



**STRATEGI PEMASARAN PRODUK KELOMPOK UNTUK
BISNIS MIKRO DI KSPPS DANA SYARIAH PEMALANG**

TUGAS AKHIR

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md)



Oleh :

DENIS FAHMI SETIAWAN
NIM. 2012116013

**JURUSAN D3 PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2020**



STRATEGI PEMASARAN PRODUK KELOMPOK UNTUK BISNIS MIKRO DI KSPPS DANA SYARIAH PEMALANG

TUGAS AKHIR

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md)



Oleh :

DENIS FAHMI SETIAWAN
NIM. 2012116013

**JURUSAN D3 PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2020**



**SURAT PERNYATAAN
KEASLIAN SKRIPSI**

yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Denis Fahmi Setiawan

NIM : 2012116013

Judul Tugas Akhir : Strategi Pemasaran Produk Kelompok Untuk Bisnis Mikro di KSPPS Dana Syariah Pemalang

Menyatakan bahwa Tugas Akhir ini merupakan hasil saya sendiri, kecuali dalam kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Apa bila Tugas Akhir ini terbukti merupakan hasil duplikasi atau plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi akademis dicabut gelarnya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan 11 juni 2020

Yang menyatakan



Denis Fahmi Setiawan
NIM. 2012116013

NOTA PEMBIMBING

Muhammad Nasrullah, SE, MSI,

Jl. Hasyim Ashari No 22 Rt 4/2 Kemplong Wiradesa Pekalongan

Lampiran : 3 (tiga) eksemplar

Hal : Naskah Tugas Akhir Sdri. Denis Fahmi Setiawan

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Pekalongan
c. q. Ketua Jurusan Perbankan Syariah

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah Tugas Akhir Saudara:

Nama : Denis Fahmi Setiawan

NIM : 2012116013

Prodi : D3 Perbankan Syariah

Judul : STRATEGI PEMASARAN PRODUK KELOMPOK BISNIS
MIKRO DI KSPPS DANA SYARIAH PEMALANG

Dengan ini mohon agar Tugas Akhir saudara tersebut dapat segera dimunaqasahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 27 Mei 2020

Pembimbing,



Muhammad Nasrullah, SE, MSI,
NIP. 198011282006041003





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jln. Pahlawan Rowolaku Kajen Pekalongan Telp (0285) 412575-412572 Fax. 423418

Website: febi.iainpekalongan.ac.id email: febi@iainpekalongan.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Pekalongan mengesahkan Tugas Akhir saudara/i:

Nama : **DENIS FAHMI SETIAWAN**
 NIM : **2012116013**
 Judul Skripsi : **STRATEGI PEMASARAN PRODUK KELOMPOK
 UNTUK BISNIS MIKRO DI KSPPS DANA SYARIAH
 PEMALANG**

Telah diujikan pada hari Kamis tanggal 11 Juni 2020 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md) Perbankan Syariah.

Dewan Penguji

Penguji I

Penguji II

H. Tamamudin, S.E. M. M.
NIP. 197910320060410

Happy Sista Dewy, M. M.
NIP. 1993101420180120

Pekalongan, 20 Juni 2020

Disahkan oleh,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. H. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H.

NIP. 19750220 199903 2 001



PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut.

1. Konsonan

Fonem-fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidakdilambangkan	Tidakdilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sas	š	es (dengantitik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengantitikdibawah)
خ	Kha	Kh	kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	ḏ	zet (dengantitik di bawah)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es



ش	Syin	Sy	esdan ye
ص	Sad	ş	es (dengantitik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengantitikdibawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengantitik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengantitikdibawah)
ع	‘ain	‘	Komaterbalik (diatas)
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	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	hamzah	.	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal Tunggal	Vokalrangkap	VokalPanjang
أ = a		آ = ā
إ = i	أي = ai	إي = ī
أ = u	أو = au	أو = ū

3. Ta Marbutah

Ta Marbutah hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh :

مرآة جميلة ditulis *mar'atun jamilah*

Ta Marbutah mati dilambangkan dengan /h/

Contoh :

فاطمة ditulis *fatimah*



4. *Syaddad (tasyid, geminasi)*

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddad* tersebut.

Contoh :

ربنا	ditulis	<i>rabbānā</i>
البر	ditulis	<i>al-birr</i>

5. **Kata sandang (artikel)**

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsiah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh :

الشمس	ditulis	<i>asy-syamsu</i>
الرجل	ditulis	<i>ar-rajulu</i>
السيدة	ditulis	<i>as-sayyidah</i>

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf qamariyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh :

القمر	ditulis	<i>al-qamar</i>
البدیع	ditulis	<i>al-badi'</i>
اجلال	ditulis	<i>al-jalāl</i>



6. Huruf Hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof (/').

Contoh :

امرت

ditulis

umirtu

شيء

ditulis

syai'un

PERSEMBAHAN

Tugas Ahir ini saya persembahkan kepada :

1. Mama dan Bapak tercinta yang telah berjuang dan merawat saya dengan penuh kasih sayang ketulusan dan cinta kasih. Semoga Allah selalu memberikan rahmat dan keridhoan kepadamu.
2. Omku yang saya banggakan Agus Maemun serta adik tercinta Alya ayatul khusnah dan ponakan-ponakanku yang selalu menghiburku muhamad ali jumah dan muhamad zaki amalisani yang selalu menghiburku.
3. Terkhusus buat orang yang saya sayangi Triya Istianingsih terima kasih atas suportnya dan selalu kasih aku semangat sekaligus motivasi agar aku menjadi bersemangat untuk menyelesaikan tugas ahir ini.
4. Saudara-saudaraku yang selalu memberikan motivasi dan menantikan kesuksesanku.
5. Pak Ahmad Rosyid, S.E.,M.Si yang senantiasa memberi motivasi dan selalu membimbing penulis untuk mengerti bahwa hidup ini butuh perjuangan dan kita harus selalu berusaha untuk meraih kesuksesan.
6. Pak Muhammad Nasrullah, SE.,M.Si yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk membimbingku dalam penyusunan Tugas Ahir ini.
7. Bapak dan ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, khususnya Dosen pengajar D3 Perbankan Syariah yang telah mengajarkan banyak ilmu dan pengalamanya dalam perbankan syariah.
8. Seluruh pengelola KSPPS Dana Syariah Pemalang yang telah membantu saya dalam penyusunan Tugas Ahir.
9. Semua temen-temen D3 perbankan syariah angkatan 2016 khususnya PBS A terima kasih atas perhatian dan kebersamaan kita terima kasih telah memberikan semangat.
10. Terima kasih juga buat sahabat dekatku yang selalu kasih saya semangat Nina dwi nurjanah, Tika asih, Anjas pramana, dan Anggit arya pratama.





MOTTO

“Allah takkan melupakan kebaikan yang kau beri, kesusahan orang lain yang kau atasi, dan mata yang hampir saja menangis lalu kau buat bahagia. Hiduplah diatas prinsip jadilah orang baik, meskipun kau tak diperlakukan baik oleh manusia”

(Umar bin Khattab)



ABSTRAK

STRATEGI PEMASARAN PRODUK KELOMPOK BISNIS MIKRO DI KSPPS DANA SYARIAH PEMALANG

Oleh :

Denis Fahmi Setiawan

2012116013

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran produk kelompok bisnis mikro (KBM) di KSPPS Dana Syariah Pemalang serta apa kendala yang di hadapi.

Penulisan tugas ahir ini menggunakan metode kualitatif. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan. Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan mengumpulkan data primer dan data skunder. Data tersebut diperoleh melalui wawancara kepada manajer KSPPS Dana Syariah. Metode analisis data yang di gunakan dalam penelitian ini yaitu reduksi data, penyajian data, penyimpulan dan kesimpulan ahir.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan penulis, dapat disimpulkan sebagai berikut: strategi pemasaran yang diterapkan KSPPS Dana Syariah Pemalang dalam memasarkan KBM yaitu dengan cara jemput bola, mendatangi rumah-rumah anggota dan calon anggota. KBM adalah pembiayaan yang dikhususkan untuk para kalangan menengah ke bawah untuk modal usaha. KSPPS Dana Syariah juga melakukan strategi harga dengan memberikan sovenir serta hadiah kepada anggotanya yang lancar untuk pembiayaanya.

Kata Kunci : strategi pemasaran, KBM, produk.



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, penguasa alam semesta yang telah melimpahkan semua rahmat, taufiq dan hidayah-Nya. Tak lupa shalawat dan salam selalu kami haturkan kepada Nabi besar Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir yang berjudul **“STRATEGI PEMASARAN PRODUK KELOMPOK BISNIS MIKRO DI KSPPS DANA SYARIAH PEMALANG”**

Tugas akhir ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat guna menyelesaikan pendidikan program Diploma 3 pada jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Pekalongan. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa proses penyusunan Tugas Akhir ini dapat selesai berkat bantuan dari berbagai pihak, bimbingan serta dorongan berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Ade Dedi Rohayana, M.Ag, selaku Rektor IAIN Pekalongan
2. Ibu Dr. Shinta Dewi Rismawati, S.H, MH, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.
3. Bapak H. Tamamudin, S.E., MM., selaku ketua jurusan D3 perbankan syariah IAIN Pekalongan.
4. Pak Ahmad Rosyid, S.E., M. Si, selaku Dosen wali yang senantiasa memberi motivasi dan selalu membimbing penulis untuk mengerti bahwa hidup ini butuh perjuangan dan kita harus selalu berusaha untuk meraih kesuksesan.
5. Bapak Muhammad Nasrullah, S.E, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
6. Bapak-bapak dan ibu-ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan, yang telah banyak memberikan ilmunya kepada penulis sebagai bekal dalam kegiatan praktek kerja lapangan.



7. Seluruh keluarga KSPPS Dana Syariah Pemalang yang telah membantu dalam kegiatan praktek kerja lapangan dan memberikan banyak pengalaman dan pengetahuan yang belum pernah didapatkan dalam kuliah.
8. Bapak dan ibuku tercinta serta adiku tersayang yang selalu memberikan kasih sayang dan motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini.
9. Teman-teman D3 Perbankan Syariah IAIN Pekalongan Tahun 2016-2019 dan seluruh teman-teman yang ada dikampus, terima kasih atas doa dan dukungannya.
10. Semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu dalam penyusunan Tugas Akhir ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Kepada mereka semua penulis mengucapkan terima kasih, semoga amal dan jasa-jasanya diberikan balasan yang sebaik-baiknya oleh Allah SWT penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari sempurna sehingga penulis akan sangat berterima kasih atas kritik dan saran yang bersifat membangun guna penyempurnaan Tugas Akhir ini. Akhirnya, penulis berharap semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi yang membutuhkan

Pekalongan, 11 juni 2020

Denis Fahmi Setiawan
NIM: 2012116013



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
PEDOMAN TRANSLITRASI	v
PERSEMBAHAN.....	ix
MOTTO	x
ABSTRAK	xi
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	5
BAB II LANDASAN TEORI	7
A. Strategi Pemasaran	7
B. Unsur dan Fungsi Strategi Pemasaran.....	7
C. Konsep Strategi Pemasarna	8



D. Pembiayaan.....	25
E. Telaah pustaka	27
BAB III METODE PENELITIAN	32
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	32
B. Lokasi Penelitian	32
C. Sumber Data	33
a. Data Primer	33
b. Data Sekunder	34
D. Teknik Pengumpulan Data.....	34
1. Dokumentasi	34
2. Wawancara (<i>Interview</i>).....	35
3. Observasi	35
E. Metode Analisis Data.....	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
A. Profil KSPPS Dana Syariah Pemalang	38
1. Sejarah Berdiri	38
2. Visi dan Misi	39
3. Struktur Organisasi	39
4. Prinsip Operasional	40
5. Produk-Produk KSPPS	41



B. Strategi Pemasaran Produk Kelompok Bisnis Mikro di KSSP Dana Syariah Pemalang	42
C. Kendala Yang Dihadapi KSPPS Dana Syariah Pemalang .	53
BAB V PENUTUP	56
A. Kesimpulan	56
B. Saran	57
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Anggota Produk Kelompok Bisnis Mikro KPPS	4
--	---





DAFTAR GAMBAR

Tabel 1.1 Struktur Organisasi KPPS Dana Syariah Pemasang 40





BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

KSPPS (Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah) merupakan suatu unit usaha mandiri yang didalamnya mengembangkan usaha-usaha produktif untuk meningkatkan kualitas kegiatan ekonomi pengusaha kecil dengan mendorong kegiatan menabung, dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonomi. Koperasi merupakan salah satu bentuk badan hukum yang sudah lama dikenal di Indonesia. KSPPS Dana Syariah menggunakan prinsip syariah di dalam kegiatan Pembiayaannya. Dalam kegiatan Pembiayaan KSPPS Dana Syariah menggunakan akad mudharabah. Akad mudharabah adalah akad kerja sama antara dua pihak, dimana pihak pertama yakni shahibul maal sebagai pemilik dana menyediakan seluruh dana /sedangkan yang lain yakni mudharib sebagai pengelola dan dengan keuntungan yang disepakati. Dan selanjutnya akan membahas strategi pemasaran di KSPPS Dana Syariah. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh KSPPS Dana Syariah ialah dengan menggunakan metode 7P (*product, price, place, promotion, people, Physical Evidence*) dan juga memberikan pengetahuan kepada calon nasabah yang belum mengetahui produk-produk syariah. Pengenalan suatu produk kepada masyarakat memberikan peluang yang signifikan dalam menarik calon nasabah. Jika pemasaran yang dijalankan tepat pada sasaran, akan berkontribusi pada peningkatan jumlah nasabah dan pembiayaan yang disalurkan. Hal inilah yang menjadi tantangan KSPPS Dana Syariah dalam berbisnis agar bisa bersaing

dengan lembaga keuangan lainnya yang semakin kompetitif dalam meningkatkan jumlah nasabah, terutama jumlah pembiayaan mikro. Pengenalan produk kepada publik dapat dilakukan dengan cara melakukan promosi, yaitu dengan melakukan promosi penjualan, publisitas produk, tenaga penjual, dan periklanan. Promosi penjualan ialah kegiatan promosi untuk mempengaruhi konsumen secara langsung, sehingga langsung dapat diketahui respon dari konsumen. Mengelola publisitas produk ialah mengatur kegiatan memperkenalkan produk melalui publikasi di media cetak atau elektronik. Sedangkan pengenalan melalui tenaga penjual lebih mengarah pada penjelasan yang diberikan secara langsung pada masyarakat. Periklanan menurut Nitisemito menjelaskan bahwa periklanan adalah suatu usaha untuk mempengaruhi konsumen dalam bentuk tulisan, gambar, dan suara atau kombinasi dari semuanya itu yang diarahkan kepada masyarakat secara luas dan secara tidak langsung.¹ Di zaman yang moderen ini masih banyak calon usaha yang kebingungan melakukan usaha, khususnya di wilayah pemalang kebingungan di bagian modalnya. Tetapi dengan adanya produk Kelompok Bisnis Mikro yang ada pada KSPPS Dana Syariah Pemalang dapat mengatasi kebingungan para calon usaha yang kebinguan atas modalnya. Demikian pula dengan syarat-syarat yang mudah untuk dapat mengajukan pembiayaan produk kelompok bisnis mikro, hanya dengan menyertakan syarat-syarat seperti membuat kelompok 5 orang dalam lingkup yang sama, memiliki usaha produktif dan juga untuk kelengkapan datanya hanya menyerahkan FC KTP, FC KK, Kartu Nikah, Keterangan Usaha, dan Menjadi Anggota KSPPS Dana Syariah Pemalang.

¹ Abdul Rivai dan Darsono Prawironegoro, Manajemen Strategis, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015), hlm. 124-126.





KSPPS dana syariah merupakan lembaga intermediasi untuk menghimpun dana dari masyarakat yang memiliki kelebihan dana dan menyalurkan dana tersebut kepada masyarakat yang membutuhkan dana. Hal utama yang membedakan dengan lembaga keuangan konvensional adalah dalam cara menghimpun dan menyalurkan dana dari dan kepada masyarakat harus sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Peran umum KSPPS dana syariah pemalang adalah melakukan pendanaan pada usaha-usaha yang dilakukan masyarakat dengan berdasarkan pada sistem perekonomian syariah islam. Untuk menjalankan peranan tersebut, maka terdapat produk-produk penyaluran dana yang berupa pembiayaan dengan menggunakan akad-akad sesuai dengan syari'at islam seperti akad mudharabah (bagi hasil), murabahah (jual beli), ijarah (sewa menyewa). Sehingga masyarakat yang membutuhkan pendanaan dapat memilih pembiayaan yang akadnya sesuai dengan apa yang menjadi keinginan dan tujuannya. Kelompok Bisnis Mikro adalah produk pembiayaan usaha menengah kebawah dimana pembiayaan bulan pertama sebesar Rp.1.000.000 dan juga seterusnya apabila melakukan angsuran dengan lancar maka bulan selanjutnya akan naik menjadi Rp.2000.000 dimana angsuran perbulanya sebesar Rp.100.000. Data jumlah anggota produk Kelompok Bisnis Mikro pada KSPPS Dana Syariah Pemalang pada tahun 2016-2018 adalah sebagai berikut.



**TABEL 1.1 Jumlah Anggota Kelompok Bisnis Mikro KSPPS Dana Syariah
Pemalang Tahun 2016-2019**

NO	Tahun	Jumlah Anggota KBM
1	2016	300
2	2017	515
3	2018	725
4	2019	1050

Sumber data: Wawancara dengan manajer KSPPS Dana Syariah Pemalang²

Berdasarkan tabel 1.1 diatas, jumlah anggota Kelompok Bisnis Mikro pada tahun 2016 yaitu sebanyak 300 anggota. Sedangkan pada tahun 2017 mengalami peningkatan sebanyak 515 anggota dan pada tahun 2018 anggota mengalami peningkatan lagi sejumlah 725 anggota, kemudian di tahun 2019 mengalami banyak peningkatan sejumlah 1050 anggota. Jadi di tahun 2019 anggota yang tersisa 1050 anggota.

Dari penjelasan diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian apa yang menjadi pemicu kenaikan jumlah anggota tersebut. Maka penulis ingin melakukan penelitian yang berjudul “ Strategi Pemasaran Produk untuk Kelompok Bisnis Mikro (KBM) Pada KSPPS Dana Syariah Pemalang”.

² Wawancara dengan manajer KSPPS Dana Syariah pemalang

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penelitian yang akan di laksanakan mempunyai rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran produk kelompok bisnis mikro di KSPPS Dana Syariah Pemalang?
2. Apa saja kendala yang dihadapi KSPPS Dana Syariah dalam Memasarkan Produk kelompok bisnis mikro?

C. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah diatas, tujuan penelitian dalam tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran produk kelompok bisnis mikro di KSPPS Dana Syariah Pemalang.
- b. Untuk mengetahui apa saja kendala yang dihadapi KSPPS Dana Syariah Pemalang dalam memasarkan produk Kelompok Bisnis Mikro.

2. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Kegunaan Teoritis
 - 1) Penelitian ini dapat digunakan untuk mengetahui strategi pemasaran produk kelompok bisnis mikro yang diterapkan pada KSPPS Dana Syariah Pemalang.



- 2) Memberikan kontribusi keilmuan yang mengkaji tentang strategi pemasaran produk kelompok bisnis mikro yang diterapkan pada KSPPS Dana Syariah Pemalang.

b. Kegunaan Praktis

- 1) Bagi instansi

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan semangat serta menambah kinerja pegawai KSPPS Dana Syariah Pemalang dalam mengembangkan strategi pemasaran produk yang lebih inovatif.

- 2) Bagi Masyarakat

Memberikan pengetahuan bahwa produk kelompok bisnis mikro itu dapat membantu khalayak umum dalam memajukan usaha.

- 3) Bagi Mahasiswa

Menambah pengetahuan dan wawasan tentang strategi pemasaran produk kelompok bisnis mikro di KSPPS Dana Syariah Pemalang serta mengetahui kendala yang dihadapi dalam memasarkan produk dan bagaimana solusinya.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan pada bab-bab sebelumnya maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Strategi pemasaran yang dilakukan KSPPS Dana Syariah yaitu dengan menggunakan strategi 7P yaitu : product, price, place, promotion, people, proses, dan physical evidence. Serta menggunakan strategi lain yaitu strategi jemput bola, mendatangi rumah-rumah anggota dan calon anggota serta mempromosikan produk.
2. Kendala-kendala yang dihadapi oleh KSPPS Dana Syariah Pemalang dalam menerapkan strategi pemasaran adalah sebagai berikut :
 - a. Kendala normatif
 - 1) Kurangnya sumber daya manusia yang memadai,
 - 2) Kurangnya pengetahuan, pemahaman produk yang ada di KSPPS
 - b. Kendala sosial
 - 1) Keadaan masyarakat
 - 2) Kegiatan social
 - 3) Kondisi karyawan

B. Saran

1. Bagi KSPPS Dana Syariah Pemalang
 - a. Komunikasi yang baik dengan calon anggota dalam memasarkan Aproduk.
 - b. KSPPS diharapkan bisa meningkatkan kegiatan promosi dengan cara sosialisasi yang menarik agar semakin banyak yang membeli produk KBM
 - c. Meningkatkan media elektronik sebagai alat dalam mempromosikan KBM, seperti internet.
 - d. Berusaha mencari segmen pasar yang baru dengan menggunakan strategi pemasaran yang tepat atau disesuaikan dengan kondisi produk yang akan dipasarkan.
2. Bagi peneliti berikutnya
 - a. Bagi peneliti selanjutnya, hasil peneliti ini bisa digunakan sebagai bahan perbandingan dan referensi untuk peneliti, dan sebagai bahan pertimbangan untuk memperdalam penelitian selanjutnya.
 - b. Peneliti selanjutnya disarankan dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti strategi/ bauran pemasaran yang berbeda ataupun meneliti pengaruh strategi pemasaran.
 - c. Peneliti selanjutnya juga dapat menggunakan metode lain dalam meneliti pengaruh strategi pemasaran dalam keputusan anggota untuk menggunakan produk. Misalnya dengan metode kuantitatif angket dan wawancara terhadap responden.



DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers
- Alma, Buchari dan Donni Juni Piansa. 2009. *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- AL Quran Tajwid & Terjemahan Al Karim.
- Arief, Muhtosin. 2006. *Pemasaran Jasa & kualitas pelayanan*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Ascarya. 2017. *Akad dan Produk Bank Syariah*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Djazuli. 2002. *Lembaga-lembaga Perekonomian Umat*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Ezmir. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Analisis Data*. Jakarta: Rajawali Press.
- Handoko. 2012. *Manajemen*. Edisi 2. Yogyakarta: BPFE.
- Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Juhaya S. Pradja. 2013. *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Pustaka Setia.
- Kasmir. 2005. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana.



Muslich, Ahmad Wardi. 2013. Fiqh Muamalat. Jakarta: Amzah.

Nainggolan, Basaria. 2016. Perbankan syariah di Indonesia. Jakarta: PT Grafindo Persada.

Piadena, Moh. Sidik dan Saludin Muis. 2009. Metodologi penelitian Ekonomi dan Bisnis. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Pradja, Juhaya S. 2013. Manajemen Pemasaran Bank Syariah. Bandung: CV PUSTAKA SETIA.

Ridwan, Ahmad Hasan. 2013. Manajemen Baitul Mal wa Tamwil. Bandung: CV Pustaka Setia.

Sujarweni, Wiratna. 2015. Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Sutanto, Herry dan Khaerul Umam. 2013. Manajemen Pemasaran Bank Syariah. Bandung: CV Pustaka Setia.

Wahjono, Sentot Imam. 2013. Manajemen Pemasaran Bank. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Muhtosin Arief, Pemasaran Jasa & kualitas pelayanan.

Sofjan Assauri, Manajemen Pemasaran.

Tatik Suryani, Manajemen Pemasaran Strategik Bank di Era Global.

Ichsan Setyo Budi, Manajaemen Strategi (Jakarta: Salemba Empat,2006), hlm. 11-12.

Basu swastha dharmamesta dan T hani handoko, manajemen pemasaran analisis perilaku konsumen.

Sudarsono dan edilius, manajemen koperasi Indonesia, (Jakarta: PT RINEKA CIPTA, 2010), hlm. 67.



JURNAL

- Nurul Fajriati, “Strategi Pemasaran produk Si Sidik KSPPS Bina Umat Sejahtera (BUS) pada Cabang Semarang Kota”, Jurnal: UIN Walisongo, (Online), (<http://uinwalisongo.ac.id>, diakses pada tanggal 23 Januari 2019 Pukul 21:16)
- Hamzah Fankhuri, “Strategi Pemasaran Baitul Mal Wat Tamwil (BMT) Walisongo dalam meningkatkan jumlah nasabah”, Jurnal: UIN Walisongo, (Online), (<http://uinwalisongo.ac.id>, diakses pada tanggal 23 Januari 2019 Pukul 21:10)
- Kiky Suryaningtyas. 2015. Strategi pemasaran produk simpanan siswa pendidikan pada BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Semarang,“ Jurnal: UIN Walisongo, (Online), (<http://uinwalisongo.ac.id>, diakses pada tanggal 3 Oktober 2018 pukul 19:48).
- Ika Oktawulansari, “Strategi Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah di BMT Fajar Mulia Cabang Bandungan”, Jurnal: UIN Walisongo, (Online), (<http://uinwalisongo.ac.id>, diakses pada tanggal 23 Januari 2019 pukul 19:08)
- Robby Barokah, “Strategi Pemasaran Produk Simpanan Pendidikan BMT Al-Fath IKMI Pamulang”, Jurnal: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, (Online), (<http://uinjkt.ac.id>, diakses pada tanggal 23 Januari 2019 pukul 21:24)
- Syafrizallyanal Furqon, “Strategi Pemasaran Produk Simpanan Idul Fitri Pada BMT Al-Fath IKMI Pamulang”, Jurnal: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, (Online), (<http://uinjkt.ac.id>, diakses pada tanggal 23 Januari 2019 pukul 21:14)
- Anwar Abbas, “Strategi Pemasaran Produk Simpanan Nikah di BMT Daarut Tauhid Cabang Jakarta”, Jurnal: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, (Online), (<http://uinjkt.ac.id>, diakses pada tanggal 23 Januari 2019 pukul 21:21)



SKRIPSI

Tiya Bidayatul Hidayah. 2017. "Strategi Promosi Penjualan Dan Penjualan Pribadi Pada Produk Sidik (simpanan pendidikan) di KSPPS SM NU CABANG BOJONG". Tugas Akhir D3 Perbankan Syariah. Pekalongan: IAIN Pekalongan.

Muh. Nahdudin Masykur. 2017. "Pengaruh promosi terhadap peningkatan jumlah dana pihak ketiga BMT SM NU Taman Pemalang". Tugas Akhir D3 Perbankan Syariah. Pekalongan: IAIN Pekalongan.

INTERNET

www.bmtbus.com diakses pada tanggal 10 Desember 2019, pukul 20.55 WIB

<http://www.google.com/amp/s/floressounds.wordpress.com/2016/06/23/triangular-i-dalam-penelitian-kualitatif/amp/> diakses tanggal 16 Desember 2019, pukul 21.49 WIB.

<http://www.google.com/amp/s/floressounds.wordpress.com/2016/06/23/triangular-i-dalam-penelitian-kualitatif/amp/> diakses tanggal 16 Januari 2019, pukul 21.49 WIB

LAMPIRAN-LAMPIRAN





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Alamat: Jl. Pahlawan No. 52 Rajen Kabupaten Pekalongan
Website : www.iainpekalongan.ac.id Email: tebidi@iainpekalongan.ac.id

Nomor : 220/It.30/1.IV.2/PP.00.9/09/2018
Lamp : -
Hal : Permohonan Survey

Pekalongan, 05-Maret-2019

Kepada Yth.
Pimpinan KSPPS Dana Syariah

Di
Pemalang

Assalamu 'alaikum, Wa, Wb

Diberitahukan dengan hormat bahwa dalam rangka meningkatkan kualitas output Jurusan D3 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan, serta penyelesaian Tugas Akhir (TA), maka kami selaku pengelola bermaksud mengajukan permohonan agar mahasiswa/ mahasiswa kami

Nama : Derys Fahmi Setiawan
Nim : 2012116013
Judul Tugas Akhir : "Strategi Pemasaran Produk Kelompok Bisnis Mikro (KBM) di KSPPS Dana Syariah Pemalang"

Diberi ijin untuk mengadakan riset di lembaga yang bapak/ ibu pimpin guna menyelesaikan Tugas Akhir (TA) sebagaimana tersebut diatas.

Demikian permohonan ini, atas perhatian dan kesempatannya disampaikan terima kasih.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
U.b. Ketua Jurusan D3 Perbankan Syariah


H. Tamamudin

Tembusan
1. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
2. Wakil Dekan Bidang API, IAIN Pekalongan
3. Arsip

Visi Perbankan Syariah
Menjadi jurusan yang terkemuka dan kompetitif untuk menghasilkan sarjana profesional di bidang perbankan syariah berawakan ke-Indonesiaan di tingkat nasional pada tahun 2036





TRANSKIP PANDUAN WAWANCARA

1. produk apa saja yang ada di Dana Syariah ?
2. Produk KBM itu sendiri produk apa ?
3. Sasaran KBM itu siapa saja ?
4. Bagaimana strategi pada pemasaran produk KBM ?
5. Apa memiliki strategi khusus dalam pemasaran ?
6. Bagaimana prosedur proses dalam pemasaran ?
7. Kendala apa saja dalam melakukan pemasaran ?
8. Dalam pemasaran pasti ada persaingan. Bagaimana cara Dana Syariah menyikapi hal tersebut ?



HASIL WAWANCARA DENGAN PIHAK KSPPS DANA SYARIAH PEMALANG

1. Pertanyaan : produk apa saja yang ada di Dana Syariah ?

Jawab :

Produk pembiayaan guru sertifikasi, produk pembiayaan multi reguler, produk pembiayaan garmen bank (kelompok bisnis mikro), produk pembiayaan thoharah, produk pembiayaan sertifikat guru, produk pembiayaan UMKM.

2. Pertanyaan : Produk KBM itu sendiri produk apa ?

Jawab :

Produk pembiayaan yang memprioritaskan kepada sektor produktif UKM. Dimana produk ini terfokus kepada usaha/pedagang sarapan pagi dan juga nantinya para pedagang tersebut harus membuat kelompok 5 orang nantinya mereka akan di kasih tambahan modal usaha sebesar 1.000.000. dimana mereka akan mengangsur tiap minggunya.

3. Sasaran KBM itu siapa saja :

Jawab :

Pedagang sarapan pagi/kalangan menengah bawah

4. Pertanyaan : Bagaimana strategi pada pemasaran produk KBM ?

Jawab :

Strategi pemasaran yang dilakukan yaitu dengan mendatangi langsung ke rumah-rumah anggota dan mempromosikan produk.

5. Pertanyaan : Apa memiliki strategi khusus dalam pemasaran ?

Jawab :

Apabila pembiayaan lancar maka Dana Syariah akan memberikan sovenir.

6. Pertanyaan : Bagaimana prosedur proses dalam pemasaran ?

Jawab :

Proses yang dilakukan meliputi semua aktivitas, yang terdiri atas jadwal pekerjaan, mekanisme, aktivitas yang disampaikan kepada konsumen.



Dana Syariah membuat jadwal penerjunan ke lapangan terlebih dahulu kemudian melakukan promosi produk.

7. Pertanyaan : Kendala apa saja dalam melakukan pemasaran ?

Jawab :

Kurangnya sumber daya manusia yang memadai, yaitu kurangnya komunikasi yang baik dengan anggotanya, kurangnya jumlah karyawan, kurangnya mengenal kesadaran masyarakat mengenai pentingnya berinvestasi.

8. Pertanyaan : Dalam pemasaran pasti ada persaingan. Bagaimana cara Dana Syariah menyikapi hal tersebut ?

Jawab :

Untuk mengatasi persaingan Dana Syariah selalu berupaya dalam hal meningkatkan pelayanan/ service kepada anggota dan memaksimalkan sumber daya manusia agar pemasaran tepat sasaran.



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

1. Data Pribadi

- a. Nama : Denis Fahmi Setiawan
- b. Jenis Kelamin : Laki-Laki
- c. Tempat, tanggal, lahir : Pemalang 21 Maret 1998
- d. Alamat : Tugu Kalitorong
- e. Agama : Islam
- f. Kewarganegaraan : Indonesia
- g. Setatus Pernikahan : Belum Menikah
- h. No Hp : 085226151393
- i. Email : denisfahmi084@gmail.com

2. Riwayat Pendidikan

- a. SDN O3 Kalitorong : 2004-2010
- b. SMP Negeri 2 Randudongkal : 2010-2013
- c. SMA Negeri 1 Bantarbolang : 2013-2016
- d. D3 Perbankan Syariah IAIN Pekalongan : 2016-2020



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
UNIT PERPUSTAKAAN

Jl. Kusuma bangsa No.9 Pekalongan. Telp. (0285) 412575 Faks (0285) 423418
Website : perpustakaan iain-pekalongan.ac.id | Email : perpustakaan@iain-pekalongan.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika IAIN Pekalongan, yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Denis Fahmi Setiawan
NIM : 2012116013
Fakultas/Jurusan : FEBI/ D3 PERBANKAN SYARIAH

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada
Perpustakaan IAIN Pekalongan, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Tugas Akhir Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK KELOMPOK UNTUK BISNIS MIKRO DI
KSPPS DANA SYARIAH PEMALANG**

beserta perangkat yang di perlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksektif ini
Perpustakaan IAIN Pekalongan berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan,
mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan
menampilkan/mempublikasikannya lewat internet atau media lain secara **fulltext** untuk
kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama
saya sebagai penulis/pencipta atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan
IAIN Pekalongan, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta
dalam karya ilmiah saya ini

Dengan demikian ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Pekalongan, Juli 2020



Denis Fahmi Setiawan
NIM. 2012116013

NB: Harap diisi, ditempel meterai dan ditandatangani
Kemudian diformat pdf dan dimasukkan dalam cd.

Perpustakaan IAIN Pekalongan



Perpustakaan IAIN Pekalongan