengan teknik wawancara dan data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan BTM AMMAN. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik observasi, wawancara, dokumentasi dan studi pustaka. Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis deskriptif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penyaluran dana atau pembiayaan pada BTM AMMAN pada tahun 2012 belum berjalan optimal. Hal ini dilihat dari pencapaian penyaluran dana atau pembiayaan yang belum masuk pada nilai standar FDR (Financing to Deposit Ratio) yang ditentukan oleh koperasi yaitu 75% - 100% , sedangkan pada tahun 2013-2014 sudah berjalan optimal dan sudah sesuai dengan nilai standar FDR yang ditentukan koperasi. pencapaian pada tahun 2012 sebesar 70% , pada tahun 2013 naik menjadi 85,57% dan pada tahun 2014 sebesar 87,02%.

Kata kunci: *optimalisasi, pemasaran, produk pembiayaan*

ABSTRACT

This research aims to determine the optimization of product marketing cooperative financing in Islamic financial services Baitut Tamwil Muhammadiyah Muamalah Mandiri. The central issue of this research is the strategy used BTM AMMAN to optimizing on marketing and financing products BTM AMMAN intermediation in the distribution of funds to the public.

This research is a field research / field study. The type of data in this study consists of two sources, namely primary data obtained by interview and secondary data obtained from financial statements BTM AMMAN. Data was collected through observation, interviews, documentation and literature studies. Data analysis method used is descriptive analysis method.

The results showed that the distribution of funds or financing at BTM AMMAN in 2012 has not run optimally. It is seen from the achievement of disbursement of funds or financing has not been entered on the FDR standard value (Financing to Deposit Ratio) determined by the cooperative that is 75% - 100%, whereas in the year 2013 to 2014 has been running optimally and is in conformity with the standard values FDR specified cooperative. achievement in 2012 by 70%, in 2013 rose to 85.57% and in 2014 amounted to 87.02%.

Keywords: *optimization, marketing, financing product*