

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Seiring berkembangnya ekonomi Islam di Indonesia banyak bermunculan lembaga keuangan syariah seperti Asuransi Syariah (*Takaful*), Perbankan Syariah, Pegadaian Syariah tetapi keberadaannya kurang menjangkau usaha masyarakat kecil dan menengah maka muncul usaha untuk mendirikan bank dan lembaga keuangan mikro yang berprinsip syari'ah seperti *Baitul Maal Wattamwil* (BMT), BPR Syariah, dan Koperasi Syariah yang bertujuan untuk mengatasi kendala operasional di daerah.¹

Koperasi syariah merupakan koperasi yang berpegang teguh dengan prinsip syariah. Koperasi syariah berkembang seiring berjalannya waktu. Perkembangan koperasi syariah yang cukup pesat didasari oleh beberapa faktor salah satunya adalah faktor menghindari riba atau bunga yang wajib di jauhi oleh umat muslim. Riba merupakan penetapan bunga atau melebihi jumlah pinjaman yang telah dipinjam sebelumnya saat pengambilan berdasarkan presentase yang telah ditetapkan sebelumnya yang dibebankan oleh peminjam.

¹Tita Lestari, *Analisis Strategi Pemasaran Pada Produk TAMARA(Tabungan Mandiri Sejahtera Di BMT EL-LABANA Semarang* (UINWALISONGO Semarang, 2015).1

Beberapa koperasi syariah sudah beroperasi di daerah kecamatan dan lingkungan masyarakat.

Salah satunya adalah KSPPS Bina Syariah Ummah Cabang Mantup Lamongan yang letaknya di kecamatan ditingkat desa. KSPPS Bina Syariah Ummah Cabang Mantup merupakan koperasi syariah yang memiliki sistem berdasarkan ketentuan ajaran Islam. Dalam hal ini KSPPS Bina Syariah Ummah banyak mengandung nilai-nilai positif dalam agama maupun kehidupan masyarakat, akan tetapi masih banyak masyarakat yang belum mengenal koperasi yang berbasis syariah tersebut secara mendalam dan juga masih ragu untuk melakukan kegiatan ekonomi di koperasi. Dari beberapa produk simpanan dana terdapat beberapa produk yang kurang diminati masyarakat dan ada pula yang cukup di minati masyarakat. Dari latar belakang masalah tersebut penulis tertarik untuk menganalisis strategi pemasaran di mana ada beberapa produk yang kurang diminati dan ada pula beberapa produk yang cukup diminati. Apakah disebabkan oleh strategi pemasaran yang kurang maksimal atau faktor lain.

Hal inilah yang membuat penulis tertarik untuk menganalisis strategi pemasaran produk simpanan di KSPPS Bina Syariah Ummah Cabang Mantup Lamongan. Berdasarkan beberapa hal tersebut penulis menuangkan hasil penelitian dalam tugas akhir ini dengan “Analisis Strategi Pemasaran Pada Produk Simpanan Di KSPPS Bina Syariah

Ummah Cabang Mantup Lamongan”. Dengan memaksimalkan strategi pemasaran dan memperbaiki faktor-faktor lain yang menjadi penyebab masalah.

B. Batasan Masalah

Agar pembahasan dalam skripsi ini terarah dan efisien. Pembatasan masalah perlu dilakukan agar masalah tidak melebar kemana-mana maka penulis membatasi penelitian dalam Strategi Pemasaran Pada Produk Simpanan di KSPPS Bina Syariah Ummah Cabang Mantup Lamongan.

C. Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian diatas, maka fokus penelitian ini adalah :

1. Apa strategi pemasaran yang digunakan pada produk simpanan di KSPPS Bina Syariah Ummah Cabang Mantup Lamongan ?
2. Bagaimana efektivitas strategi pemasaran pada produk simpanan di KSPPS Bina Syariah Ummah Cabang Mantup Lamongan dalam pencapaian target simpanan ?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam fokus penelitian diatas sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran yang digunakan pada produk simpanan di KSPPS Bina Syariah Ummah Cabang Mantup Lamongan
2. Untuk mengetahui efektivitas strategi pemasaran pada produk simpanan di KSPPS Bina Syariah Ummah Cabang Mantup Lamongan
dalam pencapaian target simpanan

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi Teoritis

Dalam penelitian ini diharapkan hasil dari penelitian ini memberikan wawasan mengenai strategi pemasaran yang dipraktikan di lapangan.

2. Bagi Peneliti

- a. Untuk menambah wawasan, pengembangan ilmu pengetahuan pengalaman peneliti mengenai teori yang diketahui di bangku kuliah dan teori yang dipraktikan dilapangan
- b. Salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana

3. Bagi Perguruan Tinggi

- a. Karya ilmiah dapat digunakan sebagai salah satu referensi maupun tambahan informasi bagi mahasiswa umum khususnya mahasiswa Univesitas Islam Lamongan

- b. Menambah pengetahuan tentang strategi pemasaran pada produk penyimpanan dana
4. Bagi KSPPS Bina Syari'ah Ummah Cabang Mantup Lamongan
 - a. Hasil penelitian ini dapat menjadi acuan dalam mengatasi masalah yang terdapat pada produk penghimpunan dana yang tidak laku atau tidak diminati masyarakat. Dari hasil penelitian juga dapat digunakan sebagai pengembangan strategi pemasaran dalam arti membangun, dan menyempurnakan.
5. Bagi Pihak Lain

Karya ilmiah ini dapat digunakan sebagai referensi jika ingin mengambil tema yang sama pada karya ilmiah yang akan dibuat.

F. Definisi Istilah

Berdasarkan batasan masalah dan fokus penelitian, maka uraian definisi istilah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Analisis

Analisis adalah aktivitas yang memuat sejumlah kegiatan seperti mengurai, membedakan, memilih sesuatu untuk

digolongkan dan dikelompokkan kembali menurut kriteria tertentu kemudian dicari kaitannya dan ditafsirkan maknanya.²

2. Strategi

Strategi merupakan rencana untuk memperbesar pengaruh terhadap pasar, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang, yang di dasarkan pada riset pasar, penilaian perencanaan produk, promosi dan perencanaan penjualan.³

3. Pemasaran

Pemasaran merupakan sistem total aktivitas bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menetapkan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan produk jasa dan gagasan yang mampu memuaskan keinginan pasar sasaran dalam rangka mencapai tujuan organisasional.⁴

4. Pemasaran Syariah

Pemasaran Syariah adalah sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarah proses penciptaan, penawaran dan perubahan value dari suatu inisiator kepada stakeholders-nya, yang dalam

²Siska Julinda Caturini, *Analisis Strategi Pemasaran Pada Media Sosial(Study Kasus Strategi Pemasaran Syariah Pada Perumahan Syariah Grand Zam-Zam Reciden Di Lamongan)* (Universitas Islam Lamongan, 2020).⁷

Nurul huda Dkk, *Pemasaran Syariah Teori Dan Aplikasi* (Kencana PT. Karisma putra utama, 2017).162

⁴Miller dan Layton, *Fundamental of Marketing* (Roseville NSW: McGraw-Hall, 2000).⁴

keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah (bisnis) dalam Islam.⁵

5. Simpanan

Simpanan adalah menghimpunan dana masyarakat baik berskala kecil maupun besar dengan masa pengendapan yang memadai.

G. Sistematika Pembahasan

Gambaran secara menyeluruh mengenai sistematika penulisan serta untuk mempermudah dalam memahami seluruh isi penulisan, maka penulis menyajikan 5 (lima) bab. Adapun sistematika penulisan ini adalah:

Bab I Pendahuluan. Bab ini berisi tentang konteks penelitian, batasan masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah dan sistematika pembahasan.

Bab II Landasan Teori. Dalam bab ini peneliti menjelaskan tentang teori-teori yang mendukung analisis peneliti.

Bab III Metode Penelitian. Bab ini berisi jenis dan pendekatan penelitian, subyek penelitian, sumber dan jenis data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

⁵ Kertajaya dan Sula, *Syariah Marketing* (Bandung Mizan, 2006).47

Bab IV Analisis Data dan Pembahasan. Bab ini berisi deskripsi umum obyek penelitian, paparan data, analisis dan pembahasan.

Bab V Penutup. Bab ini berisi kesimpulan dan saran.