



**ANALISIS STRATEGI *MARKETING MIX*
SYARIAH DALAM MENINGKATKAN
JUMLAH ANGGOTA UNTUK
MEMILIH PRODUK
SIMPANAN DAN PEMBIAYAAN
(STUDI KASUS PADA KSPPS BAITUT
TAMWIL TAZAKKA CABANG
BOJONG KABUPATEN PEKALONGAN)**



MEILINDA HIDAYAH
NIM. 4221131

2025

**ANALISIS STRATEGI *MARKETING MIX* SYARIAH
DALAM MENINGKATKAN JUMLAH ANGGOTA
UNTUK MEMILIH PRODUK
SIMPANAN DAN PEMBIAYAAN
(STUDI KASUS PADA KSPPS BAITUT TAMWIL
TAZAKKA CABANG BOJONG KABUPATEN
PEKALONGAN)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh :

MEILINDA HIDAYAH
NIM. 4221131

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

2025

**ANALISIS STRATEGI *MARKETING MIX* SYARIAH
DALAM MENINGKATKAN JUMLAH ANGGOTA
UNTUK MEMILIH PRODUK
SIMPANAN DAN PEMBIAYAAN
(STUDI KASUS PADA KSPPS BAITUT TAMWIL
TAZAKKA CABANG BOJONG KABUPATEN
PEKALONGAN)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

2025

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Meilinda Hidayah

NIM : 4221131

Judul Skripsi : **Analisis Strategi *Marketing Mix* Syariah Dalam Meningkatkan Jumlah Anggota Untuk Memilih Produk Simpanan Dan Pembiayaan (Studi Kasus Pada KSPPS Baitut Tamwil Tazakka Cabang Bojong Kabupaten Pekalongan).**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya.

Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 24 Maret 2025

Yang Menyatakan,



Meilinda Hidayah

NIM: 4221131

NOTA PEMBIMBING

Dr. Hendri Hermawan Adinugraha, M.S.I.

Lamp : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdri. Meilinda Hidayah

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

C.q. Ketua Program Studi Perbankan Syariah

PEKALONGAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan Naskah Skripsi Saudari:

Nama : **Meilinda Hidayah**

NIM : **4221131**

Judul Skripsi : **Analisis Strategi *Marketing Mix* Syariah Dalam Meningkatkan Jumlah Anggota Untuk Memilih Produk Simpanan Dan Pembiayaan (Studi Kasus Pada KSPPS Baitut Tamwil Tazakka Cabang Bojong Kabupaten Pekalongan).**

Dengan ini mohon agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 24 Februari 2025

Pembimbing



Dr. Hendri Hermawan Adinugraha, M.S.I

NIP. 19870311201908100



PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN)
K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi Saudari :

Nama : Meilinda Hidayah

NIM : 4221131

Judul Skripsi : Analisis Strategi *Marketing Mix* Syariah Dalam Meningkatkan Jumlah Anggota Untuk Memilih Produk Simpanan Dan Pembiayaan (Studi Kasus Pada KSPPS Baitut Tamwil Tazakka Cabang Bojong Kabupaten Pekalongan).

Dosen Pembimbing : Dr. Hendri Hermawan Adinugraha, S.E.I., M.S.I

Telah diujikan pada hari Kamis , tanggal 08 Mei 2025 dan dinyatakan LULUS serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Dewan Penguji

Penguji I

Penguji II

Muhamad Masrur, M.E.I

NIP. 197912112015031001

Pratomo Cahyo Kurniawan, M.A.K

NIP . 198907082020121010

Pekalongan, 14 Mei 2025

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. AM. Muli, Hafidz Ma'shum, M.Ag.,

NIP. 197806162003121003

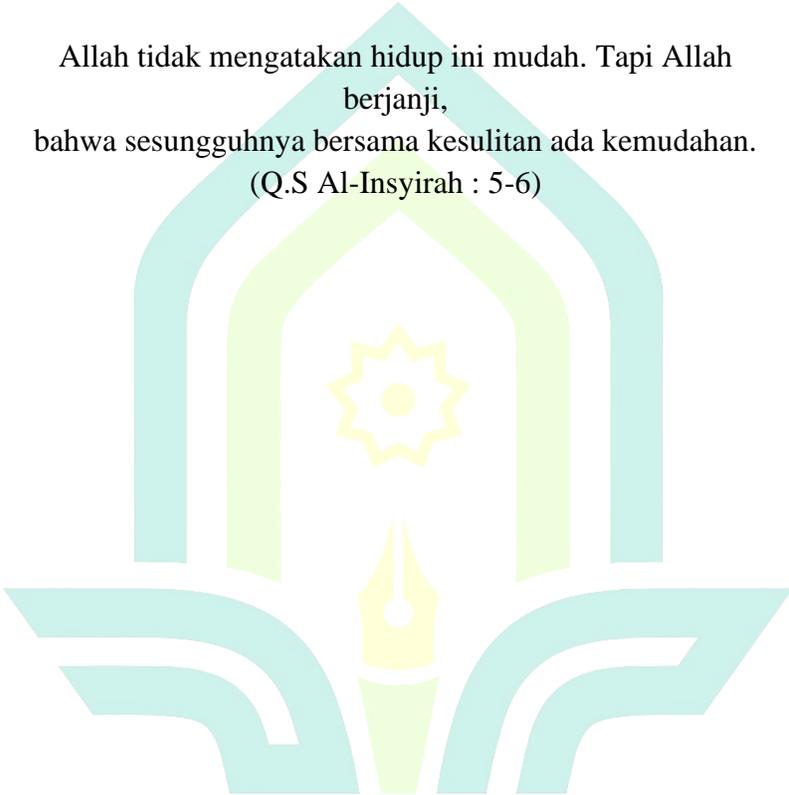
MOTTO

“Gonna fight and don’t stop, until you are proud”

“Tidak ada mimpi yang terlalu tinggi dan tidak ada mimpi yang patut diremehkan. Labungkan setinggi yang kau inginkan gapailah dengan selayaknya yang kau harapkan”

(Maudy Ayunda)

Allah tidak mengatakan hidup ini mudah. Tapi Allah berjanji,
bahwa sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan.
(Q.S Al-Insyirah : 5-6)

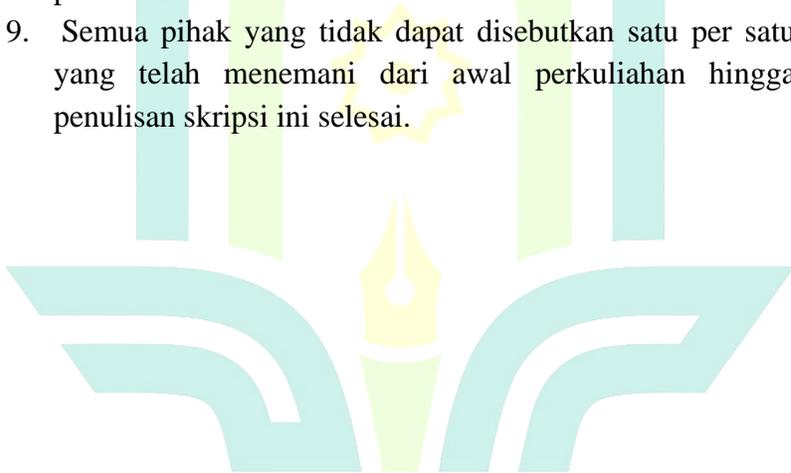


PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan limpahan nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Penulis menyadari sepenuhnya atas segala keterbatasan dan banyaknya kekurangan-kekurangan yang harus diperbaiki dalam penulisan Skripsi ini. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan informasi dan manfaat bagi setiap orang yang membacanya, khususnya bagi dunia pendidikan. Dalam pembuatan Skripsi ini penulis banyak mendapatkan berbagai dukungan serta bantuan materil maupun non materil dari berbagai pihak. Berikut ini beberapa persembahan sebagai ucapan terima kasih dari penulis kepada pihak-pihak yang telah berperan dalam membantu terlaksananya penulisa Skripsi ini:

1. Kedua orang tua tercinta Ibu Sri Handayani dan Bapak Aryo Wastono, terimakasih atas segala doa, semangat, dan motivasi yang selama ini diberikan sehingga tugas akhir skripsi ini dapat terselesaikan. Semoga Ibu dan Bapak sehat selalu dan dapat menikmati hidup dengan bahagia.
2. Almameter saya Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Dosen Pembimbing Bapak Dr. Hendri Hermawan Adinugraha, M.S.I terimakasih atas segala arahan dan meluangkan waktu, tenaga untuk membimbing dan memberikan ilmu selama penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Versiandika Yudha Pratama, M.M. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang memberikan motivasi serta bimbingan selama proses perkuliahan saya.

5. Seluruh Dosen dan Staff Program Studi Perbankan Syariah Terimakasih telah memberikan ilmu yang bermanfaat.
6. Kepin Setiawan, Amd. Pel, terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup saya, yang selalu menemani dari awal perkuliahan sampai sekarang. Kamu adalah inspirasiku dalam menyelesaikan skripsi ini. Kontribusimu dalam membantu saya menyelesaikan skripsi ini sangatlah besar baik tenaga, waktu, maupun materi. Semoga sehat selalu, cita-cita nya tercapai.
7. Milfa Maulida Lutfiyah sahabat saya, terimakasih telah membantu dan menemani saya bimbingan, penelitian dan selama penyusunan skripsi ini.
8. Semua sahabat saya prodi Perbankan Syariah terimakasih telah berjuang bersama, memberikan support dalam masa perkuliahan.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah menemani dari awal perkuliahan hingga penulisan skripsi ini selesai.



ABSTRAK

MEILINDA HIDAYAH. Analisis Strategi *Marketing Mix* Syariah Dalam Meningkatkan Jumlah Anggota Untuk Memilih Produk Simpanan Dan Pembiayaan (Studi Kasus Pada KSPPS Baitut Tamwil Tazakka Cabang Bojong Kabupaten Pekalongan).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi marketing mix syariah dalam meningkatkan jumlah anggota yang memilih produk simpanan dan pembiayaan pada KSPPS Baitut Tamwil Tazakka Cabang Bojong, Kabupaten Pekalongan. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi marketing mix syariah yang diterapkan mencakup tujuh elemen utama: produk, harga, tempat, promosi, sumber daya manusia, proses, dan bukti fisik. Faktor-faktor yang mendukung keberhasilan strategi ini adalah lokasi yang strategis, keunggulan produk berbasis syariah, serta pelayanan yang cepat dan sesuai akad. Namun, terdapat kendala dalam penerapan strategi ini, seperti kurangnya literasi keuangan syariah di masyarakat dan keterbatasan dalam pemanfaatan teknologi digital. Dengan penerapan marketing mix syariah yang lebih optimal dan inovatif, KSPPS Baitut Tamwil Tazakka dapat meningkatkan jumlah anggota serta memperluas jangkauan pasar produk simpanan dan pembiayaan syariah.

Kata kunci: *Marketing Mix* Syariah, KSPPS, Produk Simpanan, Produk Pembiayaan, Strategi Pemasaran.

ABSTRACT

MEILINDA HIDAYAH. Analysis of Sharia Marketing Mix Strategy in Increasing the Number of Members to Choose Savings and Financing Products (Case Study at KSPPS Baitut Tamwil Tazakka, Bojong Branch, Pekalongan Regency).

This study aims to analyze the Sharia marketing mix strategy in increasing the number of members choosing savings and financing products at KSPPS Baitut Tamwil Tazakka, Bojong Branch, Pekalongan Regency. The research method used is a qualitative approach with data collection techniques through interviews, observations, and documentation.

The results show that the implemented Sharia marketing mix strategy includes seven key elements: product, price, place, promotion, people, process, and physical evidence. The success of this strategy is supported by a strategic location, the advantages of Sharia-based products, and fast services aligned with Islamic contracts. However, challenges such as low financial literacy in the community and limitations in utilizing digital technology hinder its implementation. By optimizing and innovating the Sharia marketing mix, KSPPS Baitut Tamwil Tazakka can increase membership and expand the market reach for Sharia-compliant savings and financing products.

Keywords: Sharia Marketing Mix, KSPPS, Savings Products, Financing Products, Marketing Strategy

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Strategi *Marketing Mix* Syariah Dalam Meningkatkan Jumlah Anggota Untuk Memilih Produk Simpanan Dan Pembiayaan (Studi Kasus Pada KSPPS Baitut Tamwil Tazakka Cabang Bojong Kabupaten Pekalongan”. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) Jurusan Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag. selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Dr.AM. Muh. Khafidz Ma'shum, M.Ag selaku Dekan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Dr. Tamamudin, S.E., M.M. selaku Wakil Dekan bidang Akademik dan Kelembagaan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. M. Shulthoni, M.S.I., Ph.D. selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
5. Drajat Stiawan, M.Si. selaku Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
6. Dr. Hendri Hermawan Adinugraha, M.S.I. selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan

pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.

7. Versiandika Yudha Pratama M.M. Dosen Penasehat Akademik (DPA).
8. KSPPS Baitut Tamwil Tazakka Cabang Bojong. yang bersedia membantu dalam penelitian ini.
9. Orang tua dan keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral.
10. Sahabat dan teman dekat yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Pekalongan, 24 Maret 2025

Penulis



MEILINDA HIDAYAH

NIM: 4221131

DAFTAR ISI

JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	i
NOTA PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
PEDOMAN TRANSLITERASI	xiv
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR GAMBAR	xxi
DAFTAR LAMPIRAN	xxii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Batasan Masalah	8
D. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian	8
E. Sistematika Pembahasan	9
BAB II LANDASAN TEORI	11
A. Landasan Teori	11
B. Telaah Pustaka	42
C. Kerangka Berfikir	48
BAB III METODE PENELITIAN	49
A. Jenis Penelitian	49
B. Pendekatan Penelitian	49
C. Setting Penelitian	50
D. Subjek Penelitian	50
E. Sumber Data	51
F. Metode Pengumpulan Data	52

G. Teknik Keabsahan Data.....	54
H. Teknik Analisis Data	55
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	57
A. Deskripsi Umum Tempat Penelitian	57
B. Strategi Marketing Mix Syariah produk Simpanan KSPPS Baitut Tamwil Tazakka.....	66
C. Stretegi <i>Marketing Mix</i> Syariah produk pembiayaan KSPPS Baitut Tamwil Tazakka.....	84
D. Kendala yang dihadapi dalam melakukan Strategi <i>Marketing Mix</i> Syariah KSPPS Baitut Tamwil Tazakka.....	102
BAB V PENUTUP	113
A. Kesimpulan.....	113
B. Keterbatasan Penelitian	115
C. Saran.....	115
DAFTAR PUSTAKA	118
LAMPIRAN	119



PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

A. Konsonan

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Tabel Transliterasi Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	d	De
ذ	Žal	ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	r	er
ز	Zai	z	zet
س	Sin	s	es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	Šad	š	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ža	ž	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	g	ge

ف	Fa	f	ef
ق	Qaf	q	ki
ك	Kaf	k	ka
ل	Lam	l	el
م	Mim	m	em
ن	Nun	n	en
و	Wau	w	we
ه	Ha	h	ha
ء	Hamzah	‘	apostrof
ي	Ya	y	ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tabel Transliterasi Vokal Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَ	Fathah	a	a
ـِ	Kasrah	i	i
ـُ	Dammah	u	u

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tabel Transliterasi Vokal Rangkap

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
يَ...ِ	Fathah dan ya	ai	a dan u
وَ...ِ	Fathah dan wau	au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala
- سئِلَ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Tabel Transliterasi *Maddah*

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ...ِ	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
ى...ِ	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
وُ...ِ	Dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā
- قِيلَ qīla
- يَقُولُ yaqūlu

D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".

2. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-madīnah al-munawwarah/
al-madīnatul munawwarah
- طَلْحَةُ talhah

E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala
- الْبِرُّ al-birru

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf "l" diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya. Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلَالُ al-jalālu

G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khuẓu
- سَيِّئٌ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u
- إِنَّ inna

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَ إِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn
- بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا Bismillāhi majrehā wa mursāhā

I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/ Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn
- الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

- اللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ Allaāhu gafūrun rahīm
- لِلَّهِ الْأُمُورُ جَمِيعًا Lillāhi al-amru jamī`an/
Lillāhil-amru`anv

J. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Anggota Simpanan KSPPS Baitut Tamwil Tazakka.....	3
Tabel 1.2 Anggota Pembiayaan KSPPS Baitut Tamwil Tazakka.....	4
Tabel 4.4 Nisbah Bagi Hasil.....	63

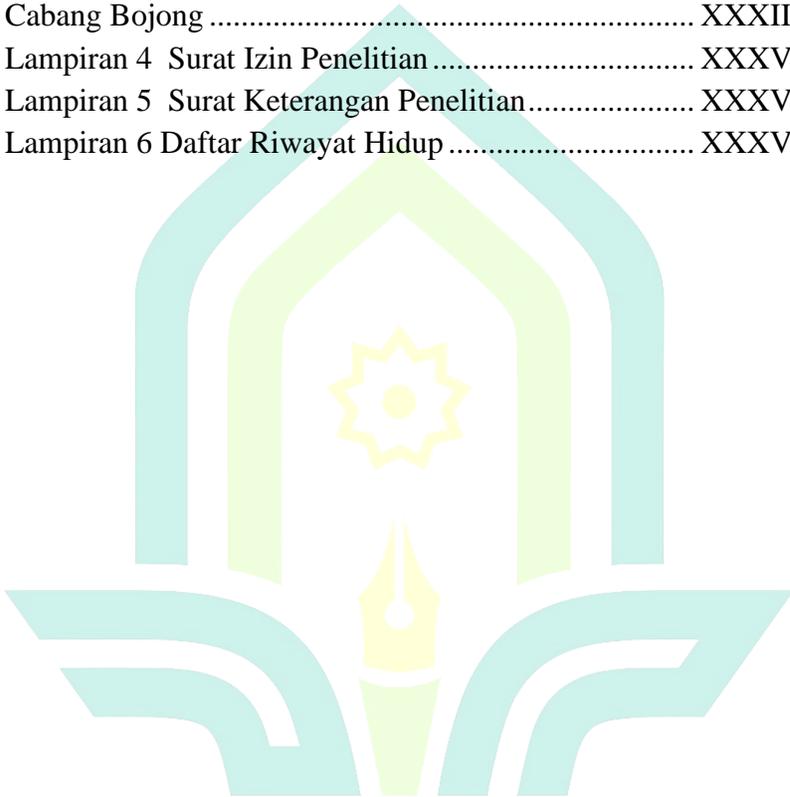


DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir	49
Gambar 4.1 Logo Perusahaan.....	58
Gambar 4.2 KSPPS Baitut Tamwil Tazakka Cabang Bojong	59
Gambar 4.3 Struktur Organisasi	60
Gambar 4.5 Produk simpanan KSPPS Baitut Tamwil Tazakka	70
Gambar 4.6 Harga produk simpanan KSPPS Baitut Tamwil Tazakka	74
Gambar 4.7 Lokasi KSPPS Baitut Tamwil Tazakka	76
Gambar 4.8 Brosur simpanan KSPPS Baitut Tamwil Tazakka	78
Gambar 4.9 Karyawan/ pengelola KSPPS Baitut Tamwil Tazakka	81
Gambar 4.10 Proses Pembukaan rekening produk simpanan	83
Gambar 4.11 Bukti fisik KSPPS Baitut Tamwil Tazakka ..	85
Gambar 4.12 Produk Pembiayaan KSPPS Baitut Tamwil Tazakka	88
Gambar 4.13 Lokasi KSPPS Baitut Tamwil Tazakka	93
Gambar 4.14 Karyawan/pengelola KSPPS Baitut Tamwil Tazakka	97
Gambar 4.15 Permohonan pengajuan pembiayaan	100
Gambar 4.16 Bukti fisik KSPPS Baitut Tamwil Tazakka	102
Gambar 4.17 Lokasi strategus KSPPS Baitut Tamwil Tazakka.....	107
Gambar 4.18 Transaksi belum menggunakan online	112

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara	I
Lampiran 2 Transkrip Wawancara	VII
Lampiran 2 Dokumentasi Wawancara	XXIII
Lampiran 3 Dokumentasi KSPPS Baitut Tamwil Tazakka Cabang Bojong	XXXII
Lampiran 4 Surat Izin Penelitian	XXXV
Lampiran 5 Surat Keterangan Penelitian.....	XXXVI
Lampiran 6 Daftar Riwayat Hidup	XXXVII



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manusia sebagai ciptaan tuhan yang di kodratkan untuk saling hidup bersama dan memberikan pertolongan satu sama lain. Sebagai makhluk sosial, manusia akan selalu menerima dan berkontribusi terhadap kehidupan sesamanya, berinteraksi satu sama lain demi memenuhi kebutuhannya dalam hidupnya, memajukan kehidupannya. Kerjasama yang baik antar sesama sangat diperlukan untuk memajukan dan mencapai tujuan hidup. Banyak aspek kerjasama yang mencakup aspek ekonomi. Didalam syariat Islam yang sifatnya dinamis berdasarkan dimensi special & temporal, dikarenakan Islam itu *rahmatan lil alamin*. Islam mengatur sistem perekonomiannya dengan cara sendiri. Meskipun Islam tidak memandang persoalan ekonomi baik dari sudut pandang kapitalis maupun sosialis, namun di dalam Islam dibenarkan yaitu hak-hak antar individu yang tidak tanpa merugikan lingkungan sekitar. Di dalam ekonomi Islam menghadirkan sudut pandang yaitu kehidupan, budi pekerti, dan substansi sebagai landasan untuk meningkatkan perekonomian berdasarkan norma-norma sosial (Mikhriani, 2011).

Lembaga keuangan syariah dapat diklasifikasikan menjadi dua jenis berdasarkan kepemilikan dan fungsinya diantaranya, lembaga keuangan syariah dan lembaga keuangan syariah non bank, keduanya yaitu katagori utama dalam lembaga keuangan syariah. Kehadiran keduanya berpotensi menciptakan pertumbuhan positif bagi perekonomian syariah di Indonesia, karena sistem keuangan syariah yang sudah mapan. Selain itu, lembaga keuangan syariah menjalankan banyak fungsi, diantaranya penghimpunan dana dan penyaluran dana, yang

menstimulasi perekonomian dan ikut serta mendukung program perekonomian yang berkaitan dengan prinsip syariah (Dewi, 2023).

Koperasi simpan pinjam dan pembiayaan syariah (KSPPS) dilihat dari perekonomian masyarakat, koperasi dan Baitul maal wa Tamwil sangat mirip dengan pemberdayaan ekonomi, karena mempertahankan pada toleransi, kesatuan, dan kerja sama. Oleh sebab itu sehingga, sebagai masyarakat yang pemberdayaan sudah ditentukan untuk menjalani hidup untuk saling tolong menolong, kita mempunyai kewajiban untuk menciptakan perekonomian dengan norma-norma yang ada pada suatu lembaga koperasi dan Baitut maal wa Tamwil (Mikhriani, 2011).

Koperasi simpan pinjam dan pembiayaan syariah (KSPPS) adalah lembaga keuangan mikro syariah yang beroperasi menggunakan sistem bagi hasil, mendirikan dan mengembangkan usaha kecil untuk melindungi kebutuhan masyarakat yang menengah kebawah, serta mengandalkan upaya tokoh masyarakat dan modal awal dengan landasan sistem ekonomi yang bersifat kesetaraan (adil). KSPPS tidak hanya lembaga yang berorientasi bisnis, namun terdapat lembaga masyarakat yang berkontribusi secara keadilan dan sama rata (Pratiwi, 2021).

Koperasi simpan pinjam dan pembiayaan syariah (KSPPS) Baitut Tamwil Tazzaka dalam menjalankan bisnisnya mempunyai produk yang terdiri dari produk simpanan dan produk pembiayaan. Adapun produk simpanan yaitu tabungan tazakka, simpanan *wad'iah*, simpanan berjangka, simpanan pendidikan, simpanan Idul Fitri, simpanan Idul Adha, dana pensiun lembaga keuangan, simpanan haji dan umrah, simpanan wisata. Produk pembiayaan yang terdiri dari pembiayaan modal usaha

berupa penyediaan barang (*murabahah* dan akad *salam*), kerjasama usaha (*musyarakah*), pembiayaan multi jasa seperti biaya sewa, pendidikan, dll (*Ijarah*), pembiayaan pembagunan rumah (*Istisna*), pembiayaan *Qardul hasan*.

KSPPS Baitut Tamwil Tazakka mempunyai motto MUPAKAD (mudah, cepat, dan sesuai akad) dengan bebas syariah maka Koperasi Simpan Pinjam Tazakka masih tetap berkembang sampai saat ini demi memajukan kesejahteraan umat serta memberikan kualitas pelayanan yang baik terhadap para anggota. Dalam perkembangan bank umum keberadaan KSPPS Baitut Tamwil Tazakka menjadi sebuah organisasi yang legal, sebagai lembaga keuangan syariah KSPPS tentunya berlandaskan prinsip syariah. Keberadaan KSPPS Baitut Tamwil Tazakka yang lokasinya cukup strategis karena terletak di lokasi yang mudah di jangkau dan posisinya di pinggir jalan raya utama Bojong, membuat anggota mudah dalam menjangkau lembaga tersebut. Selain itu, pemberdayaan ekonomi masyarakat menengah selalu diperhatikan, sehingga akan menjadi salah satu alternatif untuk memilih produk simpanan dan pembiayaan.

Tabel 1.1 Anggota Simpanan KSPPS Baitut Tamwil Tazakka

No	Produk Simpanan	Jumlah Anggota
1.	Tabungan Tazakka	2.297 Anggota
2.	Simpanan Pendidikan	190 Anggota
3.	Simpanan Idul Adha	164 Anggota
4.	Simpanan Wisata	75 Anggota
5.	Tabungan Wadiah	1.073 Anggota
6.	Simpanan Emas	32 Anggota
7.	Simpanan Idul Fitri	900 Anggota
8.	Dana Pensiun Lembaga Keuangan	88 Anggota

Sumber : KSPPS Baitut Tamwil Tazakka Cabang Bojong

Tabel 1.2 Anggota pembiayaan KSPPS Baitut Tamwil
Taazakka

No	Produk Pembiayaan	Jumlah Anggota
1.	Pembiayaan Murabahah	1.363 Anggota
2.	Pembiayaan Ijarah	477 Anggota
3.	Pembiayaan Qordul Hasan	130 Anggota
4.	Pembiayaan Musyarakah	0 Anggota
5.	Pembiayaan Istisna	96 Anggota
6.	Pembiayaan Mudharabah	0 Anggota

Sumber : KSPPS Baitut Tamwil Tazakka Cabang Bojong

Strategi marketing merupakan rencana yang menyeluruh dan sangat erat kaitannya dalam bidang pemasaran yang bisa menjadi tujuan untuk mencapai sasaran pemasaran, mulai dari memperkenalkan produk baru hingga meningkatkan angka penjualan melalui berbagai taktik seperti promosi dan distribusi (Dewi, 2023). Lembaga keuangan harus menerapkan strategi promosi yang efektif agar menambah jumlah anggotanya secara signifikan, kegiatan pemasaran yang baik tentunya akan menghasilkan dampak positif bagi lembaga yang dikelola. Demikian pula bagi suatu lembaga KSPPS, manajemen pemasaran tidak dapat dipisahkan dari *marketing mix* atau biasa disebut bauran pemasaran (Frendika et al., 2024).

Marketing mix syariah merupakan seperangkat alat yang digunakan suatu lembaga keuangan untuk mencapai target penjualan. Konsep ini, seperti dijelaskan oleh Kotler dan Armstrong, menggabungkan berbagai elemen pemasaran yang diterapkan secara bersamaan untuk mencapai tujuan bisnis tersebut (Dewi, 2023). Strategi

bauran pemasaran atau yang biasah disebut dengan *marketing mix* terdiri dari : *produc* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), *promotion* (promosi), *people* (sumber daya manusia), *process* (proses), *physical evidence* (bukti fisik) (Nurvitasari, 2018).

Marketing mix syariah hampir sama dengan *marketing mix* konvensional, perbedaan dari keduanya terletak pada penerapannya. Sebab, setiap bagian *marketing mix* syariah didasarkan pada perspektif yang menegdepankan nilai-nilai keadilan dan kejujuran serta mengikuti Al-Qu'ran dan hadis yang *shahih*. Untuk memastikan bahwa semua transaksi tidak tunduk pada larangan syariah *marketing mix* syariah hampir sama dengan *marketing mix* konvensional, perbedaan dari keduanya terletak pada penerapannya. Sebab, setiap bagian *marketing mix* syariah didasarkan pada perspektif yang menegdepankan nilai-nilai integritas moral serta mengikuti Al-Qu'ran dan hadis yang *shahih*. Untuk memastikan bahwa semua transaksi tidak tunduk pada larangan syariah (Rahim & Mohamad, 2021).

Suatu lembaga keuangan syariah seperti KSPPS Baitut Tawmil Taakka untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang menarik lebih banyak anggota, lembaga keuangan syariah perlu menggunakan strategi pemasaran yang tepat. Caranya adalah dengan menyesuaikan produk sesuai dengan kebutuhan anggota, menawarkan keuntungan yang lebih merarik dan lebih besar dibandingkan pesaing, dan memilih lokasi yang strategis. Upaya ini diharapkan dapat meningkatkan kepuasan dan menambah jumlah anggota, mendorong pertumbuhan profitabilitas serta memperluas pangsa pasar, upaya pembentukan kualitas dan pelayanan yang baik agar bisa mempertahankan dan meingkatkan jumlah anggota di suatu

lembaga keuangan syariah dengan menggunakan strategi pemasaran yaitu strategi *marketing mix* syariah. Dengan menerapkan strategi bauran pemasaran atau *marketing mix* syariah yang tepat, seperti menyesuaikan produk, menawarkan keuntungan yang menarik dan memberikan harga yang kompetitif suatu lembaga tentunya akan menambah jumlah anggotanya (Frendika et al., 2024).

Fenomena didalam bisnis lembaga keuangan yang semakin sulit mempertahankan anggotanya jika anggota tidak diperhatikan, hal ini akan membuat anggota mudah berpindah ke lembaga keuangan yang lain jika anggota tidak diprioritaskan. Akibatnya, pangsa pasar lembaga keuangan akan terus menurun. Dalam meningkatkan anggota sangat penting di dalam suatu lembaga keuangan syariah seperti KSPPS Baitut Tamwil Tazakka yang dapat diperhatikan diantaranya yaitu melakukan strategi *marketing mix* syariah. Tujuannya adalah untuk menemukan strategi pemasaran yang efektif dalam menarik dan mempertahankan anggotanya, sehingga lembaga dapat mencapai tujuan bisnisnya, yaitu meningkatkan keuntungan serta menambah jumlah anggotanya (Akbar et al., 2019).

Dengan banyaknya lembaga keuangan dan koperasi simpan pinjam dan pembiayaan syariah (KSPPS) yang ada di Kecamatan bojong. KSPPS Baitut Tamwil Tazakka merupakan salah satu lembaga keuangan syariah yang ada di wilayah Bojong dan termasuk mempunyai perkembangan yang cukup pesat dalam mengembangkan usaha. Penelitian tentang strategi *marketing mix* syariah dalam meningkatkan jumlah anggota pada lembaga keuangan syariah masih belum banyak dilakukan, terutama pada KSPPS Baitut Tamwil Tazakka Cabang Bojong. Kurangnya penjelasan tentang aplikasi strategi marketing mix syariah yang efektif dan sesuai dengan nilai-nilai Islam

menyebabkan kesenjangan dalam pengetahuan dan praktik. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan menganalisis strategi *marketing mix* syariah yang di terapkan oleh KSPPS Baitut Tamwil Tazakka Cabang Bojong dan menentukan dampaknya terhadap peningkatan jumlah anggota. Oleh karena itu pemasaran sangat berpengaruh dalam hal berbisnis, maka peneliti ingin mengetahui jumlah anggota untuk memilih produk simpanan dan pembiayaan dengan menggunakan strategi pemasaran *marketing mix* syariah. Sehingga dengan munculnya masalah, peneliti mengharapkan kontribusi nyata ketika meneliti permasalahan yang berkaitan jumlah anggota untuk memilih produk simpanan dan pembiayaan di KSPPS Baitut Tamwil Tazakka. Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **Analisis Strategi Marketing Mix Syariah Dalam Meningkatkan Jumlah Anggota Dalam Memilih Produk Simpanan Dan Pembiayaan (Studi Kasus Pada KSPPS Baitut Tamwil Tazakka Cabang Bojong Kabupaten Pekalongan).**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan, maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi *marketing mix* syariah pada produk simpanan yang dilakukan KSPPS Baitut Tamwil Tazakka?
2. Bagaimana strategi *marketing mix* syariah pada produk pembiayaan yang dilakukan KSPPS Baitut Tamwil Tazakka?
3. Bagaimana faktor kendala yang dihadapi dalam melakukan strategi *marketing mix syariah* yang dilakukan di KSPPS Baitut Tamwil Tazakka

C. Batasan Masalah

Pembatasan masalah digunakan untuk menghindari pengalihan atau perluasan topik, yang memungkinkan penelitian menjadi lebih fokus dan perdebatan menjadi lebih produktif, sehingga memungkinkan tercapainya tujuan penelitian. Berikut adalah beberapa kendala masalah dalam penelitian ini:

1. Cakupan pembahasan meliputi informasi mengenai strategi *marketing mix syariah*.
2. Informasi yang disajikan yaitu: strategi *marketing mix Syariah* pada produk simpanan dan pembiayaan di KSPPS Baitut Tamwil Tazakka Cabang Bojong, dan faktor penghambat yang di hadapi pada *marketing mix syariah*.

D. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk menjelaskan strategi *marketing mix syariah* pada produk simpanan di KSPPS Baitut Tamwil Tazakka.
- b. Untuk mendeskripsikan strategi *marketing mix syariah* pada produk pembiayaan di KSPPS Baitut Tamwil Tazakka.
- c. Untuk mengeksplorasi faktor kendala yang di hadapai dalam melakukan strategi *marketing mix syariah* di KSPPS Baitut Tamwil Tazakka.

2. Manfaat Penelitian

Setiap Penelitian dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya maupun yang terkait secara langsung didalamnya. Adapun manfaat dari penelitian ini ditinjau dari dua aspek, yaitu:

- a. Secara teoritis diharapkan dapat menjadi salah satu referensi pengetahuan mengenai marketing *mix syariah* dalam meningkatkan jumlah anggota untuk memilih produk simpanan dan pembiayaan di KSPPS Baitut Tamwil Tazakka.
- b. Secara praktis memberikan wawasan sebagai media informasi dan bahan pertimbangan atau tolak ukur dalam memilih sebuah produk simpanan dan pembiayaan.
- c. Bagi peneliti selanjutnya adalah untuk alat pengembangan diri dan sebagai referensi dalam meningkatkan kualitas produk simpanan dan pembiayaan.

E. Sistematika Pembahasan

BAB I PENDAHULUAN

Pendahuluan meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penulisan, serta sistematika pembahasan.

BAB II KERANGKA TEORI

Kerangka Teori meliputi tentang kajian beberapa teori yang menjadi landasan dalam penelitian ini, serta tinjauan pustaka terdahulu yang relevan terhadap penelitian ini.

BAB III METODE PENELITIAN

Metode Penelitian meliputi , metode pendekatan, jenis penelitian dan metode pendekatan yang digunakan pada penelitian ini.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan pembahasan meliputi strategi *marketing mix syariah* pada produk simpanan dan pembiayaan di KSPPS Baitut Tamwil Tazakka, yang di dalamnya terdapat sub bahasan antara lain: (a) Strategi *marketing mix syariah* pada produk simpanan yang dilakukan KSPPS Baitut Tamwil Tazakka (b) Strategi *marketing mix syariah* pada produk

pembiayaan yang dilakukan KSPPS Baitut Tamwil Tazakka (c) Faktor penghambat yang dihadapi dalam melakukan strategi *marketing mix* syariah yang dilakukan di KSPPS Baitut Tamwil Tazakka.

BAB V PENUTUP

berisi tentang kesimpulan & saran. Kesimpulan berisi seluruh hasil penemuan penelitian terkait dengan masalah penelitian yang disajikan secara ringkas



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai analisis strategi *marketing mix* syariah dalam meningkatkan jumlah anggota untuk memilih produk simpanan dan pembiayaan pada KSPPS Baitut Tamwil Tazakka Cabang Bojong, dapat di ambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Pelaksanaan strategi pemasaran pada produk simpanan yang di terapkan di KSPPS Baitut Tamwil Tazakka menggunakan *marketing mix* syariah dalam proses pemasarannya diantaranya : *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), *promotion* (promosi), *people* (sumber daya manusia), *process* (proses), *physical evidence* (bukti fisik). Secara umum, strategi marketing mix syariah pada produk simpanan yang diterapkan oleh KSPPS Baitut Tamwil Tazakka telah cukup baik, namun terdapat beberapa aspek yang perlu ditingkatkan, seperti pengembangan produk, penetapan harga yang kompetitif dengan lembaga keuangan syariah lainnya agar menarik perhatian pada anggota maupun calon anggota, melakukan kegiatan promosi yang luas seperti promosi yang dilakukan , misalnya : sosialisasi seminar, atau program promosi khusus agar memeperluas jangkauan promosi, meningkatkan pelayanan, keramahan petugas, dan kemampuan memberikan solusi kepada anggota.

2. Pelaksanaan strategi pemasaran pada produk pembiayaan yang di terapkan di KSPPS Baitut

Tamwil Tazakka menggunakan *marketing mix* syariah dalam proses pemasarannya diantaranya : *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), *promotion* (promosi), *people* (sumber daya manusia), *process* (proses), *physical evidence* (bukti fisik). Secara umum, strategi marketing mix syariah pada produk pembiayaan yang diterapkan oleh KSPPS Baitut Tamwil Tazakka telah cukup baik, namun terdapat beberapa aspek yang perlu ditingkatkan, seperti persaingan antara target pasar antar lembaga keuangan lainnya, meningkatkan sumber daya manusia (SDM) yang berkaitan dengan pembiayaan dengan prinsip syariah, memperluas saluran promosi baik di media sosial ataupun acara tertentu seperti seminar atau pameran.

3. Selain itu ada beberapa kendala yang dihadapi KSPPS Baitut Tamwil Tazakka dalam melakukan strategi *marketing mix* syariah adalah persaingan yang ketat, karena KSPPS beroperasi di lingkungan bisnis yang kompetitif dengan lembaga keuangan syariah lain dan lembaga konvensional yang menawarkan produk serupa, persaingan ini menuntut KSPPS Baitut Tamwil Tazakka terus berinovasi dan meningkatkan kualitas produk agar tetap bersaing secara efektif. Kurangnya tingkat kesadaran masyarakat mengenai produk layanan keuangan syariah, khususnya produk simpanan dan pembiayaan yang di tawarkan oleh KSPPS Baitut Tamwil Tazakka, masih perlu ditingkatkan, memperluas aksesibilitas bagi para anggota simpanan dan pembiayaan. Hal ini menjadi kendala dalam menarik anggota.

B. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan, di antaranya:

1. Keterbatasan waktu penelitian yang berdampak pada ruang lingkup penelitian yang kurang luas, sehingga belum dapat menjangkau seluruh aspek pemasaran syariah secara menyeluruh.
2. Keterbatasan sumber data yang diperoleh, karena penelitian ini hanya berfokus pada KSPPS Baitut Tamwil Tazakka Cabang Bojong dan tidak melakukan perbandingan dengan koperasi syariah lainnya.
3. Keterbatasan dalam metode pengumpulan data, yang lebih banyak mengandalkan wawancara dan observasi, sehingga tidak melibatkan survei yang lebih luas kepada para anggota koperasi.

C. Saran.

Pada suatu penelitian, peneliti sebaiknya mendapatkan sesuatu yang bermanfaat dan berguna bagi **pengembangan** ilmu pengetahuan, instansi, atau lembaga berbagai pihak yang terkait dalam penelitian ini. Adapun saran yang peneliti berikan setelah meneliti masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. KSPPS Baitut Tamwil Tazakka Cabang Bojong Kabupaten Pekalongan harus tetap konsisten dalam menjalankan usahanya berdasarkan pada prinsip-prinsip syariah. Supaya Pemasaran dapat lebih optimal dengan menambahkan brosur mengenai produk simpanan dan pembiayaan. Produk-produk yang ada di KSPPS Baitut Tamwil Tazakka merupakan produk yang berkualitas yang tidak kalah dengan lembaga keuangan yang lain, maka dari itu diharapkan agar memulai pemanfaatan teknologi

digital dalam pemasaran dan pelayanan, seperti aplikasi mobile atau sistem transaksi online, bisa menjadi strategi yang perlu dikembangkan.

2. Hasil penelitian dapat menjadi masukan untuk mengevaluasi secara berkala terhadap efektivitas strategi marketing mix syariah perlu dilakukan untuk memastikan dengan kebutuhan anggota, melakukan survei terhadap anggota untuk mengetahui aspek-sepek yang masih perlu diperbaiki, baik dalam pelayanan, produk, maupun proses simpanan dan pembiayaan. Pelatihan sumber daya manusia (SDM) yang berkelanjutan harus dilakukan agar pegawai memiliki kompetensi tinggi dalam menjalankan prinsip-prinsip syariah dan pelayanan yang berkualitas.
3. Bagi peneliti selanjutnya dapat menggali lebih lanjut mengenai strategi *marketing mix* syariah terhadap loyalitas anggota, perlu dilakukan kajian lebih luas mengenai perbandingan strategi *marketing mix* syariah antara KSPPS Baitut Tamwil Tazakka dengan lembaga keuangan lainnya, pengembangan penelitian tentang efektivitas digital marketing dalam pemasaran produk keuangan syariah bisa menjadi topik yang menarik untuk diteliti lebih lanjut.
4. Ruang lingkup penelitian
Penelitian ini hanya berfokus pada satu studi kasus, yaitu KSPPS Baitut Tamwil Tazakka Cabang Bojong. Dengan demikian, hasil penelitian ini tidak dapat secara langsung digeneralisasikan pada KSPPS lain atau lembaga keuangan syariah lainnya. Setiap lembaga memiliki karakteristik unik dari suatu

lembaga dan konteks lokal yang dapat mempegaruhi hasil penelltian.

5. Metode pengumpulan data

Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan yang terbatas, yaitu wawancara dan observasi. Meskipun metode ini memberikan wawasan yang mendalam mengenai fenomena yang diteliti, namun terdapat potensi bias dalam interpretasi data.

6. Keterbatasan waktu dan sumber daya

Keterbatasan waktu dan sumber daya yang tersedia mempegaruhi kedalaman dan keluasan penelitian. Penelitiian ini tidak dalam mencakup semua aspek yang terkait dengan strategi *marketing mix* syariah secara rinci. Penelitian lebih lanjut dengan alokasi waktu dan sumber daya yang lebih besar dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif.



DAFTAR PUSTAKA

- Adillah, F. (2025). *Strategi Marketing Mix Syariah KSPPS Baitut Tamwil Tazakka*.
- Agustian, B. N. (2017). *Strategi Pemasaran Produk Tabungan Wadiah Di Bmt Fajar Kcp Semuli Jaya*. 1–78.
- Akbar, Y. R., Zain, I., & Nuraini, P. (2019). Analisis Dimensi Service Marketing Mix Sebagai Pengukur Kepuasan Nasabah Bank Syariah Di Pekanbaru. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 2(2), 1–15.
- Anisa, I. N., & Oktafia, R. (2021). Penerapan Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Jumlah Funding Dan Lending Di Bmt Harapan Ummat Sidoarjo. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 4(1), 113–126. [https://doi.org/10.25299/jtb.2021.vol4\(1\).6597](https://doi.org/10.25299/jtb.2021.vol4(1).6597)
- Ardli, N. I. (2018). Strategi Pemasaran Penghimpun Dana Produk Simpanan Hari Raya Idul Fitri (SHaRi) Dengan Akad Wadi'ah Di KSPPS Arthamadina Banyuputih Batang. *Core.Ac.Uk*, 1–144.
- Arifka, N. (2021). Penerapan Strategi Bauran Pemasaran 7P dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Pada Sambel Layah Arcawinangun). *Tesis, IAIN Purwokerto*, 1–123.
- Arifqi, M. M. (2021). Konsep Ekonomi Kerakyatan Sebagai Pengembangan Koperasi Syariah Di Indonesia (Telaah Pemikiran Muhammad Hatta). *BALANCA : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(02), 57–73. <https://doi.org/10.35905/balanca.v2i02.1554>
- Augustinah, F. (2020). Manajemen Pemasaran (Prespektif Digital Marketing). In *Manajemen Pemasaran (Perspektif Digital Marketing)*.
- Ayu. (2025). *Strategi Marketing Mix Syariah KSPPS Baitut Tamwil Tazakka*.

- Azizah, V. Al, & Achsa, A. (2021). Analisis bauran komunikasi pemasaran di KSPPS Karisma Kantor Cabang Grabag dalam meningkatkan jumlah anggota. *Sorot*, 16(1), 1–12. <https://doi.org/10.31258/sorot.16.1.1-12>
- Bungin, B. (2005). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Prenada Media.
- Dewi, S. R. (2022). *Strategi Pemasaran Marketing Mix Pada Produk Pembiayaan Di KSPPS BMT Al-Ishlah Kota Jambi*. 1–83.
- Dewi, S. R. (2023). *Strategi Marketing Mix Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Pembiayaan Ijarah Di BMT AL Ishlah Kota Jambi*. 3, 1–63.
- Dwi Riyanti, N. (2022). *Strategi Pemasaran Marketing Mix Pada Produk Pembiayaan Di KSPPS BMT Bina Umat Mandiri Tegal*. 1–76.
- Fakhrudin, A., Valeria Roellyanti, M., & Awan. (2022). Bauran Pemasaran. In *Andrew's Disease of the Skin Clinical Dermatology*.
- Fitria, L. (2019). Pelaksanaan Tabungan Haji Dan Umrah Dengan Akad Mudharabah Mutlaqah Pada Pt Bank Bri Syariah Tbk. KCP Tulang Bawang Barat Lampung. *Tesis*, 1–81.
- Frendika, E., Yudha Pratama, V., & Koresponden,). (2024). Strategi Marketing Mix Syariah Dalam Meningkatkan dan Mempertahankan Nasabah pada Produk Simpanan Idul Fitri di BMT Matra Pekalongan Sharia Marketing Mix Strategy in Increasing and Retaining Customers on Eid Saving Products at BMT Matra Pekalongan. *Talijagad*, 2023(1), 1–15. <https://doi.org/10.55732/UNU.TJJ.2024.02.01.1>
- Husnaini, K., & Rohman, A. (2023). Implementasi Akad Mudharabah Dalam Produk Simpanan Tabungan Berjangka Sejahterah Pada Koperasi Bina Syariah

- Ummah Cabang Dukun Gresik. *Jesya*, 6(2), 2191–2200.
<https://doi.org/10.36778/jesya.v6i2.1211>
- Isnah, N. (2025). *Strategi Marketing Mix Syariah KSPPS Baitut Tamwil Tazakka*.
- Jaya, T. P. I. (2022). Peran Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) Dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat (Studi Pada BMT BiMU Kota Bandar Lampung). *Repository Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung*, 1–116.
- Kartika, D. (2018). Implementasi Pembiayaan Qardhul Hasan Pada Bmt Syariah Makmur Bandar Lampung. *Skripsi*, 1–104.
- Laili, I. (2024). *Penerapan marketing mix (7p) produk tabungan pada kspps baitul maal wat tamwil nuansa umat jawa timur cabang kalisat jember skripsi*.
- Linda. (2025). *Strategi Marketing Mix Syariah KSPPS Baitut Tamwil Tazakka*.
- Maesaroh, S. (2025). *Strategi Marketing Mix Syariah KSPPS Baitut Tamwil Tazakka*.
- Maesaroh, S., & Isnah, N. (2025). *Strategi Marketing Mix Syariah KSPPS Baitut Tamwil Tazakka*.
- Marduwira, E. (2010). Akad Istishna Dalam Pembiayaan Rumah Pada Bank Syariah Mandiri (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Cinere). *Skripsi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*, 1–68.
[http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/2123/1/ERDI MARDUWIRA-FSH.pdf](http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/2123/1/ERDI%20MARDUWIRA-FSH.pdf)
- Mikhrani, M. (2011). Koperasi Dan Bmt: Sebuah Fenomena Sumber Dana Untuk Kemaslahatan Umat. *Jurnal Dakwah UIN Sunan Kalijaga*, 12(1), 33–52.
- Mutiari. (2016). Mekanisme Produk Simpanan Umrah Dan Haji Di KSPPS BMT Bus Cabang Welahan. *Applied Microbiology and Biotechnology*, 1–90.

- Nadhifa, R. (2019). *Mekanisme Operasional Produk SIDIK (Simpanan Pendidikan) Di KSPPS Marhamah KCP Watumalang*. 1–88.
- Nasrulloh, M. (2025). *Strategi Marketing Mix Syariah KSPPS Baitut Tamwil Tazakka*.
- Nurhadi. (2019). Manajemen Strategi Pemasaran Bauran (Marketing Mix) Perspektif Ekonomi Syariah. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 6(2), 142–157.
- Nurvitasari, A. (2018). *Hubungan Antara Implementasi Marketing Mix Dengan Peningkatan Omzet Lembaga Keuangan Syariah*. 1–106.
- Pabundu Tika, M. (2020). Metodologi Riset Bisnis. *Jurnal IAIN Kudus*, 1–23.
- Pratiwi, M. (2021). Peran Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) Dalam Mengembangkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (Studi Pada BMT Al-Amal Kota Bengkulu). *ADILLA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Syari'ah*, 1–93.
<http://repository.iainbengkulu.ac.id/id/eprint/6796>
- Prima, A., Erly, R., Atiah, I. N., & Tirtayasa, S. A. (2024). *Analisis Implementasi 3P (Promotion, People, Process) Syariah Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT. Citra Elektrindo Mandiri*. 9(204), 3891–3916.
- Priyadi, U., & Sutardi. (2021). *Aplikasi Akad Syariah BMT* (pp. 1–173).
- Putra, P., & Hasbiyah, W. (2018). Teori dan Praktik Pemasaran Syariah. *Perpustakaan Nasional: Katalog Dalam Terbitan*, 1, 1–272.
- Rahayu, E. (2021). *Analisis Marketing Mix Terhadap Pemasaran Produk Pembiayaan Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) Beemass di Kabupaten Ngawi*. 1–121.
- Rahim, E., & Mohamad, R. (2021). Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Dalam Perspektif Syariah.

- MUTAWAZIN (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 2(1), 15–26.
<https://doi.org/10.54045/mutawazin.v2i1.234>
- Rita Fiantika, F., Wasil, M., Jumiyati, S., Honesti, L., Wahyuni, S., Mouw, E., Jonata, Mashudi, I., Hasanah, N., Maharani, A., Ambarwati, K., Noflidaputri, R., Nuryami, & Waris, L. (2022). Metodologi Penelitian Kualitatif. In *Metodologi Penelitian Kualitatif*. In *Rake Sarasini* (Issue March). <https://scholar.google.com/citations?user=O-B3eJYAAAAJ&hl=en>
- Ritonga, W. (2022). *Buku Manajemen Pemasaran* (pp. 1–163).
- Sahir Hafni, S. (2022). *Metodologi Penelitian*.
- Sulistiyawati. (2023). Penelitian Kualitatif : Metode Penelitian Kualitatif. In *Jurnal EQUILIBRIUM* (Vol. 5, Issue January). <http://belajarpsikologi.com/metode-penelitian-kualitatif/>
- Suprihatin, I. (2010). *Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Dana Pensiun Lembaga Keuangan (Studi Kasus Pada DPLK Muamalat Pusat)*. 1–124. <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/4860>
- Suryadi, N., & Putri, Y. R. (2018). Analisis Penerapan Pembiayaan Qardhul Hasan Berdasarkan Psak Syariah Pada Bmt Al Ittihad Rumbai Pekanbaru. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 1(1), 37–50.
- Syukur, P. A., & Syahbudin, F. (2020). Konsep Marketing Mix Syariah. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 5(1), 71–94.
- Tanowi, A. (2024). Program Arisan Wisata Menurut Prespektif Ekonomi Syariah (Studi Kasus Di KSPPS Bismillah Cabang Ngadirejo Kabupaten Temanggung). *Ekonomi Syariah*, 2, 77–90.
- Wulansari, T. D. (2018). *Praktik Bagi Hasil Tabungan Idul Fitri Dalam Bentuk Parsel Di BMT UGT Sidogiri*

Cabang Larangan Sidoarjo.

- Zahro, S. M. (2019). *Analisis Penerapan Produk Tabungan Haji Dalam Upaya Peningkatan Jumlah Tabungan Mudharabah Di Bmt Ugt Sidogiri Cabang Balung.* 1–116.
- Zakharia, M. S., & Sujianto, A. E. (2022). Pengaruh Marketing Mix Syariah (7P) terhadap Minat Beli Konsumen di Rumah Makan Ayam Lodho Pak Yusuf Plosokandang. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3(5), 835–852. <https://doi.org/10.47467/elmal.v3i5.1122>
- Zulkifli, M., & Pakkanna, M. (2022). Jurnal Inovasi Manajemen & Bisnis (JIMB). *Inovasi Manajemen & Bisnis (JIMB)*, 1(1), 1–16.

