

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK SIMPANAN ARISAN DI  
KOPERASI SIMPAN PINJAM DAN PEMBIAYAAN SYARIAH  
(KSPPS) TAZAKKA BOJONG**

**TUGAS AKHIR**

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



Oleh:

**WIDYA OKTAHANNY**  
**NIM. 2012115147**

**JURUSAN D3 PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN  
2018**

## PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Widya Oktahanny

NIM : 2012115147

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Angkatan : 2015

Judul Tugas Akhir :

Menyatakan bahwa Tugas Akhir yang berjudul “Strategi Pemasaran Produk Simpanan Arisan di Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syari’ah (KSPPS) Tazakka Bojong” merupakan hasil karya penulis sendiri, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, apabila Tugas Akhir ini terbukti merupakan hasil duplikasi atau plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi akademis dan dicabut gelarnya.

Pekalongan, Januari 2019

Yang menyatakan



Handwritten signature of Widya Oktahanny.

**WIDYA OKTAHANNY**

**NIM. 201 211 5147**

## NOTA PEMBIMBING

H. Ahmad Rosyid S.E.,M.Si  
Jalan Seroja II No. 43  
Perum Graha Tirto Asri, Pekalongan

Lampiran : 3 (tiga) eksemplar  
Hal : **Naskah Tugas Akhir**  
**Sdri. Widya Oktahanny**

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

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah tugas akhir saudara:

Nama : **Widya Oktahanny**  
NIM : **2012115147**  
Judul : **Strategi Pemasaran Produk Simpanan Arisan di Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan (KSPPS) Tazakka Bojong**

Dengan ini saya mohon agar Tugas Akhir saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan.

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

*Wassalamu'alaikun Wr. Wb*

Pekalongan, Januari 2019  
Pembimbing,

**H. Ahmad Rosyid S.E.,M.Si**  
NIP. 19790331 200604 1 003



**KEMENTERIAN AGAMA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PEKALONGAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**Jl. Pahlawan, Rowolaku, Kajen Pekalongan, Tlp. (0285) 412575, Fax (0285) 423418**

**PENGESAHAN**

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan mengesahkan skripsi Saudara/i:

Nama : WIDYA OKTAHANNY

NIM : 2012115147

Judul : STRATEGI PEMASARAN PRODUK SIMPANAN ARISAN DI KOPERASI SIMPAN PINJAM DAN PEMBIAYAAN SYARIAH (KSPPS) TAZAKKA BOJONG

telah diujikan pada hari Selasa, 5 Maret 2019 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai sebagian syarat guna memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md.).

Dewan Penguji,

Penguji I

Hj. Rinda Asytuti M.Si  
NIP. 19771206 200501 2 002

Penguji II

Alvita Tyas Dwi Aryani, S.E, M.Si  
NIP. 19840612201608D2102

Pekalongan, 17 Maret 2019

Disahkan oleh Dekan,



Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, M.H.  
NIP. 19750220 199903 2 001

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

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	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sas	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je





ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	z	zet (dengan titik di bawah)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik dibawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik dibawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik (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	Vokal rangkap	Vokal Panjang
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 diberikan tanda *syaddad* tersebut.

Contoh :

ربنا      ditulis      *rabbānā*

البر      ditulis      *al-birr*

## 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                    *asy-syamsu*

الرجل                    ditulis                    *ar-rajulu*

السيدة                    ditulis                    *as-sayyidah*

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                    *al-qamar*

البدیع                    ditulis                    *al-badi'*

اجلال                    ditulis                    *al-jalāl*

## 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

*Bismillahirrahmanirrahim*

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah menuntun, memberikan kesehatan, kekuatan, kesabaran dan kemudahan dalam salah satu perjuangan hidup ini. Semoga apa yang telah dilalui senantiasa memberikan manfaat bagi semuanya. Tugas Akhir ini saya persembahkan kepada:

1. Bapak Alm. Idris, Ibu Wisriyati, yang telah menyayangi, mendo'akan, mendukung, membantuku dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Saudara-saudaraku serta seluruh keluargaku yang selalu menyayangi, mendoakan dan memberikan motivasi.
3. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan yang senantiasa memberikan ilmunya, bimbingan serta dukungan.
4. Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) Tazakka Bojong yang telah mengizinkan penulis untuk melaksanakan penelitian.
5. Semua sahabat-sahabatku yang memberikan motivasi baik secara langsung maupun tidak langsung.
6. Teman-teman D3 Perbankan Syariah IAIN Pekalongan angkatan 2015 yang saling memberikan *support* dalam menggapai apa yang diharapkan.
7. Seluruh pihak yang terlibat dan berkontribusi dalam penyusunan tugas akhir ini.



## MOTTO

**“Jangan Pernah Kerdilkan Mimpimu, atau Kau Tak Akan Pernah Mengerti Seberapa Hebat Dirimu..”**



## ABSTRAK

KSPPS Tazakka Bojong merupakan lembaga keuangan syariah yang melakukan kegiatan penghimpunan dana melalui mekanisme simpanan. Salah satu produk penghimpunan yang dimiliki yaitu produk Arisan Tazakka. Dalam menjalankan kegiatan penghimpunan dana memerlukan promosi. Memperhatikan hal tersebut, penulis memandang penting untuk melakukan penelitian dengan judul “STRATEGI PEMASARAN PRODUK SIMPANAN ARISAN DI KOPERASI SIMPAN PINJAM DAN PEMBIAYAAN SYARIAH (KSPPS) TAZAKKA BOJONG”.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran apa saja yang diterapkan di KSPPS Tazakka Bojong. Dengan rumusan masalah Bagaimana Penerapan strategi pemasaran produk arisan di KSPPS Tazakka Bojong. Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan yang dilakukan di KSPPS Tazakka Bojong untuk menggali data-data yang relevan sebagai sumber data primer dan sekunder. Penulis melakukan pengumpulan data dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Data yang terkumpul kemudian dianalisis dengan metode deskriptif analitis.

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh KSPPS Tazakka Bojong yaitu dengan periklanan, media periklanan yang dilakukan oleh KSPPS Tazakka dilakukan dalam bentuk brosur, mmt, Serta souvenir. Selain periklanan KSPPS Tazakka juga melakukan pemasaran dalam bentuk penjualan pribadi dalam praktiknya yaitu dengan melayani serta mempengaruhi, menawarkan, dan mensosialisasikan produknya kepada calon anggotanya secara langsung.

Kata Kunci: Strategi, Pemasaran, Produk Arisan.

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmanirrahim,*

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis, sehingga penulis mampu menyelesaikan penulisan Tugas Akhir ini tepat pada waktunya dengan judul “Strategi Pemasaran Produk Simpanan Arisan di Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan (KSPPS) Tazakka Bojong”. Tugas Akhir ini disusun guna memenuhi salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program Diploma III Jurusan Perbankan Syari’ah di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan.

Selama mengikuti pendidikan DIII Perbankan Syari’ah sampai proses penyelesaian Tugas Akhir, berbagai pihak telah memberikan fasilitas, membantu, membina, dan membimbing penulis untuk itu khususnya kepada:

1. Bapak Dr. Ade Dedi Rohayana, M.Ag selaku Rektor IAIN Pekalongan serta Dosen Wali penulis.
2. Ibu Dr. Shinta Dewi Rismawati S.H M.H, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.
3. Bapak H. Tamamudin, S.E M.M selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah IAIN Pekalongan.
4. Bapak H. Ahmad Rosyid S.E.,M.Si selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktunya serta tenaga untuk membimbing penulis selama penyusunan Tugas Akhir ini.



5. Kedua Orang Tua, yang telah memberikan motivasi terbesar untuk penulis, sehingga penulis bisa menyelesaikan penulisan Tugas Akhir dengan baik.
6. Bapak/Ibu dosen khususnya Jurusan Perbankan Syariah yang telah membekali penulis dengan beberapa ilmu yang sangat berguna bagi penulis.
7. Kepada Ibu Siti Nur Laela Q, S.Pdi. selaku Staf, yang telah memberikan kemudahan serta membantu kepada penulis untuk proses penulisan Tugas Akhir.
8. Teman-Teman Seperjuangan Mahasiswa DIII Perbankan Syari'ah IAIN Pekalongan angkatan 2015 khususnya teman teman sekelas, yang telah banyak berdiskusi dan bekerjasama dengan penulis selama masa pendidikan.

Penulis sangat menyadari, bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna dan harapan, oleh karena keterbatasan ilmu pengetahuan, waktu, tenaga serta literature bacaan. Dengan kerendahan hati penulis mengharapkan adanya kritik, saran dan masukan yang bersifat membangun dari pembaca demi kesempurnaan Tugas Akhir ini. Atas kritik dan sarannya penulis mengucapkan terima kasih.  
*Shodaqollahul adzim.*

Pekalongan, Januari 2019

Penulis



## DAFTAR ISI

<b>JUDUL</b> .....	i
<b>SURAT PERNYATAAN</b> .....	ii
<b>NOTA PEMBIMBING</b> .....	iii
<b>PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN</b> .....	v
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	ix
<b>MOTTO</b> .....	x
<b>ABSTRAK</b> .....	xi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xiv
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xvii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xviii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xix
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian .....	5
D. Penegasan Istilah .....	6
E. Sistematika Penulisan .....	7





## **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

A. Kerangka Teori.....	9
1. Pengertian Pemasaran .....	9
2. Pertukaran dan Transaksi .....	11
3. Hal yang Dipasarkan .....	13
4. Subjek yang Melakukan Pemasaran.....	18
5. Konsep Pemasaran .....	20
6. Strategi Pemasaran .....	23
7. Bauran Pemasaran.....	26
8. Strategi Pemasaran Syariah.....	31
9. Sejarah Arisan .....	35
10. Pengertian Arisan .....	36
11. Manfaat Arisan.....	36
12. Metode Arisan.....	38
13. Arisan dalam Sejarah Islam .....	40
B. Penelitian Terdahulu yang Relevan .....	44

## **BAB III : METODE PENELITIAN**

A. Metode Penelitian.....	48
---------------------------	----

## **BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Hasil Penelitian .....	52
1. Sejarah KSPPS Tazakka Bojong.....	52
2. Visi dan Misi KSPPS Tazakka Bojong.....	53



3. Struktur Organisasi KSPPS Tazakka Bojong .....	54
4. Produk-Produk KSPPS Tazakka Bojong .....	57
B. Pembahasan.....	63
1. Gambaran dan Perkembangan Produk Simpanan Arisan di KSPPS Tazakka Bojong .....	63
2. Strategi Pemasaran Produk Simpanan Arisan yang diterapkan KSPPS Tazakka Bojong .....	66
3. Implementasi Strategi Pemasaran pada Produk Simpanan Arisan di KSPPS Tazakka Bojong.....	75
<b>BAB V : PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	78
B. Saran.....	80
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	81
<b>LAMPIRAN</b> .....	83



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	46
Tabel 1.2 Daftar Karyawan KSPPS Tazakka Bojong .....	57
Tabel 1.3 Daftar Nisbah Bagi Hasil.....	58
Tabel 1.4 Daftar Jumlah Peserta Arisan Tazakka.....	64





## DAFTAR GAMBAR

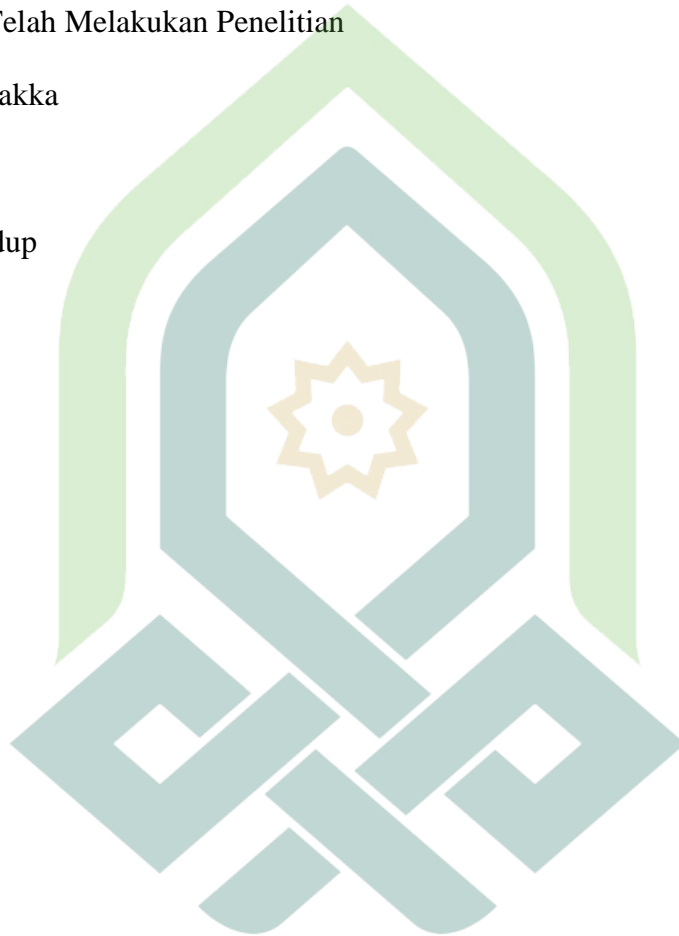
Gambar 1.1 Struktur Organisasi KSPPS Tazakka Bojong.....54





## DAFTAR LAMPIRAN

1. Instrumen Wawancara
2. Transkrip Wawancara
3. Surat Izin Penelitian
4. Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian
5. Brosur KSPPS Tazakka
6. Dokumentasi
7. Daftar Riwayat Hidup



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan ekonomi syariah di Indonesia dari tahun ke tahun terus menunjukkan perkembangan yang sangat menggemirakan. Salah satu wujud dari pesatnya perkembangan ekonomi syariah adalah berkembangnya perbankan yang berlandaskan syariah. Adapun upaya yang mendorong perkembangan bank syariah dilaksanakan dengan memperhatikan bahwa sebagian masyarakat muslim Indonesia pada saat ini sangat menantikan suatu sistem perkembangan perbankan syariah yang sehat dan terpercaya untuk mengakomodasi kebutuhan mereka terhadap pelayanan jasa perbankan yang sesuai dengan prinsip syariah terlebih lagi dengan diberlakukannya undang-undang No.10 Tahun 1998 Tentang Perbankan.<sup>1</sup>

Sebagai sebuah kegiatan bisnis, tujuan utama yang ingin dicapai oleh manajemen operasional sebuah bank berkisar pada upaya mencapai tingkat *profitability (net-spread)* yang tinggi. Tentu saja dari tujuan yang bersifat universal itu, terdapat pula tujuan dan misi khusus yang terkait dengan berbagai bentuk dan pola dedikasi yang diemban oleh jenis-jenis bank tertentu.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani, 2001), Hal. 223.

<sup>2</sup> Drs. H. Masyhud Ali, MBA, MM., *Asset Liability Management*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2004), Hal.82-83.



Namun, sebuah lembaga bank sebagai institusi bisnis tidak akan lepas dari tujuan pokoknya mengejar perolehan margin seoptimal mungkin. Hal itu dilakukannya dengan cara menempatkan dana-dana masyarakat yang berhasil dihimpunnya pada pihak-pihak yang memerlukannya. Namun, pada saat yang sama, likuiditas bank tetap harus dijaga agar setiap saat bank tetap mampu memenuhi pembayaran atas kewajiban-kewajibannya pada masyarakat penyandang dana tersebut. Sejalan dengan itu bank juga memberikan jasa-jasa pelayanan perbankan dan lain-lain bagi masyarakat.<sup>3</sup>

Pada kemajuan zaman sekarang ini perilaku konsumen banyak berubah dalam transaksi, konsumen sangat mengedepankan aspek kemudahan, fleksibilitas, efisiensi, dan kesederhanaan. Tantangan kemajuan ini pula menuntut lembaga keuangan untuk bertahan dalam kompetisi dengan lembaga-lembaga keuangan yang lain untuk mendapatkan nasabah yang bersedia menjalin hubungan dengan lembaga keuangan tersebut.

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan perusahaan dimana secara langsung berhubungan erat dengan konsumen. Pemasaran itu sendiri adalah suatu proses sosial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan, dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain. Definisi ini berdasarkan pada konsep inti, yaitu: kebutuhan, keinginan, permintaan

---

<sup>3</sup> Drs. H. Masyhud Ali, MBA, MM., *Asset Liability Management*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2004), Hal. 83.

pasar, pemasaran dan pemasar. Sedangkan menurut Kotler, Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran.<sup>4</sup> Kotler juga menyimpulkan bahwa konsep inti dari pemasaran ada lima, yaitu Pertama, kebutuhan (*needs*), keinginan (*wants*) dan keinginan akan produk spesifik (*demand*). Kedua, produk (barang, jasa dan gagasan). Ketiga, nilai pelanggan (*Customer value*), biaya (*cost*) dan kepuasan (*satisfaction*). Keempat, pertukaran (*exchange*). Kelima, pasar.

Perumusan strategi pemasaran yang memberikan awal yang bagus untuk pemikiran strategis menurut Michael Porter ada beberapa jenis, yaitu Pertama, unit bisnis bekerja keras untuk mencapai biaya produksi dan distribusi terendah, sehingga harganya menjadi lebih rendah daripada pesaing dan mendapat pangsa pasar yang lebih rendah. Kedua, diferensiasi yaitu unit bisnis berkonsentrasi untuk mencapai yang terbaik dalam pelayanan, kualitas, gaya dan teknologi dalam memberikan manfaat bagi pelanggan yang dinilai penting oleh sebagian pasar. Ketiga, fokus yaitu unit bisnis memfokuskan diri pada satu atau lebih segmen pasar yang sempit daripada mengejar pasar yang lebih besar. Jadi menurut Porter, perusahaan yang melaksanakan strategi tersebut dengan baik akan memperoleh laba paling besar dan perusahaan yang memiliki biaya rendah

---

<sup>4</sup> Kotler, Phillips, *Manajerial Pemasaran*, SMTG Desa Putra, Jakarta, 2002, Hal.9

akan tampil paling baik.<sup>5</sup> Menurut Porter, definisi dari strategi itu sendiri yakni, penciptaan posisi unik dan bernilai yang mencakup perangkat kegiatan yang berbeda. Maksudnya, perusahaan yang diposisikan secara strategis melakukan kegiatan yang sama dengan cara yang berbeda.<sup>6</sup>

KSPPS Tazakka merupakan salah satu lembaga keuangan syariah yang ada di wilayah Bojong dan termasuk mempunyai perkembangan yang cukup pesat dalam mengembangkan usaha. Salah satunya adalah banyaknya minat dari masyarakat sekitar untuk bergabung menjadi anggota dari KSPPS Tazakka Bojong.

Pemilihan wilayah operasional yang berada di desa dan jauh dari keramaian seperti pasar, sekolah dan yang lainnya tidak membuat KSPPS Tazakka Bojong ini sepi nasabah. Tantangan ini membuat mereka membuat strategi pemasaran yang disebut “Jemput Bola”. Yakni petugas memasarkan produk-produknya melalui cara datang langsung ke berbagai tempat seperti warung, rumah warga dan menawarkan produknya. Salah satu produk yang ditawarkan adalah produk simpanan dana arisan. Produk ini sudah berjalan selama 3 periode, di awal periode penawaran ini adalah arisan wisata, yaitu anggota yang ikut akan mendapatkan bonus wisata gratis ke suatu tempat di akhir periode. Pada periode dua dan tiga adalah arisan seperti biasa dan yang membedakan adalah pemberian bingkisan untuk setiap anggota yang mendapatkan dana disetiap putarannya, yaitu

<sup>5</sup> Herry Sutanto & Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah, Bandung: Pustaka Setia, 2013, Hal.61*

<sup>6</sup> Herry Sutanto & Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah, Bandung: Pustaka Setia, 2013, hal. 62*

bingkisan disesuaikan dengan waktu perolehan, dimana anggota yang memperoleh dana lebih dulu mendapatkan bingkisan lebih kecil dari pada anggota yang memperoleh di akhir putaran.

Oleh karena pemasaran sangat berpengaruh dalam hal berbisnis maka penulis ingin membahas mengenai strategi pemasaran yang digunakan dan kemungkinan hasil yang akan dicapai KSPPS Tazakka Bojong dengan mengambil judul “STRATEGI PEMASARAN PRODUK SIMPANAN ARISAN DI KOPERASI SIMPAN PINJAM DAN PEMBIAYAAN SYARIAH (KSPPS) TAZAKKA BOJONG”.

#### **B. Rumusan Masalah**

Setelah melihat latar belakang masalah diatas maka terdapat formulasi rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Perkembangan Produk Simpanan Arisan di Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) Tazakka?
2. Bagaimana Strategi Pemasaran Produk Simpanan Arisan di Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) Tazakka?

#### **C. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan penelitian ini secara umum yaitu untuk menggali informasi atau gambaran tentang Strategi pemasaran yang dilakukan KSPPS Tazakka Bojong. Sedangkan, secara khusus penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mengetahui Perkembangan Produk Simpanan Arisan di Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) Tazakka

2. Mengetahui Strategi Pemasaran Produk Simpanan Arisan di Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) Tazakka

#### D. Penegasan Istilah

Untuk menghindari pemahaman yang kurang tepat terhadap judul diatas, maka perlu ditegaskan kembali pengertian kata penting yang terdapat dalam judul “STRATEGI PEMASARAN PRODUK SIMPANAN ARISAN DI KOPERASI SIMPAN PINJAM DAN PEMBIAYAAN SYARIAH (KSPPS) TAZAKKA BOJONG”.

- Strategi : Rencana yang disatukan, luas dan berintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategis perusahaan dengan tantangan lingkungan, yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi.<sup>7</sup>
- Pemasaran: Suatu proses sosial dan managerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan lewat penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain.<sup>8</sup>
- Simpanan : Uang nasabah yang dititipkan atau diinvestasikan ke bank. Kata lain dari simpanan adalah rekening atau account.
- Arisan : Kelompok orang yang mengumpulkan uang secara teratur pada tiap-tiap periode tertentu. Setelah uang terkumpul, salah

<sup>7</sup> Jauch dan Glueck, *Manajemen dan Strategis Kebijakan Perusahaan*, Hal.12

<sup>8</sup> Philip Kotler dan Kevin Keller, *Majnajemen Pemasaran*, Hal.120

satu dari anggota kelompok akan keluar sebagai pemenang. Penentuan pemenang biasanya dilakukan dengan jalan pengundian, namun, ada juga kelompok arisan yang menentukan pemenang dengan perjanjian.

#### **E. Sistematika Penulisan**

Dalam penulisan Tugas Akhir (TA) ini, penulis akan menyusun beberapa urutan penulisan sebagai berikut:

- BAB I : Pendahuluan meliputi latar belakang, rumusan masalah, tujuan masalah, penegasan istilah, tinjauan pustaka, dan sistematika penulisan.
- BAB II : Tinjauan Pustaka meliputi kerangka teori tentang pemasaran, strategi pemasaran, bauran pemasaran serta berisi tentang penelitian terdahulu atau tinjauan pustaka.
- BAB III : Metode Penelitian meliputi jenis penelitian, sumber data, dan metode penelitian.
- BAB IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan meliputi profil KSPPS Tazakka, produk-produk, strategi pemasaran, serta pembahasan meliputi perkembangan produk Arisan Tazakka di KSPPS Tazakka dan strategi pemasaran produk Arisan Tazakka



BAB V : Penutup berisi tentang kesimpulan serta saran sebagai bahan masukan dan sumbangan pemikiran kepada pihak-pihak yang berkepentingan.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian yang telah dibahas dan dijabarkan oleh penulis dari bab-bab sebelumnya, maka penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Dalam memaparkan produk Arisan Tazakka kepada anggotanya, KSPPS Tazakka melakukan kiat-kiat strategi dengan memberikan penjelasan dan manfaat mengenai produk Arisan Tazakka, kemudian KSPPS Tazakka juga memberikan penjelasan mengenai persyaratan yang harus dipenuhi oleh peserta Arisan. Anggota yang menjadi peserta Arisan Tazakka akan mendapatkan bonus berupa barang disetiap undian yang dilakukan sesuai dengan jangka waktu undian sesuai dengan nisbah bagi hasil yang diperoleh oleh KSPPS Tazakka atas penggunaan dana arisan tersebut, yang mana disalurkan kembali kepada orang yang membutuhkan dana.
2. Strategi pemasaran yang dilakukan KSPPS Tazakka dalam memasarkan produk Arisan Tazakka adalah dengan melaksanakan strategi *marketing mix*, diantaranya:
  - a. Produk (*Product*)

Strategi produk yang dilakukan KSPPS Tazakka dalam upaya untuk menarik minat mitra adalah dengan menampilkan

mutu dari produk Arisan tersebut dengan memberikan kemudahan pada persyaratan untuk menjadi peserta arisan.

b. Harga (*Price*)

Harga yang dimaksudkan adalah besaran setoran arisan. KSPPS Tazakka menentukan nominal setoran yaitu Rp 225.000,- (dua ratus dua puluh lima ribu rupiah) setiap kali setoran dengan total 30 kali setoran dalam satu periode.

c. Tempat (*Place*)

Mengenai strategi distribusi, KSPPS Tazakka mengadakan sistem penjemputan bola yakni mendatangi langsung ke tempat konsumen tinggal untuk mengambil setoran Arisan dengan tujuan untuk menjangkau anggota atau peserta arisan yang tidak sempat datang langsung ke kantor untuk melakukan setoran.

d. Promosi (*Promotion*)

Promosi yang dilakukan oleh KSPPS Tazakka melalui periklanan masih berupa brosur, mmt, serta souvenir yang diberikan. KSPPS Tazakka belum melaksanakan promosi dengan menggunakan fasilitas internet dikarenakan sumber daya manusia yang blm ada dan dana yang masih harus dialokasikan pada keperluan yang selainnya.

## B. Saran

Adapun beberapa saran yang penulis sampaikan sehubungan dengan penelitian pada KSPPS Tazakka Bojong sebagai berikut:

1. KSPPS Tazakka harus tetap konsisten dalam menjalankan usahanya berdasarkan pada prinsip syariah.
2. Supaya pemasaran dapat lebih optimal dengan menambah banyak brosur mengenai produk-produk terbaru beserta keunggulan dan manfaat dari Arisan Tazakka serta produk-produk yang lainnya dan disalurkan kerumah-rumah oleh para marketer.
3. Produk-produk yang ada di KSPPS Tazakka merupakan produk yang berkualitas yang tidak kalah dengan lembaga keuangan yang lain, maka dari itu diharapkan agar memulai promosi dengan memanfaatkan layanan internet karna itu sangat berpengaruh pada penjualan setiap produk yang dimiliki dan juga agar KSPPS Tazakka lebih dikenal oleh masyarakat luas dan tidak hanya dilingkungan sekitar.

## DAFTAR PUSTAKA

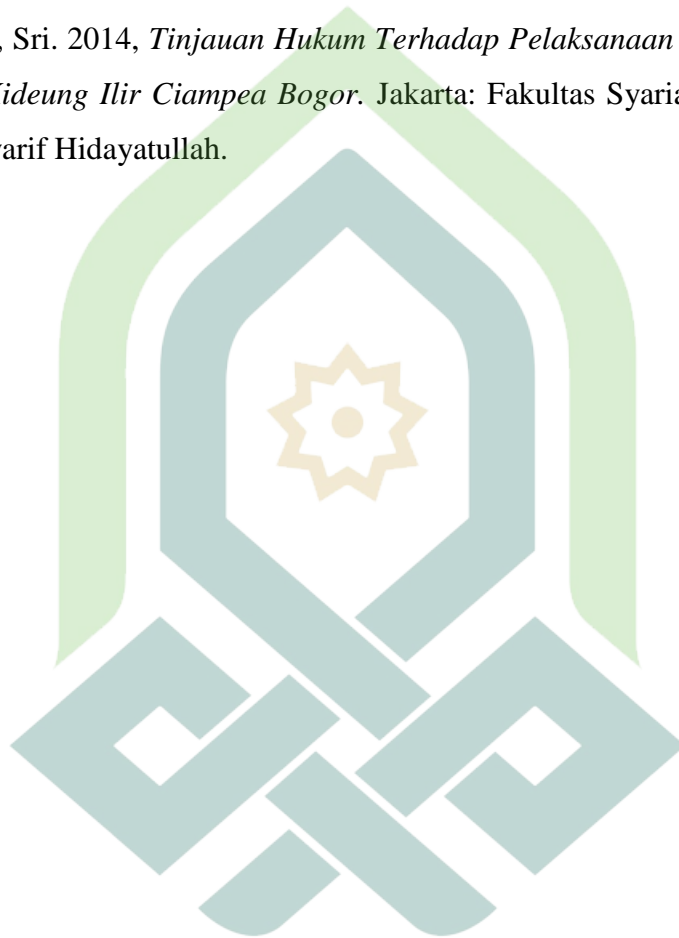
- Abdullah, Amrin. 2007, *Strategi Pemasaran Syariah*, Jakarta : Grasindo
- Antonio, Muhammad Syafi'i. 2001, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, Jakarta: Gema Insani
- Ali, Masyhud. 2004, *Asset Liability Management*, Jakarta: Elex Media Komputindo
- Amir, Taufiq. 2005, *Dinamika Pemasaran Jelajahi dan Rasakan*, Jakarta : PT RajaGrafindo Persada
- Assauri, Sofian. 2011, *Manajemen Pemasaran, Konsep, Dasar dan Strategi*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada
- Bungin, Burhan. 2005, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, Dan Kebijakan Publik Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta: Kencana
- Bungin, Burhan. 2011, *Penelitian Kualitatif*, Jakarta : Kencana
- Creswell, John W. 2010, *Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*, Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Daniel, Carl Mc dan Gates, Roger. 2001, *Riset Pemasaran Kontemporer*, Jakarta: Salemba Empat
- Hasan, M. Iqbal. 1996, *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, Jakarta: Ghalia Indonesia
- Hendar. 2010, *Manajemen Perusahaan Koperasi*, Jakarta: Erlangga
- Hedro. 2011, *Dasar-Dasar Kewirausahaan*, Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip. 2001, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, Jakarta: Salemba Empat
- Kotler, Phillip dan Keller, Kevin Lane. 2007, *Managemen Pemasaran Jilid 1 edisi 12 [TK] : PT.Indeks*
- Kartajaya, Hermawan dan Darwin, Wizly. 2010, *Connect! Surviving New Wave Marketing* Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Sudarsono, Heri. 2003, *Bank*

*dan Lembaga Keuangan Syariah Deskripsi dan Ilustrasi*, Yogyakarta: Ekonisia

Sugiyono. 2013, *Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta

Umar, Husein. 2005, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Teisi Bisnis*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada

Wahyuningsih, Sri. 2014, *Tinjauan Hukum Terhadap Pelaksanaan Arisan Haji di Desa Kideung Ilir Ciampea Bogor*. Jakarta: Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah.





### Daftar Riwayat Hidup

Nama Lengkap : Widya Oktahanny

Tempat, Tanggal Lahir : Pekalongan, 8 Oktober 1995

Alamat : Ds. Delegtukang Rt.02 Rw.01 Kec. Wiradesa

Jenis Kelamin :Perempuan

No. Telp : 0823 3503 7249

Email : oktahannywidya@gmail.com

Pendidikan

- SD : MI Muhammadiyah Wiradesa
- SMP : SMP N 2 Wiradesa
- SMA : SMK N 3 Pekalongan





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 : **WIDYA OKTAHANNY**  
NIM : **2012115147**  
Jurusan/Prodi : **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 SIMPANAN ARISAN DI KOPERASI  
SIMPAN PINJAM DAN PEMBIAYAAN SYARIAH (KSPPS) TAZAKKA BOJONG”**

beserta perangkat yang di perlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksekutif 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, April 2019



**WIDYA OKTAHANNY**  
NIM. 2012115147

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

