STRATEGI PEMASARAN TABUNGAN SIDIK FATHONAH DALAM MENINGKATKAN DANA PIHAK KETIGA (DPK) (METODE ANALISIS SWOT) DI KSPPS BMT NU CABANG KALISAT JEMBER

SKRIPSI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Oleh:

Fadilatul Hasanah
NIM: 204105010043

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
2025

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

STRATEGI PEMASARAN TABUNGAN SIDIK FATHONAH DALAM MENINGKATKAN DANA PIHAK KETIGA (DPK) (METODE ANALISIS SWOT) DI KSPPS BMT NU CABANG KALISAT JEMBER

SKRIPSI

diajukan Kepada Universitas Islam Negeri
Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Perbankan Syariah

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Oleh:

Fadilatul Hasanah
NIM: 204105010043

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
DESEMBER 2025

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

STRATEGI PEMASARAN TABUNGAN SIDIQ FATHONAH DALAM MENINGKATKAN DANA PIHAK KETIGA (DPK) (METODE ANALISIS SWOT) DI KSPPS BMT NU CABANG KALISAT JEMBER

SKRIPSI

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Perbankan Syariah

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Oleh:

Fadilatul Hasanah
NIM: 204105010043

Dosen Pembimbing :

Aminatus Zahriyah, S.E., M.Si.
NIP. 198907232019032012

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

STRATEGI PEMASARAN TABUNGAN SIDIK FATHONAH DALAM MENINGKATKAN DANA PIHAK KETIGA (DPK) (METODE ANALISIS SWOT) DI KSPPS BMT NU CABANG KALISAT JEMBER

SKRIPSI

Telah diuji diterima untuk memenuhi salah satu
persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Perbankan Syariah

Hari : Selasa

Tanggal : 09 Desember 2025

Tim Penguji

Ketua

Dr. Sofiah, M.E.
NIP. 199105152019032005

Sekretaris

Putri Kamilatul Rohmi, S.E.Sy, M.E.
NIP. 199209142020122011

Anggota

1. Dr. Nur Ika Mauliyah, S.E., M.Ak. ( )
2. Aminatus Zahriyah, S.E., M.Si. ( )

Menyetujui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. H. Ubaidillah, M. Ag
NIP. 196122611996031002

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R
digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

MOTTO

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ لَا تَأۡكُلُوٓاْ أَمۡوَٰلَكُم بَيۡنَكُم بِٱلۡبَٰطِلِ إِلَّآ أَن تَكُونَ تِجَٰرَةً عَن تَرَاضٖ مِّنكُمۡۚ وَلَا تَقۡتُلُوٓاْ أَنفُسَكُمۡۚ إِنَّ ٱللَّهَ كَانَ بِكُمۡ رَحِيمٗا ﴿٢٩﴾ وَمَن يَفۡعَلۡ ذَٰلِكَ عُدۡوَٰنٗا وَظُلۡمٗا فَسَوۡفَ نُصۡلِيهِ نَارٗاۚ وَكَانَ ذَٰلِكَ عَلَى ٱللَّهِ يَسِيرًا ﴿٣٠﴾

Artinya:Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.Siapa yang berbuat demikian dengan cara melanggar aturan dan berbuat zalim kelak Kami masukkan dia ke dalam neraka. Yang demikian itu adalah mudah bagi Allah. (QS. An-Nisa',29-30).[1]

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[1] Al Qur'an surat An-Nisa' ayat 29-300, Al Qur'an dan Terjemahannya, Departemen Agama RI, CV J-Art, Jakarta, 2004, hlm. 83.

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa Syukur kepada Allah SWT atas limpah Rahmat, Taufiq, dan hidayah-Nya, penulis akhirnya dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Perbankan Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember. Penulis sepenuhnya menyadari adanya keterbatasan dan kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca, terutama dalam bidang pendidikan.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis telah menerima berbagai dukungan dan bantuan, baik material dan non-material, dari berbagai pihak, yang memungkinkan penulis untuk menyelesaikan dengan baik. Dengan rasa Syukur yang mendalam, penulis mempersembahkan kepada:

1. Teristimewa cinta pertamaku Bapak Fathol, seseorang yang mengupayakan apapun untuk penulis, seseorang yang bahkan hanya lulusan Sekolah Menengah Atas namun mampu senantiasa memberikan pendidikan tinggi untuk anaknya. Terimakasih selalu berjuang untuk memberikan yang terbaik untuk kehidupan penulis. Terimkasih atas setiap tetes keringat dalam mengusahakan semua kebutuhan dan keinginan penulis, mendidik, membimbing, memotivasi, serta memberikan dukungan dan mendoakan penulis dalam keadaan apapun. Terimakasih untuk selalu berada di sisi penulis dan menjadi alasan bagi penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini hingga memperoleh gelar Sarjana Ekonomi.

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

2. Manusia cantik pintu surgaku Ibu warda, wanita paling hebat yang pernah saya temui, seseorang wanita yang juga bukan lulusan sarjana tetapi selalu berjuang sekuat tenaga agar dapat menyaksikan anaknya menyandang gelar sarjana. Terimakasih sebesar-besarnya penulis berikan atas segala bentuk dukungan serta doa yang diberikan selama ini. terimkasih atas nasihat, kesabaran dan kebesaran hati pada penulis yang keras kepala. Terimakasih pula selalu merangkul pendidikan ini.
3. Terimakasih kepada adik saya yang tercinta Muhammad Fahri Abdi, kakak Novian Eko Wardana dan Fivi Handika yang selalu mendukung saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Terimakasih kepada teman-teman saya yaitu Ike Nur Afifah, khosyi Fauziyah dan Isti Rosanah yang selalu setia membantu dan memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini, terimakasih karena kalian tidak pernah lelah untuk selalu membersamai penulis.
5. Seseorang yang tak kalah pentingnya dengan NIM 201810101071 terimakasih telah menjadi bagian terpenting dalam perjalanan penulis. Terimakasih telah menjadi rumah untuk melepas keluh kesah, segala usaha yang diberikan dari waktu, dukungan, doa dan support dalam proses penyusunan skripsi ini sampai selesai.
6. Terimakasih untuk teman-teman seperjuangkanku perbankan syariah 2 angkatan 2020 terutama Nuril Dinil Islamiyah dan Mursidah tuddinih yang selalu membersamai dari awal kuliah hingga penulis menyelesaikan skripsi ini, terimakasih atas segalah hal yang tak bisa penulis sebutkan satu persatu.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

7. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini. Semoga segala doa baik kembali kepada kalian semua dan semoga Allah SWT senantiasa mempermudah ssegala urusan kalian.
8. *Last but not least.* Terimakasih untuk Fadilatul Hasanah, untuk diri saya sendiri Terimakasih sudah bertahan sejauh ini, terimakasih tetap memilih berusaha dan merayakan dirimu sendiri sampai di titik ini, terimakasih tetap menjadi manusia yang selalu berusaha dan tidak berhenti mencoba. Terimakasih telah berusaha menyelesaikan skripsi ini, apapun kurang dan lebihmu mari merayakan diri sendiri. Bertumbuhlah dengan sangat cantik, biarkanlah luka-luka itu menjadi pelajaran yang perlahan membentukmu menjadi akar yang kuat.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

KATA PENGANTAR

بِسْمِ ٱللَّهِ ٱلرَّحْمَٰنِ ٱلرَّحِيمِ

Dengan penuh rasa Syukur kepada Allah SWT atas Rahmat, Taufiq, dan hidayah-Nya, penulis berhasil menyelesaikan skripsi ini dengan judul **"Strategi Pemasaran Tabungan Sidik Fathonah Dalam Meningkatkan Dana Pihak Ketiga (DPK) (Metode Analisis SWOT) di KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember".** Sholawat dan salam tak lupa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjan Ekonomi pada Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi Bisnis dan Islam, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

Penulis menyadari bahwa penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, dukungan semangat, dan motivasi dari berbagai pihak, mulai dari masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Rektor Prof. Dr. H. Hepni S.Ag, M.M., CPEM. UIN KHAS Jember
2. Bapak Dr. H. Ubaidillah, M. Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Bisnis dan Islam
3. Bapak Dr. MF Hidayatullah, S.H.I, M.S.I selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah
4. Ibu Ana Pratiwi, M.S.A selaku Koordinator Program Studi Perbankan Syariah
5. Ibu Nurul Setyaningrum, S.E, M.M selaku Dosen Pembimbing Akademik yang memiliki peran penting dalam mendukung perkembangan akademik, profesional, dan pribadi mahasiswa.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

6. Ibu Aminatus Zahriya S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini.
7. Seluruh Dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Achamd Shiddiq Jember yang telah memberi ilmu kepada penulis.
8. Pihak KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember yang telah memberikan izin penelitian dan membantu penulis dalam memperoleh data keperluan penelitian.
9. Semua sahabat dan teman seperjuangan penulis Di Perbankan Syariah 2 Angkatan 2020
10. Akhir kata, semoga Allah SWT membalas segala kebaikan dari semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Jember, 12 Desember 2025

Penulis

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

ABSTRAK

Fadilatul Hasanah, Aminatus Zahriyah, S.E, M.Si. 2025: *Strategi Pemasaran Tabungan Sidik Fathonah Dalam Meningkatkan Dana Pihak Ketiga (DPK)(Metode Analisis SWOT) KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember*

Kata Kunci: ***Strategi Pemasaran, Dana Pihak Ketiga (DPK)***

Strategi pemasaran adalah serangkaian keputusan atau tindakan yang disusun perusahaan untuk mencapai hasil pemasaran secara optimal. Hal ini mencakup pemilihan pasar sasaran, penetapan harga, distribusi, dan promosi. Sebelum menetapkan strategi, perusahaan harus memahami kondisi dan posisi pasar agar kegiatan pemasaran yang dilakukan tepat sasaran. Secara keseluruhan, strategi pemasaran merupakan cara atau pola pikir pemasar dalam menarik, memuaskan, dan mempertahankan pelanggan guna mencapai tujuan bisnis.

Fokus penelitian dalam skripsi ini adalah (1) Bagaimana implementasi analisis SWOT(strength, weaknesses, opportunities, threats) pada produk tabungan Sidiq Fathonah dalam meningkatkan jumlah Dana Pihak Ketiga (DPK) di KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember? (2) Bagaimana penerapan analisis SWOT pada matriks IFAS dan EFAS dalam memberikan gambaran posisi srategis KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember dalam meningkatkan jumlah Dana Pihak Keitiga (DPK) melalui produk Tabungan Sidik Fathonah?

Tujuan pada penelitian ini adalah (1) untuk mengetahui implementasi analisisn SWOT (strength, weaknesses, opportunities, threats) pada produk tabungan Sidiq Fathonah dalam meningkatkan jumlah Dana Pihak Ketiga (DPK) di KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember (2) untuk mengetahui penerapan analisis SWOT pada matriks IFAS dan EFAS dalam memberikan gambaran posisi srategis KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember dalam meningkatkan jumlah Dana Pihak Keitiga (DPK) melalui produk Tabungan Sidik Fathonah.

Metode Penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif bersifat deskriptif dengan menggunakan jenis field research atau penelitian lapangan. Teknik pengumpulan data : Observasi, wawancara, dan dokumentasi. Metode keabsahan data menggunakan triangulasi sumber.

Kesimpulan pada penilitian ini : Strategi pemasaran Tabungan Sidiq Fathonah di KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember dinilai cukup baik karena didukung produk unggul, pelayanan memuaskan, reputasi positif, promosi efektif, dan lokasi strategis. Namun, masih terdapat kelemahan seperti kurangnya digitalisasi, keterbatasan modal, minimnya inovasi, serta aturan pengambilan dana tahun ajaran baru. Peluang yang dapat dimanfaatkan meliputi kerja sama lembaga, potensi masyarakat muslim, perkembangan teknologi, dan kondisi inflasi. Meski demikian, KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember tetap menghadapi ancaman berupa persaingan ketat, tingkat pendapatan dan pendidikan masyarakat yang rendah, serta regulasi pemerintah yang berpotensi menghambat peningkatan Dana Pihak Ketiga (DPK).

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL ..... **i**

PERSETUJUAN PEMBIMBING ..... **ii**

PENGESAHAN ..... **iii**

MOTTO ..... **iv**

PERSEMBAHAN ..... **v**

KATA PENGANTAR ..... **vii**

ABSTRAK ..... **viii**

DAFTAR ISI ..... **ix**

DAFTAR TABEL ..... **xi**

DAFTAR GAMBAR ..... **xii**

BAB I PENDAHULUAN **1**

A. Latar Belakang 1

B. Fokus Penelitian 8

C. Tujuan Penelitian 9

D. Manfaat Penelitian 10

E. Definisi Istilah 11

F. Sistematika Pembahasan 13

BAB II KAJIAN PUSTAKA **15**

A. Penelitian Terdahulu 15

B. Kajian Teori 28

BAB III METODE PENELITIAN **54**

A. Pendekatan dan Jenis Penelitan 54

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

B. Tempat dan Waktu Penelitian 54
C. Subyek Penelitian 55
D. Teknik Pengumpulan Data 55
E. Analisis Data 57
F. Keabsahan Data 59
G. Tahap – Tahap Penelitian 60
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS 62
A. Gambaran Objek Penelitian 62
B. Penyajian Data 73
C. Pembahasan Temuan 90
BAB V PENUTUP 109
A. Kesimpulan 109
B. Saran 110
DAFTAR PUSTAKA 111
LAMPIRAN-LAMPIRAN
1. Surat Pernyataan Keaslian Tulisan
2. Matriks Penelitian
3. Pedoman Wawancara
4. Surat Keterangan
5. Surat Izin Penelitian
6. Jurnal Penelitian
7. Surat Selesai Penelitian
8. Dokumentasi
9. Surat Keterangan Lulus Plagiasi
10. Surat Keterangan Selesai Bimbingan
11. Biodata Penulis

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel Jumlah Nasabah Produk Tabungan Sidik Fathonah di KSPPS BMT NU Kalisat 6

Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu 24

Tabel 2.2 IFAS 45

Tabel 2.3 EFAS 47

Tabel 2.4 Matriks SWOT 48

Tabel 4.1 Matriks IFAS 87

Tabel 4.2 Matriks IFAS 89

Tabel 4.3 Matriks SWOT 106

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kuadran Matriks Ifas dan Efas 50
Gambar 4.1 KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember..... 67

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Industri keuangan islam telah menunjukkan perkembangan pesat dalam beberapa tahun terakhir. Khususnya, kini menghadapi persaingan yang semakin sengit di pasar. Perkembangan industri keuangan di Indonesia menunjukkan peningkatan yang signifikan, terlihat dari bertambahnya jumlah lembaga perbankan, baik bank syariah maupun bank konvensional, di tanah air.[2] BMT secara khusus merupakan lembaga keuangan mikro yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah.

Perkembangan lembaga keuangan, khususnya yang berbasis syariah di Indonesia merupakan topik yang sangat menarik untuk dibahas. Lembaga keuangan syariah memiliki potensi besar untuk terus tumbuh, mengingat mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam. Selain itu sistem yang mudah dan efisien itu juga merupakan kelebihan dari lembaga keuangan ini. Namun banyak lembaga keuangan di Indonesia menyebabkan persaingan yang ketat, sehingga kualitas pelayanan menjadi faktor kunci dalam menentukan kemajuan dan pekermbangan. Menurut Dewan Syari'ah Nasional (DSN), Lembaga Keuangan Syariah (LKS) adalah lembaga yang menyediakan produk keuangan berbasis syariah dan memperoleh izin untuk beroperasi sebagai lembaga keuangan resmi.[3] Selain itu *Baitul Maal wat Tamwil* atau BMT

[2] Nafisah, N., & Husada, L. M. (2024). Analisis SWOT Dalam Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan di KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur cabang utama sumenep. Trending: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi, 2(4),120-135

[3] Tita Madiya, *Analisis Penerapan Jaminan Pada Akad Murabahah Studi Kasus Di BMT Yaummi Maziyah Assa'adah Pati,* (Skripsi, 2018), 1.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

adalah Lembaga Keuangan Non Bank yaitu koperasi simpan pinjam yang berlandaskan syariah. Keberadaan BMT bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, khususnya bagi kelompok ekonomi menengah ke bawah serta pelaku Usaha Mikro dan Menengah (UMKM).[4]

Baitul Maal wat Tamwil (BMT) merupakan lembaga usaha mandiri yang terpadu, berfokus pada prinsip *bayt al-mal wa tamwil*, dengan tujuan mendukung kegiatan ekonomi bagi pelaku usaha kecil dan menengah. Kegiatan BMT antara lain mendorong masyarakat untuk menabung serta memberikan pembiayaan yang menunjang aktivitas ekonomi mereka. *Baitul Maal wat Tamwil* (BMT) adalah lembaga keuangan mikro yang berperan sebagai pusat aktivitas ekonomi masyarakat, dengan fokus pada pengelolaan dana sosial serta penyediaan pembiayaan bagi usaha. Lembaga ini berperan dalam mendorong tumbuhnya usaha produktif serta investasi yang dapat meningkatkan perekonomian pelaku usaha kecil dan mikro, salah satunya melalui kebiasaan menabung dan akses pembiayaan. BMT juga memiliki kewenangan untuk menerima serta menyalurkan dana sosial seperti infak, sedekah, dan zakat sesuai dengan ketentuan dan prinsip yang berlaku. Seluruh operasional BMT selalu berlandaskan pada prinsip.[5]

Salah satu fungsi utama BMT adalah mendorong pengembangan usaha-usaha produktif serta kegiatan investasi yang mampu meningkatkan kondisi ekonomi para pelaku usaha mikro dan menengah. Upaya ini

[4] Moh. Haris Balady, dkk, Analisis Manajemen Risiko Pembiayaan Pada Produk Layanan Berbasis Jamaah (LASISMA) Tanpa Jaminan Di BMT NU Cabang Kalibaru, (Journal Of Indonesia Society, 2023

[5]Hertanto Widodo Ak, dkk, *Panduan Praktis Operasional Baitul Mal Wat Tamwil (BMT)*, (Bandung: Mizan, 2000), Cet ke-2, 82.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

dilakukan antara lain melalui pembiasaan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonominya.[6] Selain itu, BMT juga berperan sebagai lembaga yang menghimpun dana dari masyarakat untuk kemudian disalurkan kembali dalam bentuk tabungan, pinjaman, atau jenis pembiayaan lainnya, sekaligus memberikan layanan jasa kepada para nasabahnya.[7]

Pemasaran adalah suatu proses yang bersifat sosial sekaligus manajerial, di mana individu atau kelompok berupaya memenuhi kebutuhan dan keinginannya melalui penciptaan, penawaran, serta pertukaran produk, jasa, dan nilai dengan pihak lain.[8] Peran pemasaran saat ini tidak hanya terbatas pada penyampaian produk atau jasa, tetapi juga mencakup upaya untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk agar tetap menarik bagi konsumen atau nasabah.[9] Produk atau jasa yang ditawarkan harus mampu memberikan kepuasan bagi pelanggan baru dengan menawarkan nilai yang unggul, menetapkan harga yang kompetitif, mendistribusikan produk secara mudah, mempromosikannya secara efektif, serta mempertahankan pelanggan lama dengan fokus pada kepuasan mereka.[10]

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[6] Ahmad Hasan Ridwan, *Manajemen Baitul Mal Wa Tamwil*, (CV. Pustaka Setia 2013), 23.
[7] Andrianto, *Manajemen Bank Syariah*, (Surabaya, 2019), 16.
[8] Suprianik et al., "Strategi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Fashion di Lazarus Batik," Gudang Jurnal Pengabdian Masyarakat, Vol X, No. X (Januari 2025): 04-07, https://doi.org/10.59435/gjpm.v2i1.130
[9] M.F. Hidayatullah et al., "Strategi Pemasaran Produk Mitraguna di Bank Syariah Indonesia,"Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Bisnis Syariah, Vol 6 No 2 (2024): 2836-2842, https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i2.4123)
[10] Farida Yulianti, Lamsah & Periyadi, *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: CV. Budi Utama)

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

KSPPS BMT Cabang Kalisat menyediakan berbagai jenis tabungan yang dijalankan sesuai dengan prinsip syariah, sekaligus menawarkan sejumlah produk unggulan kepada calon anggota baru, di antaranya: Tabungan Siaga (Simpanan Anggota) adalah produk tabungan yang dirancang untuk berbagai kebutuhan, sering kali ditawarkan oleh bank dengan fitur dan jenis yang berbeda-beda seperti untuk payroll perusahaan, perencanaan masa depan, atau investasi. Tabungan Sidik Fathonah adalah tabungan pendidikan berbasis syariah yang digunakan untuk menabung dana pendidikan. Adanya tabungan ini mempermudah Masyarakat yang memiliki cita cita berpendidikan tinggi. Tabungan Sajadah merupakan jenis simpanan yang memberikan keuntungan langsung kepada nasabah sejak awal, berupa hadiah yang diterima tanpa melalui proses undian. Siberkah adalah jenis simpanan dengan jangka waktu minimal satu tahun. Sementara itu, Sahara (Simpanan Haji dan Umrah) merupakan simpanan yang dirancang untuk memudahkan nasabah dalam menunaikan ibadah haji dan umrah. Sabar (Simpanan Lebaran) merupakan simpanan yang diambil saat lebaran Dimana bertujuan untuk mempermudah dalam memenuhi kebutuhan lebaran. Tara-wi (Tabungan Ukhrawi) adalah jenis tabungan yang memungkinkan nasabah beramal tanpa mengurangi jumlah tabungan mereka. Dana amal dari tabungan ini disalurkan kepada fakir miskin dan anak yatim piatu. Tabah (Tabungan

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

Mudharabah) adalah simpanan yang bertujuan mempermudah anda dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari.[11]

Dalam menghimpun dana KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember menawarkan Produk Simpanan Pendidikan Fathonah (Sidik Fathonah) menawarkan keuntungan bagi nasabah yang berencana melanjutkan pendidikan kejenjang yang lebih tinggi. Sistem yang digunakan ialah akad Mudharabah Mutlaqah, yaitu kerja sama antara shahibul maal dan mudharib di bank memberikan kebebasan penuh untuk mengelola dana. Setoran awal ditetapkan sebesar Rp 2.500, dengan setoran berikutnya minimal Rp 500, yang dapat dilakukan kapan saja oleh nasabah.[12] Tabungan Sidik Fathonah merupakan jenis Tabungan untuk lembaga atau sekolah, baik yang berasal dari dana operasional sekolah atau produk Tabungan Sidik Fathonah yang dimiliki siswa. Adanya produk Tabungan sidik fathonah ini berangkat dari kesadaran akan pentingnya pendidikan bagi anak-anak atau siswa/siswi, karena dengan adanya produk Tabungan sidik fathonah dapat meringankan beban para orangtua, dengan adanya tabungan sidik fathonah ini para orangtua dapat menyimpan uang untuk keperluan pendidikan anak seperti halnya untuk pembayaran SPP atau pun kebutuhan biaya lainnya, tanpa harus mengalami keterlambatan.[13]

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[11] KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember, Brosur Tabungan Pembiayaan Murni Pola Syariah.

[12] Abu Azam Al-Hadi, Faizatul Fitriyah, *Respon Masyarakat Terhadap Strategi KJKS BMT NU Gapura Sumenep Dalam Mengurangi Ketergantungan Pada Rentener, El-Qist, Vol. 04*, No. 01, 2014.

[13] Wawancara Kepala Cabang KSPPS BMT NU Kalisat Jember, Bapak Lailur Rohman

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

Selanjutnya, KSPPS BMT Cabang Kalisat Jember melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan Dana Pihak Ketiga (DPK), terutama melalui produk Tabungan Sidik Fathonah. Upaya yang dapat dilakukan yaitu dengan meningkatkan strategi agar produk ini lebih banyak dilirik oleh nasabah. Sehingga dapat menyebabkan meningkatnya Dana Pihak Ketiga. Keuntungan dari produk ini antara lain: siswa atau siswi memperoleh bagi hasil, lembaga pendidikan menerima peralatan sekolah, serta siswa atau siswi yang berprestasi berkesempatan mendapatkan fasilitas beasiswa.

Tabel 1. 1 Tabel Distribusi Jumlah Nasabah untuk Produk Tabungan Sidik Fathonah di KSPPS BMT NU Cabang Kalisat

No	Tahun	Pendidik	Siswa/siswi
1	2021	243	4.860
2	2022	267	5.340
3	2023	278	5.560
4	2024	282	5.640
5	2025	296	5.920

Sumber: Kepala Cabang KSPPS BMT NU Kalisat Jember

Dari table diatas KSPPS BMT NU Kalisat Jember, memiliki setidaknya 1.366 pendidik atau wali kelas yang menjadi nasabah dari 5 tahun terakhir di KSPPS BMT NU Kalisat Jember, yang mana setiap 1 pendidik atau wali kelas setidaknya memiliki minimal 20 siswa atau siswi. Dengan demikian, jika dijumlahkan selama lima tahun terakhir, total siswa atau siswi yang tercatat mencapai 27.320, mencakup jenjang TK, SD/MI, SMP/MTS, SMA/MA, serta TPQ.

Sistem menabung di KSPPS BMT NU Kalisat Jember pada produk Tabungan sidik fathonah ini yaitu dengan siswa menyetor tabungan setiap

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

hari kepada wali kelas, dan setiap siswa atau siswi memiliki notes yang mana di notes tersebut wali kelas mencatat setiap jumlah uang tabungan siswa atau siswi. Kemudian Wali kelas mencatatnya dalam buku besar dan menyetorkan uang tersebut ke BMT NU setiap hari. Sistem setor Tabungan sidik fathonah ini bisa dilakukan dengan cara pergi langsung ke KSPPS BMT NU Kalisat jember atau sistem antar jemput dari pihak KSPPS BMT NU Kalisat Jember.[14] Hal ini menunjukkan bahwasannya Tabungan sidik fathonah ini sangat memudahkan para siswa atau siswi dalam menyiapkan dana pendidikannya dengan kemudahan yang telah diberikan pihak KSPPS BMT NU Kalisat Jember.

Oleh karena itu, penerapan strategi pemasaran yang tepat sangat diperlukan. Salah satu strategi yang dapat diterapkan adalah dengan memenangkan persaingan usaha, sehingga perusahaan dapat berkembang lebih pesat dan jumlah anggota atau nasabahnya bertambah.[15] KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember menerapkan strategi pemasaran 7P dalam meningkatkan nasabah dengan mempertahankan loyalitas untuk mempertahankan kepercayaan nasabah dalam menyimpan uangnya pada produk tabungan sidik fathonah.

Sehingga dari permasalahan tersebut, KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember melakukan pemasaran pada produk Tabungan Sidik Fathonah untuk bisa meningkatkan dana pendidikan. Dimana setiap

[14] Wawancara Kepala Cabang KSPPS BMT NU Kalisat Jember, Bapak Lailur Rohman
[15] MF. Hidayatullah, dkk, Strategi Pemasaran Produk Mitraguna Di Bank Syariah Indonesia, (Al-Kharaj Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Bisnis Syariah, 2024), 2837.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

tahunnya jumlah beasiswa selalu bertambah. Dengan demikian, KSPPS BMT NU Cabang Kalisat dapat memberikan dukungan kepada lembaga pendidikan, yang manfaatnya diperuntukkan bagi siswa berprestasi maupun siswa yang kurang mampu. Untuk menentukan keberhasilan strategi pemasaran yang efektif, alat pemasaran Perusahaan harus transparan dan mampu memuaskan pelanggan. Dengan memberikan layanan yang lengkap dan etis, berdasarkan lokasi atau tempat ini dapat menciptakan nilai dan meningkatkan kualitas hidup Masyarakat.[16]

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran yang diterapkan oleh KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember pada produk Tabungan Sidik Fathonah dalam upaya meningkatkan jumlah Dana Pihak Ketiga (DPK), serta kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman terhadap pemilihan tabungan yang berjudul **"Strategi Pemasaran Tabungan Sidik Fathonah Dalam Meningkatkan Jumlah Dana Pihak Ketiga (DPK) (Metode Analisisi SWOT) di KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember"**

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian dalam metode kualitatif biasa di sebut rumusan masalah. Focus penelitian berfokus pada isu yang dikaji dalam penelitian ini, akan dianalisis dan dicari jawabannya melalui proses penelitian.[17]

[16] Rinatul Jannah, Abdul Rokhim, Ahmadiono, "Islamic Marketing Mix Home Sharing Strategy At Multi Level Marketing Natural Nusantara,' Jurnal Syntax Admiration, Vol 4, No. 8 (Agustus 2023): 2722-5356, https://doi.org/)

[17] Babun Suharto dkk, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember: IAIN Jember Press,2020), 44.

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

Focus penelitian harus disusun secara sistematis, simple dan jelas karena pada bab ini akan berisi tujuan utama atau masalah yang akan di cari solusinya dan akan di tuangan dalam bentuk kalimat tanya.

Berdasarkan permasalahan yang telah dijelaskan dalam latar belakang, peneliti merumuskan fokus penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana implementasi analisis SWOT (*strength, weaknesses, opportunities, threats)* dalam meningkatkan jumlah Dana Pihak Ketiga (DPK) melalui Tabungan Sidik Fathonah di KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember?
2. Bagaimana penerapan analisis SWOT pada matriks IFAS dan EFAS dalam memberikan gambaran posisi strategis KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember dalam meningkatkan jumlah Dana Pihak Ketiga (DPK) melalui produk Tabungan Sidik Fathonah?

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian menggambarkan arah atau sasaran yang ingin dicapai dalam pelaksanaan suatu penelitian[18]. Tujuan penelitian harus berfokus pada masalah-masalah yang telah dirumuskan pada focus penelitian tersebut diantaranya:

1. Untuk mengetahui Bagaimana implementasi analisis SWOT(*strength, weaknesses, opportunities, threats*) pada produk tabungan sidiq fathonah dalam meningkatkan jumlah dana pihak ketiga (DPK) melalui produk Tabungan Sidik Fathonah di KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember

[18] Suharto dkk, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah,* 45.

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

2. Untuk mengetahui penerapan analisis SWOT pada matriks IFAS dan EFAS dalam memberikan gambaran posisi strategis KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember dalam meningkatkan jumlah Dana Pihak Ketiga (DPK) melalui produk Tabungan Sidik Fathonah?

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian adalah segala bentuk kegunaan atau kontribusi yang dihasilkan dalam suatu penelitian, baik untuk pengembangan ilmu pengetahuan maupun untuk pemecahan masalah. Melalui penelitian ini diharapkan peneliti dapat memberikan manfaat bagi peneliti dan pembaca. Adapun manfaat penelitian yang diharapkan ialah:

1. Manfaat Teoritis

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang pemasaran dan manajemen lembaga keuangan syariah. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi rujukan atau acuan bagi peneliti lain dalam memahami konsep strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan jumlah Dana Pihak Ketiga (DPK) pada lembaga keuangan mikro maupun perbankan syariah.

2. Manfaat Praktis

a. Manfaat Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan mampu memperluas pemahaman peneliti terkait tema yang dikaji, sekaligus memungkinkan

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

penerapan ilmu yang diperoleh selama perkuliahan untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi dalam kehidupan sehari-hari.

b. Manfaat Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif bagi KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember dengan mengevaluasi diri dan terus memperbaiki system yang ada pada BMT, dan di harapkan juga BMT dapat tambah meningkatkan efisiensi sehingga nasabah lebih puas dalam pelayanannya dan hal tersebut akan menimbulkan meningkatnya jumlah nasabah.

c. Manfaat Bagi Pihak Lain

Penelitian ini diharapkan memiliki kontribusi besar sebagai acuan atau referensi untuk adik Tingkat. Unruk masyarakat umum diharapkan dapat menambah wawasan yang luas mengenai KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

E. Definisi istilah

Definisi istilah memuat penjelasan mengenai istilah-istilah yang digunakan dalam penelitian ini, yang menjadi fokus dalam judul penelitian. Tujuannya adalah agar tidak terjadi kesalahpahaman terkait makna atau tafsiran istilah sebagaimana dimaksud oleh peneliti.[19] Beberapa istilah yang perlu dijelaskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

[19] Suharto dkk, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah,* 45

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

1. Strategi Pemasaran

Menurut Kotler, pemasaran merupakan suatu proses sosial yang melibatkan keinginan untuk menawarkan produk bernilai kepada orang lain sehingga dapat dipertukarkan secara bebas.[20] Strategi pemasaran berkaitan dengan aktivitas penjualan. Secara umum, strategi pemasaran adalah rangkaian kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mencapai tujuannya, terutama karena adanya keterbatasan dalam kemampuan penjualan dan pengetahuan yang dimiliki.

2. Tabungan

Tabungan merupakan salah satu jenis produk yang ditawarkan oleh perbankan dan menjadi produk yang paling diminati masyarakat. Hampir semua lapisan masyarakat memanfaatkan produk perbankan ini.[21] Simpanan tabungan memperkecil resiko yang tidak inginkan seperti kehilangan atau kerusakan. Namun dengan adanya lembaga yang bernama bank memperkecil kemungkinan terjadi hal yang tidak kita inginkan.

Kelebihan menabung di bank juga untuk memperoleh keuntungan dari menabung yang di ambil dari suku bunga. Akibatnya, jumlah dana akan mengalami pertumbuhan dari waktu ke waktu,

[20] Safira Ayu Amelia, "*Strategi Pemasaran Produk Simpanan Anggota (SIAGA) Untuk Meningkatkan Produktivitas Di BMT NU Jawa Timur Cabang Jenggawah Jember"* (Skripsi UIN KHAS Jember, 2023), 21.

[21] Nurul Ikhsan, *Pengantar perbankan,*(Jakarta : Gaung Persada Press Group), hlm.111

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

besaran keuntungan tergantung dana yang di tabung dan lama waktu menabung. Terdapat banyak macam jenis tabungan salah satunya tabung sidik fathonah ialah tabungan pendidikan, tabungan ini banyak digunakan oleh para pelajar.

3. Dana Pihak Ketiga (DPK)

Perbankan syariah dituntut untuk mengoptimalkan perolehan Dana Pihak Ketiga (DPK) dalam pelaksanaan kegiatan bisnisnya. DPK menjadi sumber utama bagi bank dalam menyalurkan pembiayaan. Dana pihak ketiga terbagi menjadi dana murah dan dana mahal, di mana perbankan syariah umumnya didominasi oleh dana mahal, seperti deposito.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Dana pihak ketiga dikelola oleh pihak, biasanya dalam konteks investasi atau pengelola asset. Keuntungan menggunakan dana pihak ketiga adalah akses ke manajemen professional dan diversifikasi investasi yang lebih baik. Namun, ada biaya dan resiko yang harus di pertimbangkan.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan merupakan ringkasan keseluruhan isi skripsi yang bertujuan memberikan pemahaman secara menyeluruh mengenai topik yang dibahas. Materi penelitian pada umumnya terbagi kedalam lima bab, di mana setiap bab memiliki sub-bab masing-masing. Hubungan antar bab saling terkait dan seringkali menjadi pendalaman dari

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

bab sebelumnya. Adapun susunan sistematika pembahasan adalah sebagai berikut:

BAB I pada bab ini, peneliti menjelaskan latar belakang masalah yang menjadi dasar pentingnya dilakukannya penelitian, fokus masalah yang menggambarkan alasan penelitian ini perlu dilakukan, tujuan dan manfaat penelitian, definisi istilah, serta sistematika pembahasan.

BAB II berisi kajian kepustakaan yang mencakup penelitian terdahulu dan kajian teori. Pada bagian penelitian terdahulu, dicantumkan berbagai hasil penelitian yang relevan dengan topik yang akan diteliti. Sedangkan kajian teori memaparkan konsep dan landasan teori yang digunakan sebagai acuan dalam pelaksanaan penelitian.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB III menguraikan metode penelitian yang digunakan oleh peneliti, yang mencakup pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, subjek penelitian, teknik pengumpulan data, validitas data, serta tahapan pelaksanaan penelitian.

BAB IV menyajikan hasil penelitian yang diperoleh dari lapangan. Bagian ini mencakup gambaran objek penelitian, penyajian data, analisis data, serta pembahasan temuan yang ditemukan selama penelitian.

BAB V memuat kesimpulan akhir dari kajian teori dan hasil penelitian. Bab ini mencakup kesimpulan, saran, serta penjelasan mengenai hasil penelitian untuk memperjelas makna penelitian yang telah dilakukan, dan diakhiri dengan penutup, daftar pustaka, serta lampiran-lampiran.

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

BAB II
KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini, penelitian memaparkan berbagai hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan topik yang akan diteliti. Selanjutnya, dibuat ringkasan dari penelitian tersebut, baik yang telah dipublikasikan maupun yang belum dipublikasikan.[22] Studi-studi sebelumnya yang terkait dengan fokus penelitian ini meliputi:

1. Skripsi Jamal Kurniawan, "Strategi Pemasaran Tabungan Sidik Fathonah Di BMT NU Cabang Larangan". Mahasiswa IAIN Madura.

   Hasil yang diperoleh ialah untuk mengukur tingkat evisiensi menggunakan variable 4p yaitu *product, price, place, promotion.* Respon anggota terhadap tabungan sidik fatonah di BMT NU Cabang Larangan ialah mempermudah lembaga pendidikan, pelayanan baik, memuaskan, tepat waktu, anggota merasa dan tetap loyal terhadap BMT NU.[23]

   Penelitian ini seruapa dengan penelitian yang dilakukan penulis hanya saja tujuan yang digunakan ialah untuk mengetahui sejauh mana tingkat efisiensi dari pemasaran tabungan sidiq fathonah.

   Persamaan penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan studi

[22] Suharto dkk, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah,* 39.

[23] Kurniawan, Jamal "*Strategi Pemasaran Tabungan Sidik Fathonah Di BMT NU Sidik Fathonah di BMT NU Cabang Larang".* (Skripsi IAIN Madura,2020).

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

dokumentasi. Perbedaan penelitian ini hanya terletak pada lokasi penelitian sebelumnya di BMT NU Cabang Larangan Sementara itu, penelitian yang sedang dilakukan saat ini dilaksanakan di KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember

2. Jurnal Muhammad Hamdan 'Ainulyaqin, Sarwo Edy, Enjelita"Analisis Peranan Strategi *Marketing Funding* dalam Peningkatan jumlah Nasabah dan Dana Pihak Ketiga: Studi pada PT BPRS Harta Insan Karimah Cikarang". Mahasiswa STAI Pelita Bangsa.

Penelitian ini bertujuan mengungkap peran strategi marketing *funding* dalam menambah jumlah nasabah serta meningkatkan Dana Pihak Ketiga di PT. BPRS Harta Insar Karimah cabang Cikarang. Temuan utamanya adalah bahwa layanan jemput bola, seperti setoran, penarikan, dan pembukaan rekening, berhasil mendongkrak nasabah sebesar 11,11% pada tahun pertama, diikuti kenaikan 10,79% di tahun berikutnya. Adapun untuk Dana Pihak Ketiga, layanan jemput bola memberikan pengaruh positif namun tidak signifikan, dengan peningkatan hanya 4,59%, dan di dua tahun selanjutnya mengalami penurunan berturut-turut.

Persamaan penelitian ini menngunakan metode penelitian kualitatif dengan Teknik pengumpulan data dari observasi, wawancara dan tujuan meningkatkan jumlah nasabah dan dana pihak ketiga (DPK) dengan menggunakan Strategi *Marketing Funding* dengan memperkenalkan, mempromosikan, memperluas jaringan,

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

dan memasarkan produk dan jasa. Perbedaan penelitian ini hanya terletak pada lokasi penelitian dan strategi meningkatkan jumlah Dana Pihak Ketiga (DPK). Penelitian sebelumnya PT. BPRS Harta Insan Karimah cabang Cikarang, sedangkan penelitian yang dilakukan saat ini di KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember.[24]

3. Skripsi Jihad Ikhumaini Pratama, "Strategi Pemasaran Produk Tabungan Pada Masa Pandemi Covid-19 Dalam Meningkatkan Jumlah Dana Pihak Ketiga (DPK) Pada BPRS Dinar Ashri Kc.Terara". Mahasiswa UIN Mataram.

   Hasil penelitian strategi pemasaran dimasa pandemi covid-19 yang digunakan oleh BPRS Dinar Ashri KC. Terara dalam meningkatkan jumlah dana pihak ketiga. Hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan strategi pemasaran yang dilakukan BPRS Dinar Ashri KC.Terara pada masa pandemi Covid-19 meliputi 6P yaitu *product, price, promotion, place, people dan process*. Factor yang mempengaruhi peningkatan jumlah dana pihak ketiga adalah pemasaran, pelayanan, dan loyalitas. Kelemahan metode ini yaitu pada bukti fisik yang dapat dirasakan contoh kurangnya ATM untuk melakukan penarikan tunai dan belum terealiasinya mobile banking.[25]

[24] Muhammad Hamdan 'Ainulyaqin, 2021 "Analisis Peranan Strategi Marketing Funding dalam Peningkatan jumlah Nasabah dan Dana Pihak Ketiga: Studi pada PT BPRS Harta Insan Karimah Cikarang". *Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, Vol. 3 No. 1, (2021)

[25] Ikhumaini, Jihad Pratama, *"Strategi Pemasaran Produk Tabungan Pada Masa Pandemi Covid-19 Dalam Meningkatkan Jumlah Dana Pihak Ketiga (DPK) Pada BPRS Dinar Ashri Kc.Terara"*(Skripsi, UIN Mataram, 2021)

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

Persamaan penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan Teknik pengumpulan data dari observasi, wawancara dan tujuan. Perbedaan penelitian ini hanya terletak pada lokasi peneltian. Penelitian sebelumnya BPRS Dinar Ashri Kc.Terara, sedangkan penelitian yang dilakukan saat ini di KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember.

4. Skripsi Jein Shafira Azhar, "Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Dana Pihak Ketiga di BRI Syariah KCP Kebumen Tahun 2016-2020". Mahasiswa IAIN Purwokerto.

Hasil dari penelitian Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Dana Pihak Ketiga di BRI Syariah KCP Kebumen Tahun 2016-2020 ialah strategi pemasaran menggunakan bauran pemasaran (Marketing Mix) 7P bank BRI Syariah KCP Kebumen dapat meningkatkan dana pihak ketiga mereka dengan sangat signifikan terhitung setelah lima tahun terakhir selama periode tahun 2016-2020, selain itu inovasi dan pengembangan prduk agar dapat diterima dan menyesuaikan dengan kebutuhan masyarakat zaman sekarang juga berjalan sesuai keinginan dan kebutuhan masyarakat.[26]

Persamaan penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan Teknik pengumpulan data dari observasi, wawancara dan dokumentasi. Perbedaan penelitian ini hanya terletak pada lokasi peneltian. Penelitian sebelumnya BRI Syariah KCP

[26] Shafira, Jein Azhar, *"Strategi Pemasaran dalam Menigkatkan Dana Pihak Ketiga di BRI Syariah KCP Kebumen Tahun 2016-2020"*(Skripsi, IAIN Purwokerto, 2021)

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

Kebumen, sedangkan penelitian yang dilakukan saat ini di KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember.

5. Jurnal Warda Bachtiar, Syahrir Mallongi, Amiruddin K "Analisis Strategi Pemasaran Produk Tabungan Prima Berhadiah Terhadap Kenaikan Dana Pihak Ketiga di Bank Muamalat Indonesia Cabang Makassar". Mahasiswa UIN Alauddin Makassar.

Hasil penelitian pada implementasi strategi pemasaran produk tabungan prima berhadiah di bank muamalat kota Makassar cukup efektif dengan melihat jumlah nasabah. Selain itu kelebihan produk tabungan prima yaitu nasabah bebas memilih hadiah yang diingikan diterima diawal dan tanpa undian. Adapun kekurangan produk tabungan prima berhadiah yaitu di luar elektronik dan gadget harus ganti nilai hadiah 100%+ pajak hadiah, tabungan mengendap, dana tidak dapat ditransaksi, dan pemotongan dana pada pencairan sebelum waktunya.[27]

Persamaan penelitian ini menngunakan metode penelitian kualitatif dengan Teknik pengumpulan data dari observasi, wawancara dan tujuan. Perbedaan penelitian ini hanya terletak pada lokasi peneltian. Penelitian sebelumnya Bank Muamalat Indonesia Cabang Makassar, sedangkan penelitian yang dilakukan saat ini di KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember.

[27] Warda Bachtiar, "Analisis Strategi Pemasaran Produk Tabungan Prima Berhadiah Terhadap Kenaikan Dana Pihak Ketiga di Bank Muamalat Indonesia Cabang Makassar" *Jurnal Iqtisaduna*, Vol. 7 No. 2, (Desember 2021).

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

6. Jurnal Tasya Rizkia, Reni Marlina, "Analisis Perkemangan Dana Pihak Ketiga dan Kredit Menggunakan Metode *Common Size* Pada PT Bank Tabungan Negara (Persero), TBK Periode 2016-2020". Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Ekuitas.

   Hasil dalam penelitian ini ialah besarnya proporsi dana pihak ketiga pada tahun 2016-2020 mengalami kondisi fluktuatif dan berdasarkan analisis *Common Size* nya mengalami penuruan pada 3 tahun pertama dan mengalami peningkatan pada tahun terakhir yaitu pada tahun 2020. Deposito memiliki proporsi paling besar dari keseluruhan dana pihak ketiga. Untuk kredit konsumsi memiliki proporsi paling besar dar keseluruhan kredit.[28]

   Persamaan penelitian ini menngunakan metode penelitian kualitatif dengan Teknik pengumpulan data dari observasi, wawancara dan tujuan. Perbedaan penelitian ini hanya terletak pada lokasi penelitian. Penelitian sebelumnya PT Bank Tabungan Negara (Persero), sedangkan penelitian yang dilakukan saat ini di KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember.

7. Skripsi Dimas Ramadhan Nurfitrah, "Analisis Strategi Bauran Pemasaran dalam Pencapaian Target Produk Menghimpun Dana Pihak Ketiga di Bank Muamalat KCP ZA Pagar Alam". Mahasiswa IAIN Metro.

[28] Tasya Rizkia, "Analisis Perkemangan Dana Pihak Ketiga dan Kredit Menggunakan Metode Common Size Pada PT Bank Tabungan Negara (Persero), TBK Periode 2016-2020". *Jurnal Riset Akuntansi dan Perbankan*, Vol. 16 No.2, (Agustus 2022)

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

Hasil penelitian ini untuk mengetahui strategi bauran pemasaran dalam pencapain target produk menghimpun dana pihak ketiga di bank muamalat KCP ZA Pagar Alam. Hasil dari penelitian ini ialah didalam beberapa strategi yang meliputi 7p Bank Muamalat KCP ZA Pagar Alam memiliki beberapa keunggulan yaitu dalam strategi product menciptakan berbagai macam variasi produk dan fasilitas selain dalam hal *promotion* memiliki strategi khusus untuk mempe rbanyak data *base*, *referral*, dan *persuasife*, terkait *physical evidence* yaitu dengan menyediakan mushola bagi nasabah yang ingin beribadah namun masih terdapat keluhan terkait ruangan tunggu yang terlalu kecil.[29]

Persamaan penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan Teknik pengumpulan data dari observasi, wawancara dan tujuan. Perbedaan penelitian ini hanya terletak pada lokasi peneltian. Penelitian sebelumnya Bank Muamalat KCP ZA Pagar, sedangkan penelitian yang dilakukan saat ini di KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember.

8. Jurnal Triani Rizkiana, Citra Anggita, Makhrus "Efektivitas Program *One Day One Closing* dalam Upaya Meningkatkan Dana Pihak Ketiga di Bank Syariah Indonesia". Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

[29] Dimas, Ramadhan Nurfitrah, *"Analisis Strategi Bauran Pemasaran dalam Pencapaian Target Produk Menghimpun Dana Pihak Ketiga di Bank Muamalat KCP ZA Pagar Alam"* (Skripsi IAIN Metro, 2023).

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

Hasil dari penelitian ini ialah program O*ne Day One Closing* (ODOC) sudah cukup efektif untuk meningkatkan jumlah DPK di BSI KCP Banyumas Sokaraja dikarenakan masih butuh waktu untuk adaptasi karena program tersebut adalah program baru serta masih kurangnya kesadaran setiap pegawai BSI KCP Banyumas Sokaraja untuk dapat melaksanakan program *One Day One Closing* (ODOC).[30] Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui efektivitas program ODOC terhadap jumlah DPK. Jenis Penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Objek penelitian ini adalah Bank Syariah Indonesia KCP Banyumas Sokaraja Kab. Banyumas, sementara teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, dokumentasi, dan observasi.

Persamaan penelitian ini menngunakan metode penelitian kualitatif dengan Teknik pengumpulan data dari observasi, wawancara dan tujuan. Perbedaan penelitian ini hanya terletak pada lokasi penelitian. Penelitian sebelumnya BSI KCP Banyumas Sokaraja, sedangkan penelitian yang dilakukan saat ini di KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember.

9. Skripsi Rifqi, "Strategi Peningkatan Jumlah Dana Pihak Ketiga Melalui Produk Simpanan Lebaran Di KSPP SYARIAH BMT NU Cabang Tlogosari Bondowoso." Mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

[30] Triani Rizkiana, "Efektivitas Program One Day One Closing dalam Upaya Meningkatkan Dana Pihak Ketiga di Bank Syariah Indonesia" *Jurnal Hukum dan Administrasi Publik* Vol. 1 No. 2 (Agustus, 2023)

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

Hasil yang diperoleh dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang digunakan dalam meningkatkan jumlah dana pihak ketiga (DPK) ialah menggunakan strategi 7P yaitu *product, price, place, promotion, people, process* dan *pyhsical evidence*. Untuk faktor-faktor dapat mempengaruhi peningkatan jumlah Dana Pihak Ketiga. Pertama, produk ini sangat membantu sekali bagi para nasabah ketika menjelang hari raya idul fitri. Kedua, faktor pengetahuan konsumen tentang produk simpanan ini dapat melalui antar teman, tetangga, maupun dalam bidang pemasaran.[31]

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi dan pola pemasaran untuk meningkatkan jumlah dana pihak ketiga (DPK) yang digunakan KSPP SYARIAH BMT NU Cabang Tlogosari Bondowoso.

Persamaan penelitian ini menngggunakan metode penelitian kualitatif dengan Teknik pengumpulan data dari observasi, wawancara dan tujuan. Perbedaan penelitian ini hanya terletak pada lokasi peneltian. Penelitian sebelumnya di KSPP Syariah BMT NU Cabang Tlogosari Bondowoso, sedangkan penelitian yang dilakukan saat ini di KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember.

[31] Rifqi, *"Strategi Peningkatan Jumlah Dana Pihak Ketiga Melalui Produk Simpanan Lebaran Di KSPP SYARIAH BMT NU Cabang Tlogosari Bondowoso."* (Skripsi UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2023)

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ J E M B E R

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

10. Jurnal Fadlu Roziq, Mursalim, Aryati Arfah, "Analisa Strategi Pemasaran Produk *Current Account Saving Account* (CASA) Terhadap Kenaikan Dana Pihak Ketiga Bank OCBC NISP Syariah Makassar". Mahasiswa Universitas Muslim Indonesia.

Hasil penelitian ini ialah terjadi perubahan Terjadi perubahan proporsi *Current account* dan *saving account* terhadap Dana Pihak ketiga dimilliki bank OCBC NISP Syariah Makasar dimana terjadi peningkatan sebesar 52,1%. Sementara motifasi, *financial*, kepercayaan, kenyamanan dll untuk factor eksternal seperti suku bunga, rekomendasi, teknoligi, dan ekonomi.[32]

Penelitian bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran produk CASA pada bank OCBC NISP Syariah dan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi pemasaran CASA dalam keputusan menabung nasabah. Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan melakukan observasi, wawancara dan dokumentasi.

Persamaan penelitian ini mennggunakan metode penelitian kualitatif dengan Teknik pengumpulan data dari observasi, wawancara dan tujuan. Perbedaan penelitian ini hanya terletak pada lokasi peneltian. Penelitian sebelumnya Bank OCBC NISP Syariah

[32] Fadlu Roziq, "Analisa Strategi Pemasaran Produk Current Account Saving Account (CASA) Terhadap Kenaikan Dana Pihak Ketiga Bank OCBC NISP Syariah Makassar" *Journal of Management,* Vol. 7 No. 3 (2024)

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

Makassar, sedangkan penelitian yang dilakukan saat ini di KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember.

Tabel 2.1
Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu

No	Penulis	Judul	Persamaan	Perbedaan
1	Skripsi Jamal Kurniawan IAIN Madura 2020	Strategi Pemasaran Tabungan Sidik Fathonah Di BMT NU Sidik Fathonah di BMT NU Cabang Larangan	Persamaan pada penelitian ini yaitu sama-sama membahas strategi pemasaran tabungan sidik fathonah, dan menggunakan metode penelitian kualitatif.	Perbedaannya yaitu skripsi ini membahas tentang Respon Anggota Terhadap Tabungan Sidik Fathonah, dan objek penelitiannya.
2	Jurnal Muhammad Hamdan 'Ainulyaqin, Sarwo Edy, Enjelita, STAI Pelita Bangsa 2021	Analisis Peranan Strategi Marketing Funding dalam Peningkatan Jumlah Nasabah dan Dana Pihak Ketiga: Studi pada PT BPRS Harta Insan Karimah Cikarang	Persamaan dari jurnal ini yaitu sama-sama membahas tentang strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah dana pihak ketiga (DPK), dan menggunakan metode penelitian kualitatif.	Perbedaannya yaitu jurnal ini menggunakan strategi Marketing funding dalam peningkatan jumlah nasabah sekaligus peranan dalam peningkatan Dana Pihak Ketiga, dan objek penelitiannya.
3	Skripsi Jihad Ikhumaini Pratama, Universitas Islam Negeri Mataram 2021	Strategi Pemasaran Produk Tabungan Pada Masa Pandemi Covid-19 Dalam Meningkatkan Jumlah Dana	Persamaan pada penelitian ini yaitu sama-sama membahas strategi pemasaran dalam	Perbedaannya yaitu skripsi ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran pada masa

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

No	Penulis	Judul	Persamaan	Perbedaan
		Pihak Ketiga (DPK) Pada BPRS Dinar Ashri Kc. Lombok Timur	meningkatkan jumlah Dana Pihak Ketiga (DPK), dan menggunakan metode penelitian kualitatif.	pandemi Covid-19, dan objek penelitiannya.
4	Skripsi Jein Shafira Azhar IAIN Purwokerto 2021	Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Dana Pihak Ketiga di BRI Syariah KCP Kebumen Tahun 2016-2020	Persamaan pada penelitian ini yaitu sama-sama membahas strategi pemasaran dalam meningkatkan dana pihak ketiga(DPK), dan menggunakan metode penelitian kualitatif.	Perbedaannya yaitu skripsi ini menjabarkan penerapan analisis SWOT dengan matriks SWOT dalam menganalisis strategi pemasaran, dan objek penelitiannya.
5	Jurnal Warda Bachtiar, Syahrir Mallongi, Amiruddin K, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar 2021	Analisis Strategi Pemasaran Produk Tabungan Prima Berhadiah Terhadap Kenaikan Dana Pihak Ketiga di Bank Muamalat Indonesia Cabang Makassar	Persamaan pada penelitian ini yaitu sama-sama membahas tentang strategi pemasaran produk Tabungan, dan menggunakan metode penelitian kualitatif	Perbedaannya yaitu jurnal ini membahas strategi pemasaran produk Tabungan Prima Berhadiah terhadap peningkatan Dana Pihak Ketiga(DPK), dan objek penelitiannya.
6	Jurnal Tasya Rizkia, Reni Marlina,	Analisis Perkembangan Dana Pihak	Persamaan pada penelitian ini yaitu sama-	Perbedaannya yaitu jurnal ini menggunakan

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

No	Penulis	Judul	Persamaan	Perbedaan
	Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi(STIE)Ekuitas 2022	Ketiga dan Kredit Menggunakan Metode Common Size Pada PT Bank Tabungan Negara (Persero), TBK Periode 2016-2020	sama membahas tentang meningkatan dana pihak ketiga(DPK), dan menggunakan metode penelitian kualitatif.	metode common size dalam meningkatkan Dana Pihak Ketiga(DPK), dan objek penelitiannya.
7	Skripsi Dimas Ramadhan Nurfitrah, IAIN Metro 2023	Analisis Strategi Bauran Pemasaran dalam Pencapaian Target Produk Menghimpun Dana Pihak Ketiga di Bank Muamalat KCP ZA Pagar Alam	Persamaan pada penelitian yairu sama-sama membahas tentang strategi pemasaran, dan menggunakan metode penelitian kualitatif	Perbedaannya yaitu skripsi ini membahas tentang pencapaian target produk dalam menghimpun Dana Pihak Ketiga(DPK), dan objek penelitiannya.
8	Jurnal Triani Rizkiana, Citra Anggita, Makhrus, Universitas Muhammadiyah Purwokerto 2023	Efektivitas Program *One Day One Closing(ODOC)* dalam Upaya Meningkatkan Dana Pihak Ketiga di Bank Syariah Indonesia	Persamaan pada penelitian ini yaitu sama-sama membahas tentang meningkatkan dana pihak ketiga(DPK), dan menggunakan metode penelitian kualitatif	Perbedaannya yaitu jurnal ini menggunakan program *One Day One Closing (ODOC*) dalam meningkatkan Dana Pihak Ketiga(DPK), dan objek penelitiannya.
9	Skripsi Rifqi, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq	Strategi Peningkatan Jumlah Dana Pihak Ketiga Melalui Produk	Persamaan pada penelitian ini yaitu sama-sama membahas	Perbedaannya yaitu skripsi ini membahas pola pemasaran Produk

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

No	Penulis	Judul	Persamaan	Perbedaan
	Jember 2023	Simpanan Lebaran Di KSPP SYARIAH BMT NU Cabang Tlogosari Bondowoso	tentang strategi pemasaran dalam meningkatkan Jumlah Dana Pihak Ketiga, dan menggunakan metode penelitian kualitatif	Simpanan Lebaran untuk meningkatkan jumlah dana pihak ketiga (DPK), dan objek penelitiannya.
10	Jurnal Fadlu Roziq Mursalim, Aryati Arfah, Universitas Muslim Indonesia 2024.	Analisa Strategi Pemasaran Produk *Current Account Saving Account (CASA)* Terhadap Kenaikan Dana Pihak Ketiga Bank OCBC NISP Syariah Makassar	Persamaan pada penelitian ini yaitu sama-sama membahas tentang strategi pemasaran, dan menggunakan metode penelitian kualitatif	Perbedaanya yaitu jurnal ini menggunakan Strategi Pemasaran Produk *Current Account Saving Account (CASA)* Terhadap Kenaikan Dana Pihak Ketiga(DPK), dan objek penelitiannya.

Sumber: Diolah dari penelitian terdahulu

Tabel tersebut menggambarkan perbandingan serta kesamaan antara penelitian-penelitian terdahulu yang relevan dengan judul penelitian saat ini, yang berjudul "Strategi Pemasaran Tabungan Sidiq Fathonah Dalam Meningkatkan Dana Pihak Ketiga (DPK) di KSSPS BMT NU Cabang Kalisat Jember".

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

B. Kajian Teori

Bagian ini membahas teori yang digunakan sebagai pandangan atau sudut pandang dalam melakukan penelitian. Pembahasan teori dalam penelitian kualitatif cenderung lebih mendalam, memungkinkan peneliti untuk memperluas pemahaman mereka dalam mengeksplorasi masalah yang diteliti sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian. Berbeda dengan penelitian kuantitatif, dalam penelitian kualitatif, teori ditempatkan sebagai perspektif yang memandu interprestasi data, bukan sebagai konsep yang diuji.[33] Diantaranya kajian teori dari penelitian tersebut:

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

1. Strategi Pemasaran

a. Strategi

Strategi berasal dari bahasa yunani *Stratogos* artinya ilmu para jenderal yang digunakan untuk memenangkan suatu pertempuran dengan menggunakan sumber daya yang terbatas.[34] Menurut Robin, kata strategi juga umum digunakan dalam dunia militer, yaitu sebelum situasi perang. Seseorang komandan saat menghadapi musuh, seseorang harus bertanggung jawab atas metode dan taktiknya sendiri digunakan untuk memenangkan perang. Tanggung jawab atau kewajiban ini sangat penting, dalam

[33] Suharto dkk, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, 46.
[34] Leonardo Budi H and Dheasey Amboningtyas, '*Pelatihan Keterampilan Masyarakat Desa Boja Kota Semarang Dalam Bidang Pengelolaan Pemasaran'*, 5 (2021), pp. 127–33.

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

artian sangat strategis dalam mencapai kemenangan sebagai tujuan perang.

Berdasarkan berbagai definisi yang telah dijelaskan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa strategis adalah rangkaian proses yang diterapkan untuk mencapai tujuan organisasi. Orientasinya berfokus pada masa depan organisasi untuk menghadapi persaingan dan mencapai sasaran yang diinginkan.

b. Pemasaran

Istilah *marketing* atau pemasaran sering kali disamakan dengan kegiatan penjualan, distribusi, maupun perdagangan. Padahal, pemasaran memiliki cakupan yang jauh lebih luas, sedangkan penjualan, distribusi, dan perdagangan hanyalah sebagian aktivitas yang berada di dalam sistem pemasaran. Secara umum, tujuan utama pemasaran adalah memenuhi kebutuhan konsumen.[35] Hal ini dapat tercapai apabila pemasar mampu memahami apa yang dibutuhkan pelanggan, merancang produk yang memberikan nilai lebih, serta menetapkan harga, menyalurkan, dan mempromosikan produk tersebut dengan cara yang tepat.

c. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran, yang

[35] Ngatno, 'Buku Manajemen Pemasaran Baru.Pdf', *EF Press Digimedia*, 2018, pp. 1–292.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ J E M B E R

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan. Dengan kata lain strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta lokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah.

Srategi pemasaran adalah upaya memasarkan suatu produk, baik barang atau jasa, dengan menggunakan pola rencana dan taktik tertentu sehingga jumlah penjualan menjadi lebih tinggi. Strategi pemasaran juga bisa diartikan sebagai upaya yang dilakukan suatu lembaga dalam mencapai tujuan. Strategi pemasaran berfungsi untuk menentukan nilai ekonomi perusahaan. Kepuasan pelanggan adalah kunci utama dari konsep pemasaran dan marketing strategi.

Strategi pemasaran merupakan suatu rencana menyeluruh dan terpadu dalam bidang pemasaran yang menggabungkan berbagai elemen, memberikan arahan mengenai langkah-langkah yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan pemasaran perusahaan Strategi pemasaran yang dilakukan oleh KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember menggunakan 7P:

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

1) Produk *(Product)*

Produk merupakan salah satu aspek penting dalam strategi pemasaran yang merupakan salah satu variable yang menentukan dalam kegiatan suatu usaha. Tanpa adanya produk, sebuah perusahaan tidak dapat menjalankan aktivitas bisnis untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Produk menjadi pusat perhatian dalam bauran pemasaran; apabila produk tersebut tidak mampu memenuhi kebutuhan konsumen, maka berbagai upaya seperti promosi, pemberian diskon, atau pun perluasan distribusi tidak akan cukup untuk mendorong konsumen melakukan pembelian.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Produk dapat diartikan sebagai segala hal yang ditawarkan kepada pasar untuk menarik perhatian, memperoleh minat, digunakan, atau dikonsumsi sehingga mampu memenuhi kebutuhan maupun keinginan pelanggan. Barang memiliki wujud fisik, sedangkan jasa bersifat tidak berwujud. Jasa terdiri atas rangkaian manfaat yang diberikan untuk memenuhi kebutuhan penggguna.

Dalam konteks lembaga keuangan, baik bank maupun non-bank, produk yang ditawarkan umumnya berupa jasa, sehingga bersifat tidak berwujud. Setiap produk memiliki karakteristik tertentu, baik yang berwujud maupun yang tidak

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

berwujud. Suatu produk digolongkan berwujud jika dapat dilihat atau disentuh secara fisik, sedangkan produk tidak berwujud tidak dapat diamati dengan pancaindra dan biasanya berbentuk layanan. Dasar dari penyusunan strategi produk adalah kemampuan perusahaan untuk mencapai sasaran yang telah ditetapkan. pasar yang dituju melalui cara yang paling umum untuk memperluas kapasitas persaingan. Dengan cara ini, strategi produk benar-benar merupakan metodologi pemasaran, Dengan demikian, ide maupun konsep untuk menjalankan kegiatan tersebut harus muncul dari divisi pemasaran. Proses perencanaan produk berfungsi memastikan bahwa proyek pengembangan produk selaras dengan strategi bisnis perusahaan secara keseluruhan dalam jangka panjang. Setiap perusahaan yang mengembangkan produk tentu mengharapkan hasil yang menguntungkan secara ekonomi. Karena itu, perencanaan strategi produk perlu disesuaikan dengan strategi bisnis perusahaan, sehingga keduanya menjadi satu kesatuan pengelolaan yang menyeluruh dan mencakup seluruh kemampuan yang dimiliki perusahaan. Islam menganjurkan dalam mengonsumsi produk yang memiliki label halal dan baik ialah kewajiban yang sudah surat Al-Baqarah ayat 172 dan surat Al-Maidah ayat 88 yang berbunyi:

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

Al-Qu ran su rat Al-Baqarah ayat 172

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ كُلُواْ مِن طَيِّبَٰتِ مَا رَزَقۡنَٰكُمۡ وَٱشۡكُرُواْ لِلَّهِ إِن كُنتُمۡ إِيَّاهُ تَعۡبُدُونَ ١٧٢

Artinya: "Wahai orang-orang yang be riman, makanlah apa-apa yang baik yang Kami anu ge rahkan ke padamu dan be rsyu ku rlah ke pada Allah jika kamu be nar-be nar hanya me nye mbah ke pada-Nya".[36]

Al-Qu ran su rat Al-Maidah ayat 88

وَكُلُواْ مِمَّا رَزَقَكُمُ ٱللَّهُ حَلَٰلٗا طَيِّبٗاۖ وَٱتَّقُواْ ٱللَّهَ ٱلَّذِيٓ أَنتُم بِهِۦ مُؤۡمِنُونَ ٨٨

Artinya: "Makanlah apa yang te lah Allah anu ge rahkan ke padamu se bagai re ze ki yang halal lagi baik, dan be rtakwalah ke pada Allah yang hanya ke pada-Nya kamu be riman".[37]

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Pe nje lasan ke du a ayat di atas bahwa Allah swt se lalu me nganju rkan u matnya dalam me ngonsu msi makanan yang halal dan baik se cara Islam se bagai be ntu k ke taatannya ke pada Allah swt.

2) Harga *(Price)*

Harga me ru pakan salah satu u nsu r dalam bau ran pe masaran yang be rpe ran be sar dalam me me ngaru hi ke pu tu san konsu me n u ntu k me mbe li.[38] Harga dapat dipahami se bagai se ju mlah u ang yang haru s dike lu arkan u ntu k

[36] Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahannya Surat Al-Baqarah : 172
[37] Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahannya Surat Al-Maidah : 88
[38] Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani, 2006, Manajemen Pemasaran Jasa, Salemba Empat, Jakarta, hal. 72.

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

memperoleh suatu produk beserta layanan yang menyertainya. Ketika perusahaan menetapkan harga jual atas barang atau jasa yang ditawarkan, pada saat yang sama perusahaan juga menentukan besaran pendapatan yang akan diterima.

Oleh karena itu, dalam menentukan harga jasa yang ditawarkan, perusahaan harus mempertimbangkan tingkat sensitivitas konsumen terhadap harga. Dengan kata lain, penetapan harga tidak boleh hanya berfokus pada keuntungan perusahaan, tetapi juga pada kemampuan dan reaksi konsumen terhadap harga tersebut. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. Sedangkan unsur lainnya (produk, distribusi dan promosi) menyebabkan timbulnya pengeluaran.[39]

Perusahaan perlu meninjau kembali metode atau strategi penetapan harga yang telah ditetapkan agar tujuan perusahaan dapat dicapai dengan efektif. Langkah ini penting dilakukan karena tujuan perusahaan menjadi pedoman utama dalam menjalankan aktivitas pemasaran, termasuk dalam proses estimasi maupun penentuan harga. Beberapa tujuan yang biasanya mendasari penetapan harga antara lain sebagai berikut:

[39] FandiTjiptono, 1997, Strategi Pemasaran Edisi ke-2, Andi, Yogyakarta, hal. 151.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

a) Mencapai keuntungan yang maksimal merupakan salah satu tujuan umum dalam penetapan harga, di mana perusahaan berupaya memperoleh laba setinggi mungkin dalam jangka pendek. Selain itu, penetapan harga juga dapat diarahkan untuk meraih pangsa pasar tertentu. Dalam strategi ini, perusahaan mungkin menetapkan harga yang lebih rendah demi menarik konsumen dan memperbesar pangsa pasar, meskipun hal tersebut dapat menurunkan tingkat keuntungan pada periode tersebut.

b) *Market skimming* atau strategi memerah pasar dilakukan untuk mendapatkan keuntungan dari konsumen yang bersedia membayar harga lebih tinggi dibandingkan konsumen lainnya, karena mereka menilai produk tersebut memiliki nilai lebih. Melalui strategi ini, perusahaan berupaya mencapai pendapatan penjualan setinggi mungkin pada periode tertentu. Perusahaan menetapkan harga untuk memaksimumkan penerimaan penjualan pada masa itu. Tujuan itu hanya dapat dicapai jika terdapat kombinasi harga dan kualitas produk yang dapat menghasilkan tingkat pendapatan yang paling besar.

c) Untuk mencapai laba yang telah ditetapkan, perusahaan menentukan harga tertentu guna memperoleh tingkat

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

keuntungan atau rate of return yang dianggap memadai. Selain itu, perusahaan dapat pula menggunakan strategi harga rendah sebagai sarana promosi, yaitu dengan menetapkan harga khusus yang lebih murah untuk mendorong peningkatan penjualan, bukan semata-mata untuk memperoleh keuntungan besar.

3) Promosi *(Promotion)*

Promosi merupakan salah satu elemen yang berfungsi untuk menginformasikan serta memengaruhi pasar mengenai produk yang dihasilkan perusahaan, sehingga konsumen mengetahui keberadaan dan manfaat produk tersebut. Kegiatan promosi sendiri mencakup kombinasi terten tu dari iklan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, penjualan personal, serta pemasaran langsung yang dimanfaatkan perusahaan untuk menyampaikan nilai produk secara persuasif dan membangun hubungan yang baik dengan pelanggan.[40] Tujuan utama kegiatan promosi pada lembaga keuangan adalah memberikan informasi mengenai berbagai jenis produk tabungan yang tersedia serta berupaya menarik minat calon nasabah baru.

[40] Danang Suntoyo, Dasar-Dasar Manajement Pemasaran, Yogyakarta, 2014, hlm 154.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

Salah satu aspek penting dalam kegiatan promosi adalah menentukan bauran promosi (promotion mix) yang tepat. Bauran promosi sendiri meliputi beberapa elemen, yaitu :

a) Iklan *(advertising)*
b) Penjualan perorangan *(personal selling)*
c) Promosi penjualan *(sales promotion)*
d) Hubungan masyarakat *(public relation)*
e) Informasi dari mulut ke mulut *(word of mouth)*
f) Surat pemberitahuan langsung *(direct mail).*[41]

Menurut kotler (2009) dalam bukunya menajemen pemasaran promosi merupakan salah satu elemen penting dalam mempengaruhi keputusan konsumen. Namun, efektivitas promosi sangat bergantung pada ketersediaan sumber daya, termasuk modal yang digunakan untuk mendukung kegiatan promosi.[42]

4) Tempat atau Distribusi (*Place /Distribution)*

Saluran pemasaran, atau place, merupakan rangkaian organisasi yang saling berkaitan dan berperan dalam menyalurkan produk maupun jasa sehingga dapat tersedia bagi

[41] Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani, 2006, Manajemen Pemasaran Jasa, Salemba Empat, Jakarta, hal. 75.

[42] Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Manajemen Pemasaran (13th ed.). Jakarta: Penerbit Erlangga.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

konsumen atau pelaku bisnis untuk digunakan atau dikonsumsi. [43]

Lokasi koperasi merujuk pada tempat di mana produk koperasi diperdagangkan serta menjadi pusat pengelolaan operasionalnya. Pemilihan lokasi cabang koperasi merupakan keputusan yang sangat penting. Koperasi simpan pinjam yang berada pada lokasi strategis akan memudahkan para nasabah dalam melakukan berbagai keperluan atau transaksi dengan koperasi tersebut.

Penetapan lokasi kantor beserta fasilitas pendukungnya menjadi aspek yang sangat krusial. Tujuannya adalah memastikan agar konsumen dapat dengan mudah mengakses setiap kantor atau unit layanan yang tersedia. Selain itu, sarana dan prasarana yang memadai harus mampu memberikan rasa aman dan nyaman bagi seluruh pelanggan. Lokasi yang kurang strategis dapat menurunkan minat konsumen untuk menggunakan layanan. Dalam konteks ini, terdapat tiga bentuk interaksi yang memengaruhi penentuan lokasi, yaitu :[44]

a) Konsumen datang langsung ke penyedia jasa: dalam kondisi seperti ini, pemilihan lokasi menjadi faktor yang sangat

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[43] Kotler & Amstrong. (2008). Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1. (alih bahasa: bob sabran, M.M). Jakarta: Penerbit Erlangga. Hlm. 40.

[44] Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani, 2006, Manajemen Pemasaran Jasa, Salemba Empat, Jakarta, hal. 73.

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

menentukan. Perusahaan perlu menempatkan layanan di area yang dekat dengan konsumen agar mudah diakses, atau dengan kata lain memilih lokasi yang benar-benar strategis.

b) Penyedia jasa datang langsung ke konsumen: pada situasi ini, lokasi tidak menjadi faktor utama. Namun, hal yang perlu dipastikan adalah kualitas pelayanan yang diberikan tetap terjaga.

c) Penyedia jasa dan konsumen tidak melakukan pertemuan secara langsung: artinya interaksi dilakukan melalui media terrtentu seperti telepon, komputer, atau surat. Dalam kondisi ini, lokasi tidak menjadi faktor penting selama proses komunikasi antara kedua pihak dapat berlangsung dengan baik.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

5) Orang *(people)*

Oranng atau *people* adalah setiap individu yang terlibat dalam proses pelayanan berperan aktif dan turut membentuk persepsi pelanggan, baik melalui nama perusahaan, kepribadian petugas, maupun interaksi dengan pelanggan lainnya di lingkungan layanan. Aspek ini mencakup berbagai kegiatan terkait sumber daya manusia, seperti proses rekrutmen, pelatihan dan pengembangan, pemberian motivasi,

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

sistem penghargaan, serta kerja sama, termasuk juga interaksi dengan nasabah maupun calon nasabah.[45]

Dalam konteks pemasaran jasa, peran individu yang memberikan layanan sangat menentukan kualitas jasa yang diterima pelanggan. Oleh karena itu, keputusan terkait aspek sumber daya manusia seperti seleksi, pelatihan, motivasi, dan pengelolaan pegawai menjadi sangat penting. Untuk mencapai kualitas layanan yang optimal, karyawan perlu dibimbing agar memahami nilai dari pekerjaan mereka, yaitu memberikan kepuasan kepada konsumen dalam memenuhi kebutuhannya. Peranan manusia dalam pemasaran juga memiliki keterkaitan kuat dengan konsep pemasaran internal. Pemasaran internal adalah interaksi atau hubungan antara setiap karyawan dan departemen dalam suatu perusahaan yang dalam hal ini dapat diposisikan sebagai konsumen internal dan pemasok internal.

6) Proses (*process)*

Proses mencakup keterlibatan pelanggan dalam penyediaan layanan, termasuk rangkaian aktivitas, standar pelayanan, serta tingkat kesederhanaan atau kerumitan prosedur kerja yang diterapkan oleh suatu bank. Proses dapat dipahami sebagai kumpulan berbagai aktivitas meliputi prosedur, jadwal kerja, mekanisme, serta kegiatan rutin yang

[45] Kasmir, S,E, M,M. Pemasaran Bank, (Jakarta: Prenada Media Group, 2004), 120.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

memungkinkan jasa dapat dihasilkan dan disampaikan kepada konsumen. Secara umum, proses dapat dibedakan menjadi dua bentuk, yaitu :

a) Kompleksitas (*complexity*), yaitu berkaitan dengan banyaknya langkah serta tahapan yang harus dilalui dalam suatu proses.
b) Keragaman (*divergence*), yaitu menyangkut adanya variasi atau perubahan dalam langkah-langkah maupun tahapan proses.

Dalam perusahaan jasa, koordinasi antara bagian pemasaran dan operasional memegang peranan penting, terutama dalam upaya memenuhi berbagai kebutuhan dan keinginan pelanggan. Dari perspektif konsumen, kualitas layanan dapat dinilai dari sejauh mana proses penyampaian jasa mampu menjalankan fungsinya dengan baik.

7) Bukti Fisik *(physical evidence)*

Bukti fisik adalah lingkungan fisik perusahaan tempat jasa diciptakan dan tempat penyedia jasa dan konsumen berinteraksi, Selain itu, diperlukan unsur-unsur fisik (*tangible*) yang dapat membantu mengomunikasikan atau memperkuat peran dari jasa yang ditawarkan. Dalam industri jasa, pemasar perlu menyediakan petunjuk atau bukti fisik

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

yang mampu mewakili aspek yang tidak berwujud, termasuk citra layanan, serta memperbaiki lingkungan pendukung layanan (*product surround*). Bukti fisik dalam penyediaan jasa umumnya dapat dikelompokkan menjadi dua jenis.[46]

a) Bukti penting *(essential evidence)*

Aspek ini menggambarkan berbagai keputusan strategis yang dibuat oleh penyedia jasa, misalnya mengenai rancangan tata letak bangunan, pemilihan jenis pesawat oleh maskapai penerbangan, dan keputusan operasional sejenis. Pilihan-pilihan tersebut dapat memperluas dan memperkaya persepsi konsumen terhadap produk atau layanan secara keseluruhan.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

b) Bukti tambahan *(peripheral evidence)*

Meskipun memiliki nilai independen yang kecil, unsur-unsur ini tetap dapat menambah kesan keberwujudan pada layanan yang diberikan. Sebagai contoh, tiket kereta berfungsi sebagai bukti hak bagi penumpang untuk menggunakan layanan pada waktu tertentu. Contoh lainnya adalah aroma roti yang baru dipanggang di dekat pintu masuk supermarket, yang digunakan untuk menarik perhatian dan minat pelanggan.

[46] Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani, 2006, Manajemen Pemasaran Jasa, Salemba Empat, Jakarta, hal. 89.

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

Apabila transaksi jasa dilakukan di tempat atau lokasi penyedia layanan, maka bukti fisik menjadi unsur yang sangat berperan. Tingkat familiaritas juga menjadi faktor penting bagi pengelola waralaba jasa untuk memberikan rasa aman kepada pelanggan. Melalui penggunaan elemen fisik yang konsisten, konsumen dapat memperoleh gambaran yang jelas mengenai apa yang seharusnya mereka terima dari layanan tersebut.

d. Analisis SWOT

Pada dasarnya didalam strategi pemasaran terdapat analisis SWOT. Analisis SWOT merupakan suatu metode yang digunakan untuk mengidentifikasi faktor internal meliputi kekuatan dan kelemahan serta faktor eksternal berupa peluang dan ancaman yang dapat memengaruhi keberhasilan suatu perusahaan. Pendekatan ini didasarkan pada logika bahwa kekuatan dan peluang harus dimanfaatkan secara optimal, sementara kelemahan dan ancaman perlu ditekan atau diminimalkan.[47]

Analisis SWOT mencakup identifikasi kekuatan serta kelemahan yang berasal dari dalam perusahaan, dan peluang serta ancaman yang muncul dari lingkungan luar. Pendekatan ini berasumsi bahwa keberhasilan strategi bergantung pada

[47] Mujito, "Manajemen Strategik Dengan Pendekatan Analisis SWOT" (wawasan Ilmu: Banyumas), 2023 , 43.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

kemampuan perusahaan memadukan potensi internal dengan dinamika eksternal.

Analisis ini memungkinkan perusahaan menilai kembali strategi yang telah diterapkan dan menyusun langkah-langkah untuk meningkatkan posisi mereka:

1) Kekuatan *(strengths)*

Kekuatan adalah faktor-faktor internal perusahaan yang membantu perusahaan yang membantu perusahaan mencapai tujuannya dan membedakan perusahaan dari pesaingnya. Kekuatan dapat meliputi aspek seperti kualitas produk, merek yang kuat, sumber daya yang baik, teknologi terdepan, dan tenaga kerja yang berkualitas.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

2) Kelemahan (*weaknesses)*

Kelemahan merupakan faktor internal yang menghambat kinerja perusahaan sehingga posisinya menjadi kurang kompetitif dibandingkan para pesaing. Kelemahan ini dapat mencakup berbagai aspek, seperti kualitas produk yang rendah, kekuatan merek yang belum optimal, atau pun keterbatasan sumber daya.

3) Peluang *(opportunities)*

Peluang merupakan faktor eksternal yang berpotensi mendukung perusahaan dalam mengembangkan usaha serta

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

memperkokoh posisinya di pasar. Peluang tersebut dapat berupa pertumbuhan pasar, kemajuan teknologi, perubahan tren konsumen, hingga munculnya segmen pasar baru.

4) Ancaman *(threats)*

Ancaman merupakan faktor eksternal yang berpotensi menghambat kinerja perusahaan dan membuatnya kurang unggul dibandingkan para pesaing. Bentuk ancaman tersebut dapat berupa meningkatnya kekuatan kompetitor, perubahan regulasi, pergeseran tren pasar, serta perkembangan teknologi yang tidak menguntungkan.[48]

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

a) Matriks IFAS

Setelah melakukan identifikasi terhadap faktor-faktor strategis internal, maka dilakukan penyusunan tabel IFAS *(Internal Strategic Factors Analysis Summary)* untuk merumuskan faktor-faktor strategis internal dalam Strength and Weakness. Tahapan penyusunan tabel IFAS adalah:

1) Menentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan perusahaan dalam kolom 1
2) Menentukan bobot pada masing-masing faktor yang telah di tentukan pada skala 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi

[48] Mujito, "Manajemen Strategik Dengan Pendekatan Analisis SWOT" (wawasan Ilmu: Banyumas), 2023, 45

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

strategis Perusahaan dengan aturan semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,00 kekuatan dan kelemahan.

3) menghitung rating (dalam kolom 3) untuk setiap faktor yang telah ditentukan dengan memberikan skala mulai dari 4 *(outsanding)* sampai dengan 1 (*poor*), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan. Variabel yang bersifat positif (semua variabel yang masuk kategori kekuatan) diberi nilai mulai dari +1 sampai dengan +4 (sangat baik).

Tabel 2. 2 IFAS

Faktor-faktor strategi eksternal	Bobot	Rating	Bobot x rating
Peluang : Tentukan 5-10 peluang pengembangan KSPPS BMT NU berdasarkan hasil observasi			
Ancaman: Tentukan 5-10 ancaman pengembangan KSPPS BMT NU berdasarkan hasil observasi			
Total			

Sumber: Freddy Rangkuty, 2016.

b) Matriks faktor strategi Eksternal (EFAS)

EFAS (*External Strategic Factors Analysis Summary*) adalah suatu analisis manajemen strategis yang digunakan untuk

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

mengidentifikasi, merangkum, dan mengevaluasi faktor-faktor eksternal yang berpengaruh terhadap organisasi/perusahaan. Faktor eksternal ini terdiri dari peluang (opportunities) dan ancaman (threats). Tahapan penyusunan tabel IFAS adalah:

1) Menyusun faktor eksternal dalam kolom 1 (5 sampai dengan 10 peluang dan ancaman).
2) Menentukan bobot masing-masing faktor dalam kolom 2, mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai 0,0 (tidak penting). Faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor strategi.
3) mengitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding)* sampai dengan 1 (*poor*). Pemberian nilai rating untuk faktor peluang bersifat positif (peluang yang semakin besar diber rating +4, tetapi jika peluangnya kecil, diberi rating +1). Pemberian nilai rating ancaman adalah kebalikannya. Misalnya, jika nilai ancamannya sangat besar, ratingnya adalah 1. Sebaliknya, jika nilai ancamannya sedikit ratingnya 4.
4) mengalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (*outstanding*) *sampai dengan 1,0 (*poor*).*

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

5) menggunakan kolom 5 untuk memberikan komentar atau catatan mengapa faktor-faktor tertentu dipilih dan bagaimana skor pembobotannya dihitung.
6) menjumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimanan perusahaan tertentu bereaksi terhadap fakto-faktor strategis eksternalnya. Total skor ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan ini dengan perusahaan lainnya dalam kelompok industri yabg sama.

Tabel 2. 3 EFAS

Faktor-faktor strategi eksternal	Bobot	Rating	Bobot x rating
Peluang : Tentukan 5-10 peluang pengembangan KSPPS BMT NU berdasarkan hasil observasi			
Ancaman: Tentukan 5-10 ancaman pengembangan KSPPS BMT NU berdasarkan hasil observasi			
Total			

Sumber: Freddy Rangkuti, 2016

c) Matriks SWOT

Matriks SWOT menunjukkan dengan jelas bagaimana peluang serta ancaman eksternal (EFAS) dapat dipadukan dengan kekuatan dan kelemahan internal (IFAS) yang dimiliki perusahaan. Melalui matriks ini, dapat dirumuskan empat kelompok alternatif strategi yang mungkin

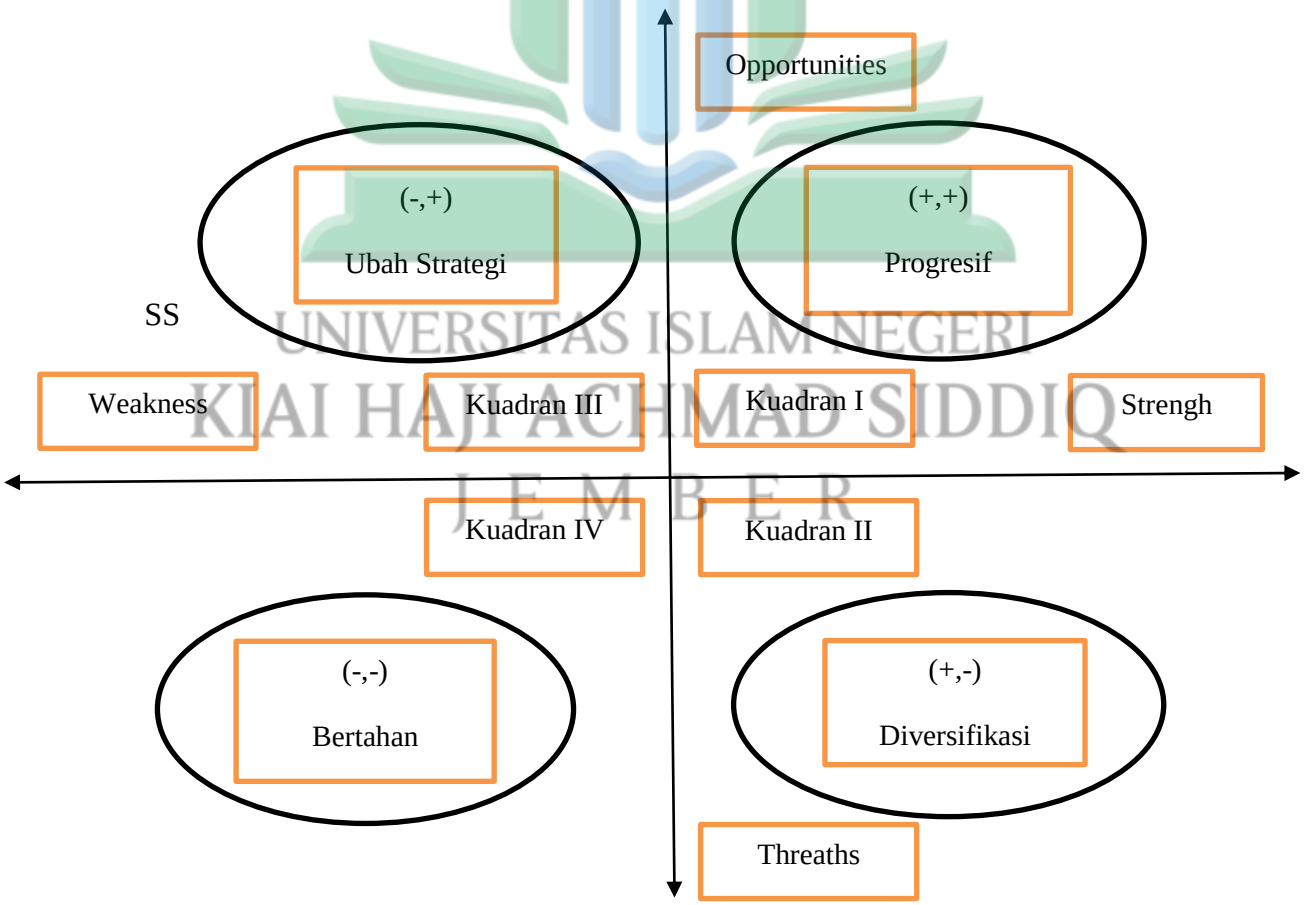
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

diterapkan. Sebelum menjelaskan tentang strategi tahap selanjutnya setelah perhitungan adalah tahap mencari lokasi kuadran, dimana menentukan lokasi kuadran dengan rumus:

IFAS = Total Skor Kekuatan – Total Skor Kelemahan (Sumbu X)

EFAS = Total Skor Peluang – Total Skor Ancaman (Sumbu Y)

Sumber: (Hidayah & Kusumawardhany, 2023)



Gambar 2. 1 Kuadran Matriks IFAS dan EFAS

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

Tabel 2. 4 Matriks SWOT

IFAS / EFAS	Strength (S)	Weakness (W)
	a. Tentukan 5-10 faktor-faktor kelemahan internal	b. Tentukan 5-10 faktor-faktor kekuatan internal
Opportunities (O) c. Tentukan 5-10 faktor peluang eksternal	**Strategi SO** Buat strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	**Starategi WO** Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Treaths (T) d. Tentukan 5-10 faktor ancaman eksternal	**Strategi ST** Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	**Strategi WT** Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber: Freddy Rangkuty, 2016

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

1) Strategi SO

Strategi ini dibuatkan berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

2) Strategi ST

Strategi ini disusun dengan memanfaatkan keunggulan internal perusahaan untuk menghadapi serta menekan berbagai ancaman yang muncul dari lingkungan eksternal.Strategi WO

3) Strategi WO

Strategi ini dijalankan dengan memanfaatkan peluang yang tersedia sambil berupaya mengurangi berbagai kelemahan yang dimiliki perusahaan.

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

4) Strategi WT

Strategi ini disusun dengan memanfaatkan kekuatan perusahaan sebagai alat untuk menghadapi dan mengurangi berbagai ancaman yang muncul.

e. Dana Pihak Ketiga

Menurut UU No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, simpanan pada lembaga keuangan syariah merupakan dana yang diserahkan masyarakat kepada Bank Syariah atau Unit Usaha Syariah (UUS) melalui akad yang sesuai dengan syariah, seperti akad wadi'ah atau bentuk akad lain yang diperbolehkan. Dana tersebut dapat berbentuk giro, tabungan, atau instrumen sejenis. Dalam praktiknya, simpanan ini menjadi bagian dari kegiatan penghimpunan dana dari pihak yang memiliki kelebihan dana untuk kemudian disalurkan kepada pihak yang membutuhkan. Dana yang dihimpun dari masyarakat ini dikenal sebagai Dana Pihak Ketiga (DPK), yang umumnya meliputi tabungan, giro, dan deposito.[49]

Dana Pihak Ketiga (DPK) merupakan suatu simpanan yang dipercayakan masyarakat kepada bank berdasarkan suatu perjanjian dalam bentu tabungan, giro, deposito, maupun yang lainnya.[50] Dalam konteks investasi, dana ini biasanya digunakan untuk membeli

[49] Fadlu Roziq, "Analisa Strategi Pemasaran Produk Current Account Saving Account (CASA) Terhadap Kenaikan Dana Pihak Ketiga Bank OCBC NISP Syariah Makassar" *Journal of Management*, Vol. 7 No. 3 (2024).

[50] Yuniar, S., & Hartiningtyas, L. (2023). Pengaruh Jumlah Dana Pihak Ketiga, Total Aset, dan Financing to Deposit Ratio (FDR) terhadap Pertumbuhan Profitibilitas pada Bank Muamalat Indonesia. *EKONOMIKA*, *12*(1), 92-108.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

sekuritas atau aset lainnya dengan harapan mendapatkan imbal hasil yang lebih tinggi. Contoh dana pihak ketiga termasuk reksadana, dana pensiun, dan dana investasi lainnya yang mengumpulkan uang dari berbagai investor. Sumber-sumber penghimpunan dana dari bank syariah secara umum didominasi oleh dana pihak ketiga.

f. Tabungan

Tabungan merupakan dana yang disimpan berdasarkan akad wadi'ah atau bentuk investasi melalui akad mudharabah, maupun akad lain yang sesuai dengan prinsip syariah. Penarikan dana hanya dapat dilakukan sesuai syarat dan ketentuan yang telah disepakati, serta tidak dapat dicairkan menggunakan cek atau instrumen sejenis lainnya.[51]

Jenis tabungan sangat beragam salah satunya simpanan pendidikan atau (Siddiq Fathonah), jenis tabungan ini adalah tabungan pengalokasian dananya diperuntukkan khusun dana pendidikan. Jenis tabungan ini di pilih untuk membuat siswa atau orang tua siswa tidak terbebani biaya pendidikan.

Simpanan pendidikan merupaka simpanan yang memiliki jangka waktu yang dapat di ambil 2 kali dalam setahun atau setiap semester. Simpanan siddiq fathonah memiliki sistem bagi hasi sebesar 45% nasabah dan 55% BMT, nasabah disini berperan sebagai (*shahibul maal)* dan BMT sebagai (*mudarib*). Sistem ini cocok

[51] Fadilah, S. N. (2023). *Strategi Marketing Pada Produk Sidik Fathonah (Simpanan Pendidikan) Di BMT NU Cabang Pasean Pamekasan* (Doctoral dissertation, INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI MADURA).

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

digunakan di berbagai kalangan mengingat pentingnya pendidikan di era sekarang ini.

1. Landasan Hukum Tabungan

Secara umum, landasan hukum Tabungan mencerminkan anjuran untuk menabung sesuai dengan ajaran Islam. Hal ini didasarkan pada ayat-ayat Al-Qur`an dan Hadist yang menganjurkan untuk melakukan Tabungan:

a) Al-Qur'an

فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ ٱلَّذِى ٱؤْتُمِنَ أَمَـٰنَتَهُۥ وَلْيَتَّقِ ٱللَّهَ رَبَّهُۥ ۗ وَلَا تَكْتُمُوا۟ ٱلشَّهَـٰدَةَ ۚ وَمَن يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُۥٓ ءَاثِمٌ قَلْبُهُۥ ۗ وَٱللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ ﴿٢٨٣﴾

Artinya: "Tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (utangnya), dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya." (Q.S. Al-Baqarah : 283).[52]

b) Hadits

فَكَانَ رَسُولُ اللهِ صلى الله عليه وسلم يَعْزِلُ نَفَقَةَ أَهلِهِ سَنَة

Artinya: "Rasulullah menyimpan makanan untuk kebutuhan keluarga selama setahun" (HR. Bukhari no 2904 dan Muslim no 1757).

c) Ijma

Diriwayatkan oleh sejumlah sahabat menyerahkan (kepada mudharib) harta anak yatim sebagai mudharabah dan

[52] Alquran Kemenag. 2019. http://quran.kemenag.go.id : Kementerian Agama RI cq Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Quran.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

tak ada seorang pun mengingkari mereka. Karenanya, hal iti dipandang sebagai ijma`. (Zuhaily, Al Fiqh Al Islami wa Adilatuhu).

Menurut Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomer: 02/DSNMUI/IV/2000 tentang Tabungan:[53]

1) Bahwa keperluan Masyarakat dalam peningkatan kesejahteraan dan dalam penyimpanan kekayaan, pada masa kini, memerlukan jasa perbankan dan salah satu produk perbankan di bidang penghimpunan dana dari Masyarakat adalah tabungan, yaitu simpanan dana yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu yang telah disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.
2) Bahwa kegiatan tabungan tidak semuanya dapat dibenarkan oleh hukum Islam (syari`ah).
3) Bahwa oleh karena itu, DSN memandang perlu menetapkan fatwa tentang bentuk-bentuk Mu`amalah Syar`ah untuk dijadikan pedoman dalam pelaksanaan tabungan pada bank syari`ah.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[53] Fatwa DSN-MUI Nomor.02/DSN-MUI/IV/2000 tentang Tabungan.

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

BAB III
METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode penelitian lapangan *(Field Study Research).* Data penelitian dikumpulkan secara langsung di lapangan melalui proses observasi, pencatatan, serta penghimpunan berbagai informasi yang dianggap relevan dan valid. Selanjutnya, data tersebut dianalisis dan dikembangkan oleh peneliti berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan, sehingga temuan yang diperoleh tetap menggambarkan kondisi nyata di lapangan.

Jenis penelitian yang dipilih dalam studi ini adalah deskriptif. Metode deskriptif digunakan untuk mengamati dan menggambarkan kondisi atau status manusia, objek, situasi, pemikiran, maupun peristiwa yang terjadi saat ini. Dalam penelitian kualitatif, data yang dikumpulkan tidak berupa angka, melainkan peristiwa atau informasi yang diperoleh melalui wawancara, arsip, atau dokumen yang ada di lokasi penelitian.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian merujuk pada area atau tempat di mana penelitian dilakukan. Wilayah penelitian mencakup informasi mengenai lokasi spesifik, seperti desa, organisasi, atau unit terkait lainnya. Penelitian ini dilaksanakan di lokasi yang telah ditentukan yaitu di KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember yang berlokasi di Jalan Imam Bonjol No. 19, Krajan II Glagahwero, Kalisat, Kabupaten Jember, Jawa Timur. Penelitian ini dilaksanakan sejak bulan

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

Agustus 2024 sampai data yang dibutuhkan untuk penyusunan skripsi telah terpenuhi.

Alasan pemilihan KSPPS BMT NU sebagai lokasi penelitian adalah karena lembaga ini menghadapi persaingan yang cukup ketat, sehingga perlu menerapkan strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan jumlah Dana Pihak Ketiga (DPK). Selain itu, KSPPS BMT NU memiliki lokasi yang sangat strategis, berada di lingkungan pasar Kalisat, yang memudahkan akses bagi masyarakat.

C. Subyek Penelitian

Subyek penelitian atau responden adalah orang yang diminta untuk memberikan informasi secara jelas tentang suatu fakta atau pendapat selama dilapangan. Penentuan subyek penelitian dalam penelitian ini digunakan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan secara jelas dan mendalam.

Adapun subyek pada penelitian ini meliputi:

1. Bapak Lailur Rohman sebagai Kepala Cabang BMT NU Cabang Kalisat Jember
2. Bapak Faruq Subairi sebagai Bagian Tabungan Cabang BMT NU Cabang Kalisat Jember
3. Nasabah

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah prosedur yang dilakukan secara sistematis dan terstandarisasi untuk memperoleh data yang diperlukan dengan validitas tinggi. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, penulis menggunakan tiga metode utama, yaitu:

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

1. Observasi

Observasi merupakan kegiatan mencatat secara sistematis berbagai peristiwa, perilaku, objek, serta hal-hal lain yang dianggap penting untuk mendukung penelitian yang sedang dilakukan.[54] Observasi non-partisipan adalah metode pengamatan di mana peneliti hanya berperan sebagai pengamat tanpa ikut terlibat dalam kegiatan yang diteliti. Peneliti hanya mengamati, mendengar, dan mencatat informasi yang diperoleh dari sumber data. Berbeda dengan observasi partisipan, di mana peneliti ikut serta dalam aktivitas sumber data. Setelah melakukan pengamatan, peneliti kemudian mencatat, menganalisis, dan menyusun kesimpulan mengenai sumber data yang diamati.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Dari segi instrument yang digunakan observasi ini ialah menggunakan observer tidak terstruktur karena observasi yang tidak dipersiapkan secara sistematis yang akan dilakukan saat observasi.

2. Wawancara *(interview)*

Wawancara (interview) adalah suatu proses interaksi antara pewawancara dan narasumber melalui komunikasi langsung untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan. Secara sederhana wawancara dapat dikatakan bahwa wawancara (interview) ialah suatu kejadian atau proses interaksi antara pewancara *(interviewer)* melalui komunikasi langsung.[55]

---

[54] Jonathan Sarwono. *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif.* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), 224.

[55] A. Muri Yusus, M.Pd, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian* Gabungan (Jakarta: Prenada Media, 2014), 372.

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

Metode yang digunakan penulis untuk mengumpulkan informasi ialah dengan cara bertanya dan menjawab secara langsung antara penanya dan penjawab. Adapun teknik wawancara ini digunakan untuk memperoleh data tentang:

a) Bagaimana implementasi analisis SWOT (*strength, weaknesses, opportunities, threats*) dalam meningkatkan jumlah Dana Pihak Ketiga (DPK) melalui produk Tabungan Sidik Fathonah di KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember?
b) Bagaimana penerapan analisis SWOT pada matriks IFAS dan EFAS dalam memberikan gambaran posisi strategis KSPPS BMT NU dalam meningkatkan jumlah Dana Pihak Ketiga (DPK) melalui Tabungan Sidik Fathonah di KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember?

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

E. Analisis Data

Analisis data adalah langkah yang harus dilakukan oleh setiap peneliti, karena tanpa proses analisis, hasil penelitian hanya berupa data mentah yang belum memiliki makna atau informasi yang berguna.[56] Setelah data yang telah dikumpulkan, maka penulis dapat menganalisi dengan menggunakan teknik analisis kulitatif, seperti analisis tematik. Analisis ini melibatkan identifikasi pola, tema, dan hubungan antara data yang dikumpulkan untuk memahami strategi pemasaran produk, dan faktor-faktor serta hambatan dalam peningkatan dana pihak ketiga (DPK). Adapun tahapan-tahapan analisis data yang digunakan peneliti ini diantaranya:[57]

[56] Albi Anggito, Johan Setiawan, *Metode Penelitian Kualitatif* (Sukabumi: CV Jejak, 2018), 235.

[57] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013), 246-252.

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

1. Kondensasi Data *(Data condensation)*

   Kondensasi data merupakan proses pemilihan, pemfokusan, dan penyederhanaan data, sekaligus membuat abstraksi dari catatan lapangan, transkrip wawancara, berbagai dokumen, dan data lain yang telah dikumpulkan. Peneliti menyoroti data, tema, dan pola yang dianggap penting, sementara informasi yang kurang relevan akan diabaikan. Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi langsung pada kepala cabang KSPPS BMT NU Cabang Kalisat, Jember.

2. Reduksi Data *(Data Reduction)*

   Data yang diperoleh dari lapangan berjumlah sangat banyak sehingga peneliti perlu mencatat secara teliti dan rinci. Dalam mereduksi data ini berarti merangkum memilih hal-hal pokok, memfokuskan kepada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Oleh karena itu dengan reduksi data dapat memberikan gambaran yang lebih jelas dan dapat mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data dan mencari bila diperlukan.

3. Penyajian Data *(Data Display)*

   Setelah data direduksi, langkah berikutnya adalah menyajikan atau menampilkan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian naratif, diagram, tabel, atau representasi visual lainnya. Dengan menampilkan data secara terstruktur, peneliti dan pembaca akan lebih mudah memahami peristiwa atau temuan yang terjadi selama penelitian.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

4. Kesimpulan (*Conclusion Drawing/Verfication*)

Tahap terakhir dalam penelitian adalah pengambilan kesimpulan. Kesimpulan awal yang dibuat bersifat sementara dan dapat berubah jika bukti yang mendukung tidak ditemukan pada tahap pengumpulan data berikutnya. Namun, apabila kesimpulan tersebut didukung oleh data yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan, maka kesimpulan yang dihasilkan dapat dianggap kredibel dan dapat dipertanggungjawabkan.

F. Keabsahan Data

Dalam menguji keabsahan data yang ada penyusun menggunakan triangulasi sumber. Triangulasi sumber adalah metode untuk mengevaluasi kredibilitas data dengan cara memverifikasi informasi yang diperoleh dari berbagai sumber yang berbeda.[58] Untuk mengetahui Strategi Pemasaran Tabungan Sidik Fathonah Dalam Meningkatkan Dana Pihak Ketiga (DPK) di KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember, maka peneliti mengumpulkan informasi dari beberapa sumber dengan cara melakukan wawancara. Wawancara pertama dilakukan dengan kepala cabang lalu dikroscek dengan hasil wawancara bersama staf KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember.

Dapat disimpulkan bahwa triangulasi sumber dalam pengujian kredibilitas berarti memeriksa data dari berbagai sumber menggunakan beragam metode dan pada waktu yang berbeda. Dengan menerapkan teknik triangulasi, data yang diperoleh menjadi lebih konsisten, akurat, dan menyeluruh.

[58] Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitaif, Kualitatif dan R&D, 274.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ J E M B E R

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

G. Tahap-tahap Penelitian

Bagian ini menjelaskan rencana pelaksanaan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti, dimulai dari penelitian pendahuluan, pengembangan desain penelitian, kegiatan lapangan, hingga penyusunan laporan. Proses penelitian ini dibagi ke dalam beberapa tahapan, antara lain:

1. Tahapan penelitian pra lapangan

   Tahapan penelitian pra lapangan ini dilakukan sebelum melakukan penelitian. Dengan kata lain, langkah ini bisa disebut juga dengan perncanaan sebelum melakukan penelitian. Kegiatan yang dilakukan pada tahap pra lapangan ini adalah sebagai berikut:

   a. Menyusun rancangan penelitian
   b. Memilih lapangan penelitian
   c. Mengurus perizinan
   d. Menilai lapangan
   e. Memilih dan memanfaatkan informan
   f. Menyiapkan perlengkapan penelitian.[59]

2. Tahap penelitian lapangan

   Tahap pelaksanaan adalah kegiatan utama dalam penelitian ini, karena pada tahap ini peneliti terjun langsung ke lokasi penelitian untuk mencari dan mengumpulkan data yang diperlukan sesuai dengan tujuan dan arah penelitian.

[59] Lexy J. Moleong, Metodologi Penelitian Kualitatif (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2002), 86.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui teknik observasi, wawancara, serta pencatatan. Selain itu, peneliti juga mempersiapkan diri dengan memahami konteks penelitian, menyiapkan kemampuan dan tenaga untuk menghadapi kondisi lapangan, serta melakukan persiapan lainnya yang diperlukan.

3. Tahap Penyelesaian (Analisis Data)

Tahap implementasi merupakan tahap terakhir dalam penelitian ini. Pada tahap ini, peneliti menyusun data yang diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, kemudian menganalisis dan merumuskan kesimpulan. Hasil akhir disajikan dalam bentuk karya ilmiah, khususnya laporan penelitian (skripsi), dengan mengacu pada pedoman karya ilmiah UIN KHAS Jember.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Profil KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember

   a. Waktu Berdiri

      Tepat di hari kamis, 1 juli 2004, sebagai tindak lanjut dengan workshop sebelumnya, selesai meninjau TOR (Term of Reference) untuk perinsip BMT untuk di atur melalui Masyudi sebagai ketua lembaga ekonomi MWC NU Gapura, Pengurus MWC NU Gapura dengan anggota pelatihan sepakat demi membangun usaha tabungan dan kredit yang berbasis aturan islam yang berbasis aturan islam.

   b. Nama Awal Ketika Berdiri

      Pada pertama berdirinya, di hari kamis, 1 Juli 2004, anggota MWC NU Gapura sepakat untuk menamai kemitraan tabungan dan kredit berbasis aturan islam itu sebagai BMT NU (Baitul Maal wa Tamwil Nahdlatul Ulama).

   c. Perubahan Nama

      Sebagian aspek yang disetujui oleh anggota MWC NU Gapura pada pertama pembentukan BMT NU ialah bahwa institusi tersebut bukan mengharuskan mendaftar untuk perusahaan. Pengajuan selaku koperasi dilakukan proses diharapkan diproses kemudian mengalami kemajuan itu pengaruh serta memperoleh keyakinan pada penduduk. Aspek tersebut bertujuan supaya nanti tidak mengembangkan lembaga

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

badan usaha pada Sumenep itu sudah terdaftar tetapi tidak memiliki kegiatan usaha.

Namun, setelah mengamati kemajuan yang memuaskan dari BMT MWC NU Gapura, dengan total aset mendapatkan Rp 30.361.230,17, 182 pihak, serta keuntungan sebesar Rp 5.356.282 pada bulan Desember 2006, pengurus akirnya menyelesaikan keperluan registasi BMT MWC NU Gapura ke Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Kabupaten Sumenep.

Pengelola BMT NU memutuskan untuk registasi BMT MWC NU Gapura pada Dinas Koperasi dan UMKM Sumenep. Keputusan ini diinformasikan kepada KH. MOH. Makruf, Rois Suriyah, dan A. Ruhan Wahyudi, Ketua Tanfidziyah MWC NU Gapura. Pada tanggal 12 Desember 2006, pengelola BMT NU menyalurkan dokumen pengajuan untuk ketua Dinas Koperasi juga UMKM Kota Sumenep

Ketika pengelola BMT MWC NU Gapura menangani izin dari penulis juga Dinas Koperasi serta UMKM Kota Sumenep melalui nama Baitul Maal wa Tamwil Nahdlatul Ulama (BMT NU) Gapura, mereka memperoleh keterangan melalui penulis dan pejabat Dinas Koperasi serta UMKM Kota Sumenep. Hingga julukan Nahdlatul Ulama tidak diizinkan untuk lembaga lain lepas dari persetujuan Pengelola Besar Nahdlatul Ulama (PBNU) sebab Baitul Maal wa Tamwil Nahdlatul Ulama tidak terdafatar pada Anggaran Dasar/Anggaran Rumah Tangga (AD/ART) Nahdlatul Ulama. Oleh

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

karena itu, diperlukan persetujuan tertera atau hasil wawanacara rapat PBNU sebagai perwakilan AD/ART NU.

Berdasarkan keterangan itu, pengelola MWC NU Gapura dengan pengelola BMT NU Gapura melaksanakan pertemuan tepat hari Minggu, 29 April 2007, di musholla KH. Dahlan Gapura Barat, dengan kesepakatan sebagai berikut:

1) Bukan diperlukan permohonan izin kepada PBNU untuk menggunakan nama BMT Nahdlatul Ulama, karena PBNU telah menciptakan organisasi bisnis koperasi juga bernama Syirkah Muawanah. Oleh karena itu, bisa jadi persetujuan PBNU untuk menggunakan nama BMT Nahdlatul Ulama (BMT NU) tidak akan diberikan.
2) Mengganti nama BMT Nahdlatul Ulama Gapura dengan beberapa pilihan nama sebagai berikut:
   a) BMT Nuansa Umat yang disingkat BMT NU
   b) BMT Nurani Umat yang disingkat BMT NU
   c) BMT Nahdlatul Umat yang disingkat BMT NU
3) Setuju untuk mengubah nama menjadi BMT NuansaUmat, yang menggambarkan bahwa "Nuansa" merupakan singkatan dari NU dan Bangsa, yang mengandung arti Umat di dalamnya, dan kemudian disingkat sebagai BMT NU.

Awal berdirinya KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Kalisat merupakan cabang yakni mendirikan hari Kamis tanggal 24 November 2015 di Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

2. Letak Geografis BMT NU Cabang Kalisat Jember

BMT NU Cabang Kalisat Jember berada di Jl. Iman Bonjol, Krajan II, Glagahwero, Kec. Kalisat, Kabupaten Jember, Jawa Timur 683193. Lokasinya strategis, berada di sebelah barat Pasar Kalisat dan sangat dekat dengan gudang perusahaan, yang menjadi salah satu faktor pendukung agar masyarakat Kalisat lebih mudah mengenalnya.

3. Visi dan Misi

a. Visi

Menjadikan BMT NU yang jujur, terpercaya, barokah, dan berguna, agar maju di bagian pelayanan dan hasil untuk persiapan pada tahun 2028 dan 128 kantor cabang juga aset sebesar 1,8 triliun demi keberdayaan dan kemakmuran nasabah serta umat.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

b. Misi

1) Menyelesaikan perkembangan yang berkelanjutan untuk membentuk 128 kantor cabang dengan aset sebesar 1,8 triliun di tahun 2028.
2) Menciptakan tradisi juga daerah kerja yang menyenangkan dan dapat dipercaya untuk tempat yang membanggakan untuk berkontribusi dan mencapai prestasi di pelayanan tidak henti dan penuh dedikasi sebagai bagian dari pengabdian yang tulus.
3) Menyediakan juga memajukan Sumber Daya Insani (SDI) dengan jujur juga berkualitas, tetap mengedepankan etika juga kesetiaan.

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

4) Menahan kemajuan dalam pengabdian, performa, juga kebebasan arus kas dimana berlangsung sama dengan manajemen berlandaskan kewaspadaan.
5) Meningkatkan ketulusan peserta juga kerjasama bisnis antara peserta juga masyarakat.
6) Menjalankan serta mengamalkan point-point islam seiring dengan *Ahlusunnah wal Jama'ah An Nahdliya*h dengan tulus dan konsisten, sampai beralih standar dalam pengelolaan bisnis yang dapat dipercaya dan memberikan barokah.
7) Memaksimalkan penyimpanan juga pemberian zakat, santunan, juga waqaf.
8) Mengasihkan penghasilan juga kelebihan yang terbaik untuk personil juga kelompok melalui modal *Tamwil* dan *Maal*
9) Memajukan kesadaran serta kewajiban terhadap nasabah, jamaah, serta sekitar seiring dengan kepribadian Nahdlatul Ulama.

4. Jam Kerja

Pelayanan kerja yang berlaku di BMT NU Cabang Kalisat Jember waktu layanan dilaksanakan pada:

Senin - sabtu : 07.30 – 16.00

Minggu : Libur

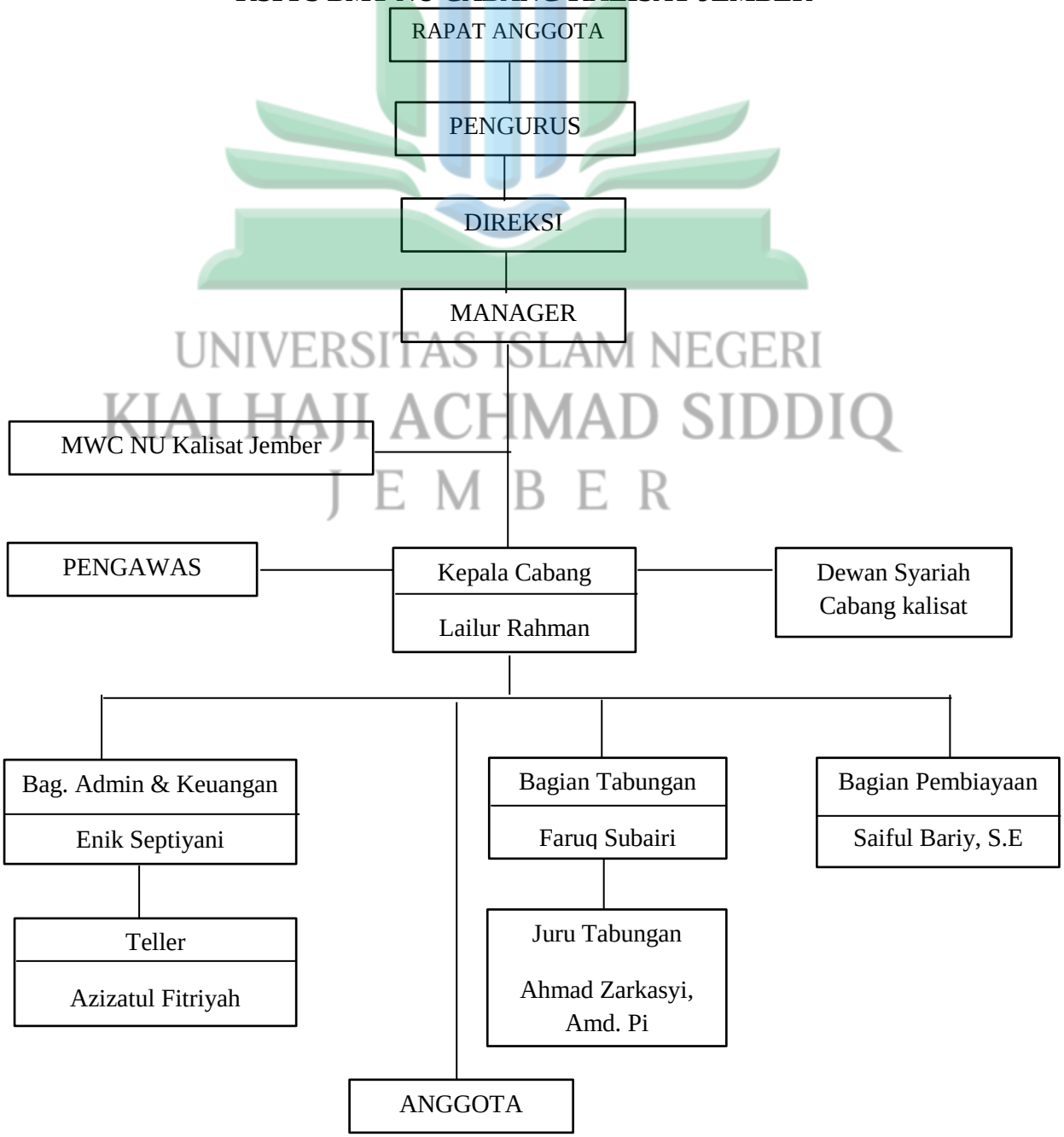
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

5. Struktur Organisasi

Struktur organisasi merupakan sarana untuk menggambarkan seadaan formal suatu perusahaan untuk mengetahui tugas dan fungsi serta tanggung jawab para karyawan.

GAMBAR 4.1
KSPPS BMT NU CABANG KALISAT JEMBER



Sumber: Dokumentasi Struktur KSPPS BMT NU Cabang kalisat

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R
digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

6. Deskripsi Jabatan

a) Ketua Kantor

Ketua kantor ialah pemimpin di koperasi atau lembaga yang menanggung atas seluruh aktivitas KSPPS BMT NU Cabang Sumberbar. Kewajiban ketua kantor antara lain:

1) Menyusun skema aktivitas bagi instansi yang dipimpin.
2) Memegang kewajiban atas semua kegiatan yang berhubungan di instansi yang dipimpin.
3) Memantau semua aktivitas yang dikerjakan.
4) Memegang kewajiban atas kemakmuran para pekerja.
5) Menjalin komunikasi yang bagus dengan peserta, nasabah, dan koperasi lainnya.
6) Mengesahkan catatan utama.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

b) Keuangan atau Admin

Administrasi keuangan merangkum semua tindakan terkait pencatatan, pengarsipan, dan alokasi dana untuk mendukung Beragam aktivitas kegiatan instansi serta lembaga berkaitan dengan pengaturan finansial, transparansi, dan pemantauan anggaran. Berikut adalah kewajiban dan tanggung jawab pengurus di segmen keuangan juga pembiayaan:

1) Menyusun laporan arus kas harian
2) Mengelola administrasi pendaftaran keangotaan
3) Memberikan layanan pengajuan pinjaman kepada mitra

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

4) Melakukan layanan transfer dana

5) Menyusun laporan harian dan kasir teller

6) Melakukan penyimpanan dokumen staf juga rekan

7) Membuat rekapitulasi bayaran bagi pengawas

8) Menginput absensi dan catatan kerja tambahan bagi pengurus.

c. Teller

Pengurus yang bertugas dalam melayani tabungan, mengeluarkan saldo, serta mengasih layanan terhadap nasabah. Kewajiban administrasi meliputi:

1) Melakukan input data simpanan penabung

2) Merealisasikan pendanaan bagi rekan

3) Menginput pembayaran cicilan

4) Melakukan pembiayaan khusus dan lasisma

5) Menyusun dokumen temuan kegiatan setiap hari.

d. Bagian Tabungan

1) Mengambil tabungan dari nasbah

2) Melakukan penjualan hasil dana

3) Menyusun catatan teller harian saat pertukaran daring.

e. Bagian Pembiayaan

1) Melakukan survey pembiayaan untuk lasisma dan personal

2) Menagih angsuran berkala

3) Melakukan pemasaran produk pembiayaan.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

f. Juru Lasizma

1) Melakukan penagihan angsuran untuk lasisma

2) Merealisasikan pembiayaan lasisma

3) Melakukan pemasaran produk lasisma

7. Produk-produk BMT NU Cabang Kalisat Jember

a) Bai`bits Tsamani Al-Ajil (BBA)

Penyaluran dana dilakukan secara modal transaksi barang, di mana harga asli disepakati musyawarah bersama harga jual. Selisih antara harga pokok dan harga jual menjadi batas atau penghasilan KSPP Syariah BMT NU. Jangka waktu maksimal untuk pembiayaan ini adalah 36 bulan, serta opsi pelunasan pembiayaan mingguan dan bulanan.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

b) Murabahah

Pendanaan dilakukan secara menggunakan modal transaksi barang, di mana harga asli dan harga pasar ditentukan sesuai perjanjian antara kedua belah pihak. Selisih antara harga asli dan harga pasar menjadi keuntungan bagi KSPP Syariah BMT NU. Pembiayaan ini memiliki batas waktu maksimum selama 4 bulan, dan pembayaran asli dilakukan dengan tunai pada penutup periode.

c) Mudharabah

BMT NU menyediakan semua dana kerja yang Pembiayaan ini menggunakan pola bagi hasil, di mana pembagian hasil dihitung berdasarkan keuntungan yang diperoleh dan ditentukan melalui

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

kesepakatan bersama. Jangka waktu maksimum untuk pembiayaan ini adalah 36 bulan, dengan opsi angsuran bulanan atau pembayaran tunai pada akhir periode.

d) Musyarakah

BMT NU mempersiapkan sebagian modal kerja dengan memakai mekanisme pembagian keuntungan. Pembagian keuntungan di jumlah sesuai hasil yang asli, sesuai bagian biaya anatara BMT NU dan nasabah. Pembiayaan ini memiliki jatuh tempo maksimum 36 bulan, serta pilihan untuk melakukan cicilan per bulan dan pembayaran tunai pada akhir periode.

e) Al-Qardhul Hasan

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Pembiayaan diberikan secara sukarela (tidak berbagi keuntungan) sampai jatuh tempo maksimum 36 bulan, yang memungkinkan adanya cicilan secara mingguan, bulanan, serta sesuai kesepakatan pembayaran tunai di akhir periode.

f) Rahn (Gadai)

Pembiayaan diberikan dengan memberikan jasa dan surat tanda milik barang untuk jaminan untuk pinjaman, dengan nilai pembiayaan maksimum mencapai 85% dari harga barang tersebut. Jangka waktu pinjaman maksimal adalah 4 bulan, yang dapat diperpanjang hingga 3 kali. Barang penting digunakan sebagai garansi harus berupa barang berharga, seperti perhiasan emas dan sejenisnya. Biaya taksir dan pemeriksaan barang akan ditanggung oleh nasabah. KSPP Syariah

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

BMT NU akan mengenakan ujroh serta biaya penitipan barang sebesar Rp. 6 setiap hari untuk setiap kelipatan Rp. 10.000 dari harga barang tersebut.

g) LAZIZMA (Layanan Berbasis Jamaah)

Penyaluran dana yang berbentuk tim ditujukan untuk nasabah yang mau memajukan usaha mereka. Jatuh tempo maksimum untuk pembiayaan ini adalah 12 bulan, berupa pilihan cicilan mingguan, bulanan, transaksi langsung di akhir periode.

h) Maal

Memberikan layanan dan Mengelola aset, termasuk menyatukan sumbangan amal serta sumbangan dari semua nasabah mitra.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

i) Tamasa (Tabungan Masa Wisata)

Tamasa adalah tabungan dengan akad wadiah yad dhamanah yang memberikan fasilitas jalan-jalan dan wisata gratis tanpa mengurangi tabungan Anda. Impian berwisata untuk melepas penat bisa terwujud melalui tabungan ini.

j) Cinta Emas (Cicilan Investasi Emas)

Produk ini merupakan pinjaman yang menawarkan keuntungan tinggi, seiring dengan kenaikan harga emas setiap tahunnya. Produk ini dijamin bebas riba karena menggunakan akad Murabahah atau Bai' Bitsamanil 'Ajil.

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

B. Penyajian Data dan Analisis

Setiap penelitian selalu disertai dengan penyajian data sebagai bahan pendukung. Data yang telah dianalisis kemudian menjadi dasar untuk menyusun kesimpulan. Dalam penelitian ini, peneliti berusaha menggambarkan Strategi Pemasaran Tabungan Sidik Fathonah dalam meningkatkan Dana Pihak Ketiga (DPK) (Metode Analisi SWOT) di KSPPS BMT NU Cabang Kalisat, Jember. Gambaran tersebut diperoleh dari fenomena dan data yang dikumpulkan di lapangan, yang telah melalui proses pengolahan dan analisis menggunakan berbagai teknik. Proses ini dimulai dari pengumpulan data spesifik, kemudian dianalisis menjadi data umum, hingga akhirnya diverifikasi dan dibuktikan sehingga data yang diperoleh dianggap representatif dan dapat digunakan sebagai dasar penyusunan laporan penelitian.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, penelitian ini menggunakan tiga teknik pengumpulan data, yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Ketiga teknik ini berfungsi sebagai alat untuk memperoleh data sebanyak-banyaknya terkait aspek yang diteliti, serta mendukung proses pembelajaran dan pengumpulan informasi. Selanjutnya, berikut disajikan hasil penelitian mengenai strategi pemasaran produk Tabungan Sidik Fathonah dalam meningkatkan Dana Pihak Ketiga (DPK) (Metode Analisis SWOT) di BMT NU Cabang Kalisat, Jember.

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

1. **Implemetntasi Analisis SWOT *(strength, weaknesses, opportunities, threaths)* dalam meningkatkan Dana Pihak Ketiga (DPK) melalui tabungan Sidik Fathonah Di KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember**

   a. Kekuatan *(Strengths)*

      Kekuatan *(Strengths)* adalah kemampuan internal, sumber daya, dan factor positif situasional yang dapat membantu organisasi atau Perusahaan mencapai tujuan.[60] Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak KSPPS BMT NU cabang kalisat peneliti mengidentifikasi beberapa faktor kekuatan yang menjadi keunggulan dalam strategi pemasaran yaitu:

      1) Keunggulan produk Tabungan sidik fatonah, memiliki keunggulan berupa system syariah dan juga dapat di terima di berbagai kalangan Masyarakat. Produk di KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember juga *Flexible* karena menyesuaikan dengan kebutuhan Masyarakat. Input yang diharapkan terus bertambahnya nasabah baru sehingga dapat meningkatkan DPK.

         Wawancara oleh Bapak Lailur Rahman selaku Kepala Cabang KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember mengatakan bahwa:

         > "Produk kita ini insyaallah sudah diterima dengan baik oleh semua lini atau semua bagian lapisan masyarakat, karena produk kami sudah sesuai dengan kebutuhan-kebutuhan yang ada di masyarakat, jadi apabila berkaitan dengan pemasaran singkatnya kepada produk kita mau memasarkan

[60] Sari, D. (2020). Ananlisis Strenght Weakness Opportunity Threat (SWOT) Dalam Menentukan Strategi Pemasaran penjualan roti. Surabay : Pragmatis

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

produk apapun akan mudah diterima oleh masyarakat, Cuma kami harus mengetahui terlebih dahulu kondisi masyarakat itu sendiri dan apa saja kebutuhan yang masyarakat sekarang butuhkan." [61]

2) Strategi Pemasaran, pendekatan yang dilakukan KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember dilakukan secara emosional yang artinya penyampaian yang dilakukan itu secara tidak langsung kita datang untuk menyelesaikan permasalahan mereka terlebih dahulu sehingga ada keinginan tersendiri untuk menjadi nasabah di KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember tanpa pemaksaan dari pihak manapun. Dengan terusnya bertamabah nasabah tentu pendapat DPK juga akan meningkat.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Wawancara oleh Bapak Faruq Zubairi selaku Baguian Tabungan KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember mengatakan bahwa:

"Terkait dengan strategi, kami mengutamakan kualitas pelayanan, keunggulan, atau menguatkan secara emosional kami terhadap anggota/nasabah itu sendiri. Ketika sudah mendapatkan atau mengikat secara emosional anggota tersebut secara tidak langsung mereka akan menawarkan disamping kanan kiri yang ada disekitar mereka. Seperti halnya menyampaikan mulut ke mulut *(wordl of mouth)* yang seringnya terjadi di masyarakat karena suatu bentuk kepercayaan yang mereka berikan kepda kami. Bahkan kami tidak menawarkan dan malah mereka secara langsung mengutarakan untuk ingin ikut menjadi anggota/nasabah kami." [62]

[61] Lailur Rahman, Wawancara
[62] Faruq Zubairi, *Wawancara*,

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

3) Lokasi, Kantor KSPPS BMT NU Cabang Kalisat terletak di pusat keramaian dan dekat dengan pasar, sehingga memudahkan masyarakat untuk mengakses layanan perbankan syariah.

Wawancara oleh Bapak Lailur Rahman selaku Kepala Cabang KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember mengatakan bahwa:

> "Kami disini juga memiliki kriteria lokasi, pertama lingkungan yang padat penduduk, kedua masyarakat dengan tingkat ekonomi menengah kebawah, ketiga lembaga-lembaga pendidikan formal non formal dan pasar, jadi banyak nasabah yang sekalian menabung setelah berdagang atau berbelanja."[63]

4) Pelayanan, Salah satu faktor yang membuat nasabah betah adalah pelayanan yang diberikan secara personal, cepat, dan ramah. Petugas KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember dikenal dekat dengan anggota dan selalu siap membantu, tidak hanya ramah di kantor saja karyawan di KSPPS BMT NU cabang kalisat juga ramah di luar kantor seperti saat system jemput kerumah. Fasilitas yang di sediakan di kantor juga sangat layak dan sangat baik.

Wawancara oleh Bapak Lailur Rahman selaku Kepala Cabang KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember mengatakan bahwa:

> "Tentu pelayanan yang kami lakukan sangat maksimal, ada beberapa hal yang kami terapkan khususnya dari produk tabungan sidiq fathonah meliputi, memberikan pelayanan yang cepat dan ramah, kami juga melakukan pendekatan secara personal. Dari sisi fasilatas di tempat kami sudah

[63] Lailur Rahman, *Wawancara*,

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

> tersedia minum gratis, ruangan ber AC dan karyawan ramah ada beberapa layanan juga di tempat kami seperti layanan antar jemput tabungan, dan setoran tabungan terjangkau dimana dengan pelayanan yang kami berikan tersebut sangat mempengaruhi dalam DPK."[66]

5) Reputasi, Sebagai lembaga keuangan syariah yang berafiliasi dengan Nahdlatul Ulama, BMT NU Kalisat memiliki reputasi yang baik di mata masyarakat. lembaga yang amanah membuat masyarakat percaya untuk menabung di sana. Mayoritas masyarakat muslim di daerah kalisat menjadi kelebihan untuk membangun kepercayaan msayarakat dan kelebihan ini sangat berpengaruh dalam meningkatkan DPK.

Wawancara oleh Bapak Lailur Rahman selaku Kepala Cabang KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember mengatakan bahwa:

> "Alhamdulillah dalam beberapa tahun terahir reputasi BMT selalu baik di mata masyarakat hal tersebut terlihat dengan meningkatnya jumlah nasabah dalam beberapa tahun terahir." [64]

b. Kelemahan *(weaknesses)*

Kelemahan *(*weaknesses*)* adalah faktor internal yang menjadi hambatan bagi organisasi atau proyek, berupa aspek yang perlu ditingkatkan atau dihindari. Kelemahan juga bisa mencakup masalah internal seperti struktur organisasi yang tidak efisien atau masalah dalam manajemen yang perlu diperbaiki agar mendukung keberhasilan

[64] Lailur Rahman, *Wawancara*,

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

strategis organisasi[65]. Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak karyawaan KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember dan nasabah cabang kalisat peneliti mengidentifikasi beberapa faktor kelemahan dalam strategi pemasaran yaitu :

1) Digitalisasi

Teknologi untuk beberapa factor memang menjadi peluang namun dalam hal ini juga menjadi kelemahan di KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember. Teknologi yang digunakan di BMT masih tergolong jadul mengingat para kompetitornya sudah jauh mengembangkan teknologi demi mempermudah nasabahnya.

Wawancara oleh Bapak Lailur Rahman selaku Kepala Cabang KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember mengatakan bahwa:

> "Apa ya mbk untuk kelemahan sebenarnya pasti ada masih banyak hal yang perlu kami perbaiki contoh teknologi, kami merasa kalah dibandingkan bank-bank lain, inovasi masih menjadi kelemahan yang terus kami cari solusinya." [66]

2) Modal

Promosi dan operasional terbatas, Modal seperti bahan bakar dalam kendaraan jika tanpa bahan bakar maka kendaraan tidak bisa berjalan, begitu juga dengan Lembaga jika tidak mempunyai modal yang cukup tentu akan terjadi hambatan. Sumber modal dalam BMT NU berasal dari dari zakat, infaq dan

[65] Ulinnuha.M, Fatmawati.W,Marlyana.N. (2023) . Strategi Pemasaran Dengan Pendekatan SWOT, Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats (Studi Kasus Pada Walet Kofie). Semarang: Jurnal Ilmiah Sultan Agung

[66] Lailur Rahman, *Wawancara*,

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

sodakhoh, hibah, sumbangan dan lain-lain. Sedangkan untuk bank konvensional itu merupakan badan usaha milik negara (BUMN) dimana sebagian besar modalnya dari pemerintah. Tentu besar dana sangat berbeda dan hal tersebut sangat membedakan promosi yang dilakukan bank konvensional dan KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember.

Wawancara oleh Bapak Lailur Rahman selaku Kepala Cabang KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember mengatakan bahwa:

> "Untuk modal sendiri tentu itu sangat berbeda mbk karena modal yang digunakan dari BMT tidak ada bantuan dari pemerintah tidak seperti bank konvensioanl yang di bantu APBN, di BMT ada beberapa sumber seperti dari Tabungan nasabah, hibah, dana Cadangan dll. Tentu hal tersebut sangat beda dari pada bank konvensional karena bank konvesional itu termasuk BUMN sedangkan kita bukan."[66]

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

3) Pengambilan dana harus tahun ajaran baru

Pengambilan dana harus tahun ajaran baru hal ini merupakan salah satu kelemahan karena untuk kalangan menengah ke bawah seperti orang-orang desa khususnya daerah kalisat syarat ini menjadi cukup memberatkan mengingat penghasilan mereka itu mayoritas petani, yang mayoritas petani mendapatkan uang 4 – 12 bulan dari hasil pertaniannya, artinya uang yang mereka tabung tidak bisa di ambil kapan saja.

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

Wawancara oleh Bapak Lailur Rahman selaku Kepala Cabang KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember mengatakan bahwa:

> ”Bener sekali bak karena pendapatan di desa tidak menentu kadang itu meinjadi kendala tersendiri untuk tabungan sidiq fathonah. sehingga pengambilan dana di tahun ajaran baru itu ada beberapa golongan Masyarakat atau Sebagian di rasa tidak menguntungkan dan tentu berpengaruh pada Dana Pihak Ketiga.” [67]

4) Kurangnya inovasi

Inovasi menjadi factor sangat penting dalam perkembangan suatu Lembaga keuangan karena banyaknya kompetitor, semakin tinggi tingkat inovasi semakin bagus Lembaganya. BMT NU untuk saat ini inovasi dalam mengembangkan produk, pemasaran atau yang lain masih tidak bisa bersaing dengan para kompetitor-kompetitornya.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Wawancara oleh Bapak lailur rahman selaku kepala cabang KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember mengatakan bahwa:

> “Benar sekali bak karena pendapatan nasabah di desa tidak tentu, kadang itu menjadi kendala tersendiri untuk tabungan sidiq fatonah sehingga menjadi salah satu kendala kami.” [67]

c. Peluang *(opportunities)*

Peluang *(opportunities)* adalah faktor eksternal yang menguntungkan dan dapat dimanfaatkan oleh perusahaan untuk meningkatkan posisi pasar atau mencapai keuntungan yang lebih besar. Peluang memberikan kesempatan pada perusahaan untuk memperluas

[67] Lailur Rahman, *Wawancara*,

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

pangsa pasar, meningkatkan layanan, dan mengembangkan sumber daya manusia demi keuntungan strategis. Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak KSPPS BMT NU cabang kalisat peneliti mengidentifikasi beberapa peluang yang menjadi keunggulan dalam strategi pemasaran yaitu:

potensi masyakat muslim menurut badan statistic nasional 2020 kecamatan kalisat memiliki jumlah penduuk 46.059 dengan 45.877 nya itu Masyarakat yang beragama islam artinya 96,6% warga muslim Dimana hal tersebut menjadi peluang besar untuk kemajuan KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember.

Bukti wawancara oleh Bapak Lailur Rahman Kepala Cabang KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember mengatakan bahwa:

> "Peluang disini sangat besar mbk seperti, disini itu 95 % orang muslim dimana hal tersebut sangat menguntungkan bagi kita[68]

1) Perkembangan teknologi digital

Teknologi terkadang menjadi pedang bermata dua selain menjadi kelemahan teknologi juga bisa menjadi peluang kita untuk memajukan suatu industry. Khususnya dalam perbankan saat ini banyak bank yang berlomba-lomba menggunakan teknologi untuk membatu efisiensi arus transaksi bank-bank di Indonesia, jika KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember dapat memaksimalkan penggunaan teknologi hal ini dapat menjadi peluang besar untuk

[68] Lailur Rahman, *Wawancara*,

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

meningkat DPK pada Tabungan sidiq fathonah. Perkembangan teknologi ini hasil dari pemikiran penulis, penulis juga memasukkan factor ini ke dalam peluang karena penulis rasa factor ini bisa menjadi peluang yang besar bagi BMT NU.

2) Inflasi

Inflasi merupakan salah satu indikator penting yang mencerminkan kestabilan ekonomi suatu negara, termasuk Indonesia adalah kenaikan tingkat harga barang dan jasa secara umum dan terus menerus dalam suatu perekonomian selama periode waktu tertentu (teori inflasi dan pendapatan). Ketika inflasi meningkat, daya beli masyarakat menurun karena nilai uang menjadi lebih kecil dibandingkan dengan harga barang yang terus naik.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Wawancara oleh Bapak Lailur Rahman selaku Kepala Cabang KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember mengatakan bahwa:

> "Inflasi menurut saya mempengaruhi namun tidak terlalu signifikan mengingat kita bukan sistem bunga melainkan sistem bagi hasil, sehingga saya rasa hal tersebut lebih menguntungkan untuk bank konvensional. Untuk pola hidup masyarakat itu sangat berpengaruh karena kebanyakan orang desa hidup sederhana mereka suka menabung dari hasil pertanian. sehingga hal tersebut merupkan peluang bagi kami untuk meningkatkan DPK di BMT."[69]

[69] Lailur Rahman, *Wawancara*,

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

3) kerjasama dengan Lembaga lain

Kecamatan kalisat merupakan salah satu kecamatan di kabupaten Jember yang memliki beberapa pondok pesantren sehingga mayoritas masyarakat masih sangat agamis dan hal tersebut berpotensi memajukan Lembaga keuangan seperti KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember dengan melakukan Kerjasama dengan Lembaga-lembaga tersebut yang berpotensi mendukung system syariah di Indonesia.

Wawancara oleh Bapak Lailur Rahman selaku Kepala Cabang KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember mengatakan bahwa:

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

> "Saat ini cukup banyak ya mbk yang bekerja sama dengan BMT Kalisat dan saya tidak tahu angkanya berapa tapi yang pasti mulai dari lembaga pendidikan TK/RA sampai Perguruan Tinggi, dan juga pesantren. Kerja sama ini bertujuan untuk memperluas layanan produk syariah dan meningkatkan kesejahteraan anggota dan juga lokasi di kalisat sangat strategis mbk disini banyak pesantren dan sekolah sekolah yang berbasis agama hal itu mempermudah kami dalam memperluas jaringan."[69]

d. Ancaman *(Treaats)*

Anacaman *(Threats)* adalah faktor eksternal yang dapat menimbulkan dampak negatif bagi organisasi atau bisnis. Ancaman menjadi penghalang utama dalam mencapai tujuan organisasi dan harus diantisipasi serta dikelola dengan baik agar tidak menghambat keberhasilan bisnis. Terdapat beberapa ancaman yang di identifikasi

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

penulis yang terjadi atau berkemungkinan mengancam KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember antara lain:

1) Persaingan ketat dengan lembaga keuangan lain

Persaingan dengan Lembaga keuangan lain merupakan ancaman terbesar bagi BMT NU karena di Indonesia Lembaga keuangan sendiri itu sangat banyak yang bersifat swasta ataupun yang bersifat milik negara. Hal ini juga yang menghambat BMT NU untuk berkembang.

Wawancara oleh Bapak Faruq Zubairi selaku Bagian Tabungan KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember mengatakan bahwa:

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

> "Tentu ada setiap Lembaga pasti mempunya ancaman tersendiri untuk industrinya masing masing apalagi dalam hal keuangan. BMT sendiri ancamannya ya Lembaga lain itu pasti, rsainngan itu pasti ada dan juga itu regulasi pemerintah kita kan LKM atau Lembaga keuangan mikro tentu pergearakannya berbeda sama bank bank konvensional dari beberpa indicator atau factor pasti beda."[70]

2) Pendapatan Masyarakat

Pendapatan Masyarakat rata-rata itu tidak menentu karena mayoritas penduduk desa itu hasil dari berkebun atau Bertani yang mengahasilkan uang dalam jangka waktu tertentu. Belum kalau terjadi musim paceklik sehingga orang akan mikir dua tiga kali untuk menjadi nasabah di BMT NU.

[70] Faruq Zubairi, *Wawancara*,

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

Wawancara oleh Bapak Faruq Zubairi selaku Bagian Tabungan KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember mengatakan bahwa:

> "Mungkin itu mbk pendapatan Masyarakat desa itu juga bisa menjadi ancaman, kenapa pendapatan orang desa terkadang tidak pasti, orang desa bertani sekitar 3-4 bulan. Dan arus perputaran uangnya tidak menentu, apalagi di daerah sini masih rata-rata petani jadi mungkin itu juga salah satu ancamannya sih"[69]

3) Pendidikan Masyarakat desa

Pendidikan Masyarakat desa itu masih tergolong rendah mengingat rata-rata mereka yang lulus SMA itu memilih untuk menikah muda atau langsung bertani ataupun berkebun. Hal ini akan jadi ancaman untuk BMT NU karena akan mempengaruhi literasi Masyarakat akan bank syariah.

Wawancara oleh Bapak Faruq Zubairi selaku Bagian Tabungan KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember mengarakan bahwa:

> "Benar sekali mbk Pendidikan menjadi salah satu ancaman karena rata-rata orang sini habis SMA menikah sehingga banyak anak-anak nikah muda dimana itu hampir semuanya tidak kuliah hal ini akan menimbulkan rendahnya literasi sehingga banyak yang salah paham dengan Lembaga syariah seperti kita dan lebih percaya ke bank-bank konvensional."[71]

[71] Faruq Zubairi, *Wawancara*,

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

4) Regulasi pemerintah

KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember merupakan Lembaga keuangan mikro dimana Lembaga tersebut di rancang untuk memfasilitasi akses ke daerah terpencil dimana cakupannya tergolong kecil di banding bank konvensional yang jangkauan dan target pasanya sangat luas sehingga hal ini pasti menjadi ancaman untuk BMT NU karena tidak bisa leluasa dan pasti terikat dengan peraturan pemerintah.

Wawancara oleh Bapak Faruq Zubairi selaku Bagian Tabungan di KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jeimbeir mengatakan bahwa:

> "Tentu ada setiap Lembaga pasti mempunya ancaman tersendiri untuk industrinya masing-masing apalagi dalam hal keuangan. BMT NU sendiri ancamannya ya Lembaga lain itu pasti, persaingan itu pasti ada dan juga itu regulasi pemerintah kita kan LKM atau Lembaga keuangan mikro tentu pergearakannya berbeda dengan bank-bank konvensional dari beberapa indicator atau factor pasti beda."[72]

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

2. **Penerapan Analisis SWOT Pada Matriks IFAS dan EFAS Dalam Memberikan Gambaran Posisi Strategis KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember Dalam Meningkatkan Dana Pihak Ketiga (DPK) Melalui Produk Tabungan Sidik Fathonah**

Matriks IFAS sangat umum digunakan dalam metode SWOT karena matriks ini menjadi dasar dalam analisis selanjutnya. Selain itu

[72] Faruq Zubairi, *Wawancara*,

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

penggunaan matriks ini sangat sistematis karena didukung dalam mengidentifikasi kekuatan serta kelemahan internal organisasi dimana hal tersebut sangat mendukung penelitian penulis. IFAS menggunakan sistem bobot dan rating sehingga analisis lebih objektif, bukan hanya opini kualitatif. Perhitungan metode ini perlu memberikan bobot dan rating pada setiap faktor internal dengan nilai untuk bobot dari 0 – 1.00 dimana hal tersebut menggambarkan tingkat pentingnya faktor tersebut yang direpresentasikan dalam angka. Selain itu rating dalam tabel tersebut juga mewakili faktor seberapa baik dalam mempengaruhi produk tabungan Sidiq Fathonah di KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember dengan skala 1 – 4 dimana semakin tinggi nilai rating maka semakin baik dalam mempengaruhi permasalahan. Berikut perhitungan menggunakan matriks IFAS:

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Tabel 4.1 Matriks IFAS

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Bobot x rating
	Kekuatan			
1	Keunggulan Produk Tabungan Sidik Fathonah	0,2	4	0,8
2	Strategi Promosi	0,06	2	0,12
3	Lokasi Kantor Strategis	0,04	1	0,04
4	Pelayanan	0,15	3	0,45
5	reputasi dan kepercayaan terhadap BMT NU	0,13	3	0,39
	Total Kekuatan	0,58		1,80
	Kelemahan			
6	Digitalisasi	0,16	3	0,48
7	Modal Promosi dan Operasional Terbatas	0,12	3	0,36
8	Pengambilan Dana Harus 1 Semester	0,05	2	0,1
9	Kurangnya Inovasi	0,09	2	0,18
	Total Kelemahan	0,32		1,12
	Total Faktor Internal	1,00		2,92

Sumber: Diololeh penulis, 2025

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 4.2 diperoleh total skor sebesar 2,92 yang menunjukkan bahwa secara umum kondisi internal organisasi sangat signifikan dalam meningkatkan Dana Pihak Ketiga(DPK). Nilai 2,92 tersebut di peroleh dari total nilai kekuatan dan nilai kelemahan. Nilai kekuatan sebesar 1,80 dimana hal tersebut lebih besar di bandingkan nilai kelemahan yang hanya 1,12. Hal tersebut bermakna perusahaan memiliki lebih banyak aspek positif internal yang bisa dimanfaatkan untuk mendorong peningkatan Dana Pihak Ketiga (DPK). Pemberian bobot dalam tabel 4.2 bersifat objektif sekaligus subjektif karena pada penelitian menggunakan penggabungan antara kualitatif dan kuantitatif, misal pada pelayanan peneliti memberikan bobot 0,15 ini didapat dari hasil wanwanca dan kemudian penulis mengkonfersi hasil wawancara tersebut kedalam bentuk angka demikian juga dengan rating alasan penulis memberikan nilai 3 karena penulis menyesuaikan dengan bobot nilai 0,15 termasuk dalam rating 3 dari skala 4 karena merupakan faktor yang cukup signifikan semakin besar rating yang di berikan maka semakin tinggi pula tingkat signifikansinya begitu juga dengan faktor yang lain.

Matriks EFAS sangat penting dalam kelanjutan metode ini karena sepeti di jelaskan pada poin C matriks IFAS hanya menggambarkan kondisi internal (kekuatan dan kelemahan) sedangkan untuk matriks EFAS memberikan gambaran tentang kondisi eksternal dalam sebuah organisasi yaitu (Peluang dan Acaman) keduangnya sama-sama saling melengkapi

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

untuk membentuk Analisis SWOT. EFAS mengungkap peluang dan mengidentifikasi ancaman, banyak strategi gagal karena hanya fokus ke internal. EFAS membantu mengefaluasi apakah strategi bisa di terapkan. Setelah dilakukan identifikasi terhadap faktor-faktor eksternal yang memengaruhi pemasaran Tabungan Sidik Fathonah, maka disusunlah tabel Matriks EFAS yang memuat peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal organisasi. Perhitungan EFAS tidak jauh beda dari perhitungan IFAS jadi hal yang dilakukan setelah identifikasi faktor penulis mengkonfersi hasil wawancara ke dalam angka, lalu mengalikan hasil bobot dan rating sehingga di dapat tabel 4.3 sebagai berikut:

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Tabel 4. 2 Matriks EFAS

No	Faktor Ekstenal	Bobot	Rating	Bobot X Rating
	Peluang			
1	Potensi Masyarakat Muslim	0,15	3	0,45
2	Perkembangan Teknologi Digital	0,12	3	0,36
3	Preferensi Masyarakat Terhadap Inflasi	0,09	2	0,18
4	Kerja Sama Dengan Lembaga Lain	0,21	4	0,84
	Total Peluang	0,57		1,83
	Ancaman			
6	Persaingan Ketat Dengan Lembaga Keuangan Lain	0,2	1	0,2
7	Pendapatan Masyarakat	0,12	2	0,24
8	Pendidikan Masyarakat Desa	0,05	3	0,15
9	Regulasi Pemerintah	0.06	3	0.18
	Total Ancaman	0,43		0,77
	Total Faktor Eksternal	1,00		2,6

Sumber: Diolah oleh penulis, 2025

Berdasarkan perhitungan di atas, nilai total skor EFAS yang diperoleh adalah 2,6 yang menunjukkan bahwa secara keseluruhan lingkungan

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

eksternal memberikan pengaruh yang sangat positif bagi organisasi. Faktor eksternal (peluang) yang memberikan kontribusi paling besar adalah kerja sama dengan lembaga lain, dengan skor tertinggi yaitu 0,21. Ini menunjukkan bahwa ada potensi besar yang bisa dimanfaatkan oleh pihak lembaga untuk meningkatkan Dana Pihak Ketiga (DPK). Sementara itu, ancaman utama berasal dari tingkat persaingan yang tinggi dengan bank lain, yang mencatat skor sebesar 0,2.

C. Pembahasan dan Temuan

1. Implementasi Analisis SWOT Pada Produk Tabungan Sidiq Fathonah Dalam Meningkatkan Jumlah Dana Pihak Ketiga (DPK) Melalui Produk Tabungan Sidik Fathonah di KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka dapat di uraikan dalam pembahasan temuan bahwa kekuatan dan kelemahan strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah dana pihak ketiga (DPK) melalui produk Tabungan Sidik Fathonah di KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember ialah sebagai berikut keunggulan produk, strategi Lokasi, pelayanan, reputasi, digitalisasi, modal promosi, pengambilan dana harus 1 tahun, dan kurangnya inovasi. KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember dipengaruhi beberapa faktor tersebut terdapat berpengaruh besar dan berpengaruh kecil terhadap peningkatan DPK pada produk Tabungan Sidiq Fathonah. Berikut penjelasan yang lebih rinci dari peneliti:

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

a. Kekuatan *(strength)*

Fakta dilapangan faktor-faktor yang didapatkan oleh peneliti ada 5 dimana 5 faktor ini yang menjadi kekuatan utama di BMT NU Cabang Kalisat. Kekuatan yang akan penulis paparkan di dalam temuan temuan pembahasan ini akan mengerucut dari yang terkuat atau yang paling berpengaruh dalam meningkatkan Dana Pihak Ketiga dalam Produk Tabungan Sidik Fathonah.

Faktor yang paling terbesar yang berpengaruh di KSPPS BMT NU Cabang kalisat yang didapatkan peneliti ialah keunggulan Produk Sidiq Fathonah, dimana Produk Tabungan Sidik Fathonah menjadi salah satu andalan BMT NU karena menawarkan kemudahan, keamanan, dan prinsip syariah yang kuat. Kekuatan utama produk ini terletak pada sistem bagi hasil yang adil dan transparan, sehingga nasabah merasa memiliki kejelasan dalam setiap transaksi. Tidak adanya unsur bunga juga menjadi nilai tambah yang membedakannya dari lembaga keuangan konvensional. Dari sisi operasional, KSPPS BMT NU Cabang Kalisat memberikan kemudahan bagi anggota untuk menabung dengan setoran awal yang ringan ini sangat membantu Masyarakat Kalisat yang tidak berpenghasilan besar tiap hari, bahkan banyak KSPPS BMT NU Cabang Kalisat yang memfasilitasi layanan jemput tabungan ke rumah atau tempat usaha anggota. Hal ini sangat membantu masyarakat Kalisat yang memiliki keterbatasan waktu atau akses ke lembaga keuangan formal, tentu hal tersebut akan

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

berpengaruh besar dalam peningkatan jumlah Dana Pihak Ketiga (DPK) dalam produk Tabungan Sidiq Fathonah. Hasil termuan sejalan dengan teori di kajian teori yaitu.

Sistem jemput tabungan di BMT penting karena mempermudah akses masyarakat, terutama pelaku usaha mikro yang sering kesulitan datang ke kantor BMT, sehingga meningkatkan inklusi keuangan syariah. Dengan petugas yang rutin mendatangi nasabah, kebiasaan menabung dapat terbentuk lebih disiplin, sekaligus memperkuat penghimpunan dana pihak ketiga yang dibutuhkan BMT untuk pembiayaan yang menyatakan produk merupakan aspek penting dalam strategi pemasaran yang merupakan salah satu variable yang menentukan dalam kegiatan suatu usaha. Buktinya pada penelitian ini produk itu menjadi faktor terbesar dalam mempengaruhi Dana Pihak Ketiga di KSPPS BMT NU Cabang Kalisat

Selanjutnya faktor lain ialah pelayanan, pelayanan yang dilakukan pegawai KSPPS BMT NU Cabang kalisat yang pasti secara personal ramah dan cepat, BMT NU juga menyediakan Fasilitas yang sangat lengkap seperti tempat duduk yang nyaman ruangan yang sejuk ber AC sehingga dengan adanya pelayanan yang ramah dan fasilitas yang lengkap tersebut membuat nasabah merasa nyaman. Dimana hal tersebut merupakan tujuan utama dalam pelayanan yaitu mengutamakan kenyamanan nasabah. Pelayanan ramah ini tidak hanya di rasakan oleh nasabah yang datang ke kantor tetapi juga nasabah

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

yang menggunakan system antar jemput pegawai BMT selalu bekerja semaksimal mungkin untuk memuaskan para nasabahnya. Pelayanan ini sangat mempengaruhi dalam peningkatan Dana Pihak ketiga di KSPPS BMT NU cabang Kalisat.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi dalam peningkatan Dana Pihak Ketiga yaitu reputasi dan kepercayaan Masyarakat terhadap BMT NU, reputasi yang telah di bangun oleh KSPPS BMT NU Cabang Kalisat dari tahun ke tahun ternyata sudah berhasil membuat Masyarakat percaya dengan Amanah yang dilakukan oleh BMT NU. Tidak lupa dengan bantuan segenap masyarakat kalisat yang religius dan Lembaga agama lain yang turut terus mendukung KSPPS BMT NU Cabang kalisat.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Faktor selanjutnya ialah strategi promosi menurut penulis promosi juga berperan dalam meningkatkan Dana Pihak Ketiga meskipun angkanya tidak sebesar faktor sebelumnya tapi tidak dapat di pungkiri jika tidak ada tim promosi KSPPS BMT NU Cabang Kalisat roda perputaran uang juga tidak bisa berjalan. Hasil temuan sudah sesuai dengan teori yaitu Promosi memiliki peran penting dalam mempengaruhi penghimpunan dana pihak ketiga (DPK) karena melalui promosi, lembaga keuangan dapat meningkatkan awareness, pemahaman, dan kepercayaan masyarakat terhadap produk simpanan yang ditawarkan. Strategi promosi yang efektif—baik melalui edukasi, publikasi, maupun pendekatan personal—mampu menarik minat calon

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

nasabah, menonjolkan keunggulan produk, serta membangun citra positif lembaga sehingga nasabah merasa aman untuk menyimpan dananya hanya saja masih kurang maksimal karena bauran promosinya yang di pilih dan interpretasinya masih tergolong kurang. Alasan lain strategi ini tidak lebih besar dari faktor sebelumnya ialah penulis rasa masih kurang maksimal cakupannya rata-rata hanya daerah kalisat yang terjamah jika bisa membuka sayap lagi tentu itu sangat bagus karena bisa memperluas jaringan dan membuat peningkatan Dana Pihak Ketiga lebih besar lagi.

Kekuatan yang terakhir yaitu Lokasi kantor strategis, Lokasi BMT NU terletak di pusat keramaian yaitu di pasar kalisat dan pemukiman yang padat penduduk dimana hal ini sangat bagus hanya saja penulis meletakkan urutan terakahir karena tidak seberpengaruh faktor lain dan juga adanya layanan jemput Tabungan faktor ini tidak akan lebih besar dampaknya dari pada faktor lain. Tetapi Lokasi yang strategis sangat berperan aktif untuk mempermudah Masyarakat dalam mencari atau mengakses kantor BMT NU. Temuan pada penelitian ini sudah sesuai seperti teori yaitu Lokasi memiliki peran strategis dalam mempengaruhi penghimpunan dana pihak ketiga karena keberadaan lembaga keuangan yang mudah dijangkau membuat nasabah merasa lebih nyaman, aman, dan efisien dalam melakukan transaksi. Lokasi yang berada di area ramai, dekat pusat aktivitas ekonomi, atau berada

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

di lingkungan masyarakat sasaran meningkatkan peluang interaksi, kunjungan, serta kepercayaan nasabah terhadap lembaga.

b. Kelemahan (*weaknesses*)

Kekuatan sudah selesai dipaparkan dengan baik selanjutnya kelemahan, faktor yang menjadi kelemahan di KSPPS BMT NU Cabang Kalisat terdapat 4 faktor. Selanjutnya sama seperti sebelumnya akan di paparkan dari yang berpengaruh dulu, pertama faktor yang didapatkan penulis ialah digitalisasi dimana faktor ini merupakan terbesar yang terjadi saat ini di BMT Cabang Kalisat karena jika di bandingkan bank konvesional beda jauh dan cakupannya belum menyeluruh masih banyak orang yang tidak bisa mengoperasikan bahkan tidak tau bahwa BMT NU memiliki aplikasi. Banyaknya aplikasi keuangan juga menjadi penghambat terbesar karena nasabah tidak tau harus menggunakan aplikasi yang mana, dan juga aplikasi BMT NU belum bisa diakses oleh nasabah langsung. Dengan hal ini juga dapat menghambat peningkatan Dana Pihak Ketiga di BMT Cabang Kalisat.

Faktor selanjutnya yang nilainya hampir sama dengan faktor pertama ialah modal promosi dan operasional terbatas. Modal menurut penulis sangat berpengaruh besar karena hal ini bisa berdampak pada faktor-faktor lain, keterbatasan modal juga menjadi penyebab digitalisasi, promosi, dan faktor lain. Hal ini kurang maksimal karena BMT NU tidak bisa disamakan dengan bank konvensional yang

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

anggarannya ada bantuan dari APBN. Jika dikaitkan dengan teori bauran pemasaran (marketing mix) menurut Kotler (2009), promosi merupakan salah satu elemen penting dalam mempengaruhi keputusan konsumen. Namun, efektivitas promosi sangat bergantung pada ketersediaan sumber daya, termasuk modal yang digunakan untuk mendukung kegiatan promosi. Dengan keterbatasan modal promosi, strategi komunikasi BMT NU menjadi kurang optimal, sehingga pesan tentang keunggulan produk tidak tersampaikan secara luas. Menurut penulis besarnya modal berbanding lurus dengan kelancaran operasional semakin besar modal yang ada maka arus operasional akan semakin lancar meskipun ini bukan faktor utama tapi peran modal sangat besar dalam Lembaga keuangan dan sangat menghambar peningkatan Dana Pihak Ketiga.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Selanjutnya ialah fakor kurang inovasi yang dilakukan di BMT Cabang Kalisat Berdasarkan hasil wawancara dan observasi di lapangan, diketahui bahwa KSPPS BMT NU Cabang Kalisat masih menghadapi kendala dalam hal inovasi produk dan layanan. Meskipun lembaga ini telah memiliki beberapa produk unggulan seperti Tabungan Sidik Fathonah dan pembiayaan syariah, namun pengembangan produk baru yang menyesuaikan dengan kebutuhan masyarakat modern masih terbatas. Jika di kaitkan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan Jein Syafira asal IAIN Purwokerto di dapatkan hasil yang sejalan yang menyatakan selain itu inovasi dan

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

pengembangan prduk agar dapat diterima dan menyesuaikan dengan kebutuhan masyarakat zaman sekarang juga berjalan sesuai keinginan dan kebutuhan Masyarakat. Menurut peneliti dalam hal promosi dan pemasaran, KSPPS BMT NU Kalisat juga belum banyak memanfaatkan media sosial secara optimal. Alasan tersebut dapat menghambat peningkatan Dana Pihak Ketiga.

Faktor yang terakhir ialah pengambilan dana harus 1 tahun (tahun ajaran baru), terdapat memang beberapa kalangan yang tidak merasakan faktor ini karena mereka memiliki pendapatan yang konstan tapi tak bisa di pungkiri juga di daerah kalisat lebih banyak yang berprofesi petani atau peternak. kebijakan ini menimbulkan kendala ketika mereka mengalami kebutuhan mendesak. Jika di kaitkan dengan teori khususnya bab proses pada teori yang ada di kajian teori yang menyatakan melayani segala kebutuhan dan keinginan konsumen adalah fungsi utama proses, meskipun tidak di jelaskan secara eksplisit tapi ini berkaitan karena berpengaruh pada kemudahan dan kenyamanan nasabah dalam menggunakan produk tabungan. Beberapa nasabah mengaku kesulitan mencairkan tabungan sebelum jatuh tempo karena harus memenuhi persyaratan tertentu atau menunggu waktu yang ditentukan. Kondisi ini membuat sebagian masyarakat enggan menabung dalam jangka panjang, terutama mereka yang membutuhkan fleksibilitas dalam mengelola keuangan.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka dapat di uraikan dalam pembahasan temuan bahwa peluang dan ancaman strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah dana pihak ketiga (DPK) melalui produk Tabungan Sidik Fathonah di KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember ialah sebagai berikut potensi mayarakat muslim, perkembangan digital, inflasi, Kerjasama dengan lembaga, persaingan, pendapatan masyarakat, Pendidikan Masyarakat, dan regulasi pemerintah. KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember dipengaruhi beberapa faktor tersebut terdapat faktor yang berpengaruh besar dan berpengaruh kecil terhadap peningkatan DPK pada produk Tabungan Sidiq Fathonah. Berikut penjelasan yang lebih rinci dari peneliti:

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

c. Peluang (*opportunities*)

Fakta di lapangan faktor-faktor yang didapatkan oleh peneliti ada 4 dimana 4 faktor ini yang menjadi peluang yang kuat untuk perkembangan KSPPS BMT NU Cabang Kalisat kedepannya. Ancaman yang akan penulis paparkan di dalam temuan, temuan pembahasan ini akan mengerucut dari yang terkuat atau yang paling berpengaruh dalam meningkatkan Dana Pihak Ketiga dalam Produk Tabungan Sidik Fathonah.

Faktor pertama yang berpengaruh untuk kedepannya ialah kerja sama dengan Lembaga lain, faktanya di BMT NU sudah menerapkan peluang ini dari dulu yaitu dengan menjalin kerja sama dengan

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

lembaga-lembaga agama di daerah kalisat mengingat di daerah kalisat banyak lembaga pendidikan, pesantren dan Yayasan. Selain itu peran sekolah seperti RA, MI, MTS, dan MA juga sangat besar jika terus di tingkatkan akan menjadi peluang yang sangat bagus untuk KPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember. Hasil temuan ini jika dikaitkan dengan teori 7p memiliki kaitan yaitu pada aspek promosi karena bekerja sama dengan instansi ini secara tidak langsung juga melakukan promosi, dari spek *People* juga berkaitan karena menjaga hubungan antar lembaga dan jariang SDM dan pelayanan, dan juga dari aspek *Place* juga berkaitan karena kerja sama ini dapat memperluas jaringan. Menurut peneliti Kerja sama lintas lembaga ini menunjukkan bahwa strategi kolaboratif dapat menjadi salah satu pendekatan pemasaran efektif dalam konteks lembaga keuangan syariah.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Faktor selanjutnya mayoritas masyarakat muslim, daerah lokasi BMT Cabang Kalisat hampir 90% beragama islam dimana hal ini sangat bagus untuk perkembangan BMT NU kedepannya karena semakin tinggi orang beragama islam tentu semakin banyak orang yang mengerti tentang perekonomian syariah tinggal dari BMT NU untuk terus meningkatkan sosialisasi tentang pentingnya literasi ekonomi syariah agar diharapkan masyarakat umum lebih mengenal tentang perbankan syariah dan mampu meningkatkan Dana Pihak Ketiga di KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember. Hasil temuan ini jika dikaitkan dengan teori bauran pemasaran (7P), peluang ini

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

berkaitan dengan beberapa elemen. Pada aspek People, masyarakat Muslim yang sudah memahami nilai-nilai syariah menjadi segmen pasar yang potensial sekaligus mendukung citra positif lembaga. Pada aspek Promosi, kondisi ini memungkinkan BMT NU melakukan promosi berbasis nilai keagamaan melalui kegiatan sosial dan keagamaan. Menurut peneliti, peluang ini sebaikanya dimanfaatkan secara optimal oleh BMT NU Cabang Kalisat melalui strategi promosi yang menonjolkan nilai syariah dan kedekatan sosial, serta memperkuat hubungan dengan tokoh agama setempat.

Faktor peluang selanjutnya ialah teknolgi atau digitalisasi faktanya di KSPPS BMT NU Cabang kalisat Sudah menggunakan teknologi namun belum maksimal. Selain fakta di lapangan para nasabah BMT NU belum menggunakan aplikasi yang ada di KSPPS BMT NU Cabang Kalisat hal ini sebabkan bekum maksimalnya aplikasi untuk digunakan nasabah dan juga karena banyak dari nasabah atau Sebagian dari nasabah gagap teknolgi atau bisa jadi karena kurang menarik dari teknolgi yang digunakan seperti aplikasi online. Namun teknologi masih berpeluang besar untuk menjadi faktor yang paling menentukan kemajuan KSPPS BMT NU Cabang kalisat di masa depan. Hasil temuan ini jika kita kaitkan dengan teori 7p sangat berkaitan namun tidak secara eksplisit, berkaitan disini seperti dalam proses teknolgi membantu mempercepat pelayanan. Jika di lihat sudah promosi teknologi membantu dan mempermudah promosi karena bisa

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

lewat sosial media. Menurut peneliti, penerapan teknologi digital di KSPPS BMT NU Cabang Kalisat akan membantu memperkuat daya saing dengan lembaga keuangan lain serta menarik minat generasi muda untuk menjadi anggota. Oleh karena itu, investasi pada sistem informasi dan pelatihan sumber daya manusia di bidang digital menjadi langkah penting untuk mengoptimalkan peluang ini.

Faktor yang terakhir adalah inflasi, kita tau bahwa inflasi di era global ini sangat rentan dengan melihat perekonomian dunia yang tiba-tiba berubah tak jarang kita takut dalam menyimpan uang terlalu lama karena nilai bisa turun kapan saja. Faktanya di KSPPS BMT NU Cabang Kalisat memang masih banyak orang yang belum memahami inflasi sepenuhnya tapi pegawai KSPPS BMT NU Cabang Kalisat terus memberikan edukasi tentang pentingnya menabung agar tidak terkena atau minimal memperkecil nilai inflasi. Hal ini juga menjadi peluang yang besar untuk KSPPS BMT NU Cabang Kalisat kedepannya. Hasil temuan ini jika di kaitkan dengan teori bauran 7p tentu berkaitan, inflasi dapat dikaitkan dengan promosi yang dilakukan oleh BMT NU. Menurut peneliti jika KSPPS BMT NU Cabang kalisat bisa terus meningkatkan sosialisasi tentang pentingnya menabung agar tidak terkena inflasi hal ini bisa menjadi peluang yang sangat bagus untuk masa depan demi meningkatkan Dana Pihak Ketiga.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

d. Ancaman *(threats)*

Fakta di lapangan faktor-faktor yang didapatkan oleh peneliti ada 4 dimana 4 faktor ini yang menjadi ancaman yang membahayakan untuk perkembangan KSPPS BMT NU Cabang Kalisat kedepannya. Ancaman yang akan penulis paparkan di dalam temuan, temuan pembahasan ini akan mengerucut dari yang terkuat atau yang paling berpengaruh dalam meningkatkan Dana Pihak Ketiga dalam Produk Tabungan Sidik Fathonah.

Faktor ancaman yang pertama adalah persaingan ketat dengan lemabaga lain, faktanya di kalisat selain BMT NU juga terdapat lembaga lain seperti Bank BNI, Bank BRI, Bank Mandiri, BPR Wilis, Bank BCA, PT BPR Mitra Jaya Mandiri, Bank Jatim, Bank BTPN, Ulamm, Pnm Mekar, BMT UGT Sidogiri, dan bank lain. Banyaknya Lembaga keuangan di daerah Kalisat membuat persaingan sangat ketat dan Tingkat *survival* nya sangat tinggi. Selain itu terdapat beberapa lembaga BMT UGT Sidogiri yang memiliki produk yang di tawarkan cenderung sama. Hasil temuan tersebut jika di kaitkan dengan 7p memiliki keterkaitan seperti pada aspek produk dimana produk dari lembaga lain bisa lebih inovatif dan menarik jika kita kaitkan dengan aspek *price* pesaing menawarkan keuntungan yang lebih besar, atau jika ingin kaitkan dengan aspek *people* bisa jadi kualitas SDM pesaing itu lebih baik atau lebih professional. Menurut peneliti dengan memahami posisi persaingan ini, KSPPS BMT NU Cabang Kalisat

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ J E M B E R

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

diharapkan dapat memperkuat keunggulan produk syariahnya, serta meningkatkan pegawai lebih professional dan kompeten di tengah persaingan lembaga keuangan syariah.

Faktor ancaman yang selanjutnya ialah pendapatan masyarakat, faktanya pendapatan masyarakat desa khususnya di daerah kalisat itu mayoritas masih petani sehingga mempunyai penghasilan yang tidak pasti. Meskipun tidak semua yang berprofesi petani tapi rata-rata nasabah KSPPS BMT NU Cabang Kalisat berprofesi sebagai petani atau buruh tani. Kondisi ekonomi tersebut menyebabkan minat masyarakat untuk menabung atau berinvestasi menjadi rendah. Hasil temuan ini memiliki kaitan dengan teori 7p yaitu dalam aspek produk dimana produk harus lebih fleksibel misalnya Tabungan tanpa saldo minimum dan pengambilan dana harus lebih fleksibel. Menurut peneliti Dengan strategi pemasaran yang adaptif terhadap kondisi ekonomi masyarakat, KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember dapat meminimalkan dampak ancaman pendapatan rendah sekaligus memperkuat perannya dalam pemberdayaan ekonomi.

Faktor ancaman yang ketiga adalah adanya regulasi pemerintah yang terus berubah, faktanya di KSPPS BMT NU Cabang Kalisat regulasi pemerintah terutama terkait pengawasan dan pelaporan lembaga keuangan mikro syariah. Peraturan tersebut menuntut BMT NU untuk melakukan penyesuaian administrasi dan sistem operasional agar tetap sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Kondisi ini

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

memerlukan sumber daya tambahan serta adaptasi dari sisi manajemen. Berbeda dengan bank konvensional yang bukan termasuk lembaga keuangan mikro sehingga bisa lebih leluasa dalam mengembangkan sistemnya tanpa perlu terikat ketat dengan peraturan pemerintah. Hasil temuan ini jika di kaitakan dengan teori 7p ialah dalam aspek proses misalnya terjadi perubahan regulasi yang dapat mempengaruhi pelayanan dan tata Kelola. Menurut peneliti dengan demikian, meskipun regulasi pemerintah menjadi tantangan, namun kepatuhan terhadap peraturan dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat dan memperkuat posisi KSPPS BMT NU Cabang Kalisat sebagai lembaga keuangan syariah.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Ancaman yang terakhir ialah pendidikan masyarakat yang tergolong rendah, faktanya di daerah kalisat masih banyak masyarakat yang belum memahami konsep syariah dan juga rendahnya literasi menyebabkan kurangnya kepercayaan terhadap KSPPS BMT NU Cabang Kalisat. Hasil temuan ini jika di kaitkan dengan aspek promosi ialah promosi yang dilakukan BMT NU belum mampu menjangkau masyarakat dengan pemahaman rendah, jika dilihat dari aspek lain yaitu *People* maka jika SDM perlu memiliki kemampuan komunikasi dan edukasi yang baik. Menurut peneliti dengan meningkatkan literasi keuangan dan pendekatan edukatif, ancaman rendahnya pendidikan masyarakat dapat diubah menjadi peluang bagi BMT NU untuk

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

memperluas jangkauan anggota serta memperkuat peran sosialnya di masyarakat.

2. **Penerapan Analisis SWOT Pada Matriks IFAS dan EFAS Dalam Memberikan Gambaran Posisi Strategis KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember Dalam Meningkatkan Jumlah Dana Pihak Ketiga (DPK) melalui produk Tabungan Sidik Fathonah**

Berdasarkan perhitungan dan analisis yang telah dilakukan pada bab Penyajian data dan Analisis maka di dapatkan matriks SWOT sebagai berikut:

Matriks SWOT disusun dengan menggabungkan hasil dari analisis IFAS *(Internal Factor Analysis Summary)* yang memuat kekuatan dan kelemahan, serta EFAS *(External Factor Analysis Summary)* yang memuat peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal. Melalui penggabungan kedua matriks tersebut, diperoleh empat jenis strategi utama. Namun kita harus menentukan terlebih dahulu terletak di kuadran mana. Langkah menentukan kuadran yang pertama menentukan skor IFAS dan EFAS. Total skor IFAS pada penelitian ini ialah 2,92 dan untuk total efas 3,21 sehingga plot titik koordinatnya ialah (x,y) = (IFAS, EFAS). Lalu menentukan posisi kuadran, pada penelitian ini karena nilai dari IFAS dan EFAS lebih dari 2,5 maka dapat di pastikan posisi terletak di kuadran 1 (SO) dengan kondisi kekuatan besar & peluang besar dengan strategi Agresif (*Growth Strategy*). Langkah terakhir ialah menentukan interpretasi

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

hasil dengan menggunakan tabel matriks SWOT berikut tabel penjelasanya:

Tabel 4. 3 Matriks SWOT

IFAS / EFAS	Strenghts (S)	Weakness (W)
	Keunggulan produk sidik fathonah, Strategi promosi Lokasi kanor strategis, Pelayanan, Reputasi dan kepercayaan terhadap BMT NU	Keterbatasan teknologi, Pengambilan dana harus 1 tahun, Kurangnya inovasi
Opportunitities (O)	**Strategi S – O**	**Strategi W – O**
Potensi pasar masyarakat muslim, Perkembangan teknologi digital, Inflasi, Kerjasama dengan lembaga lain	Kampanye syariah yang menargetkan pasar muslim, Peningkatan Pelayanan dan strategi promosi secara Digitalisasi, sosialisasi manfaat tabungan untuk melindungi nilai mata uang dari inflasi, kolaborasi strategis dengan lembaga lain yang berbasis kepercayaan terhadap BMT NU	Ciptakan produk tabungan dengan/ jangka waktu fleksibal melalui kerja sama dengan lembaga lain, kolaborasi dengan mitra teknologi untuk mempercepat digitalisasi dan inovasi, lakukan riset pasar berbasis kebutuhan masyarakat muslim untuk mendorong inovasi produk
Threats (T)	**Strategi S – T**	**Strategi W – T**
Persaingan ketat dengan lembaga lain, Pendapatan masyarakat, Pendidikan masyarakat yang tergolong rendah	Diferensiasi produk sidik fathonah untuk menonjolkan keunggulan dibanding kompetitor, program tabungan mikro berbasis reputasi BMT NU untuk menjangkau masyarakat kecil, kampanye testimoni untuk membangun kepercayaan masyarakat berpendidikan rendah	Membuat skema penarikan dana yang lebih fleksibel, pelatihan internal untuk staf agar mampu bersaing meskipun teknologi terbatas, sosialisasi langsung di masyarakat untuk mengatasi keterbatasan teknologi dan Pendidikan

Sumber: Diolah oleh penulis, 2025

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

Berdasarkan Tabel 4.4 di dapat rekomendasi Strategi berdasarkan SWOT yaitu Strategi S-O yaitu melakukan promosi berbasis nilai syariah, mengoptimalkan strategi promosi digital, memanfaatkan lokasi kantor yang strategis, dan menjalin kerja sama dengan lembaga lain seperti pendidikan, masjid, atau komunitas. Implikasi dari strategi ini terhadap Dana Pihak Ketiga ialah berpotensi meningkatkan secara signifikan melalui peluasan jangkauan dan peningkatan jumlah nasabah, efektifitas pemasaran meningkat dan memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember.

Selanjutnya Strategi W - O yaitu Strategi pengembangan dan kompensasi merekomendasikan strategi mengadopsi teknologi digital secara bertahap, mengembangkan produk tabungan dengan fitur yang lebih fleksibel tidak hanya 1 tahun, dan menjalin kemitraan dengan pihak ketiga untuk mendukung pengembangan teknologi dan inovasi layanan. Implikasi dari strategi tersebut terhadap Dana Pihak Ketiga adalah berupaya memperbaiki kelemahan agar peluang pasar tetap bisa dimanfaatkan, dengan meningkatkan inovasi, menarik segmen baru seperti generasi muda, akses masyarakat terhadap layanan keuangan syariah, dan peningkatan efisiensi pelayanan.

Ketiga Strategi S-T dengan tujuan menggunakan kekuatan untuk menghadapi atau mengurangi pengaruh ancaman eksternal Matriks SWOT merekomendasikan strategi yaitu melakukan diferensiasi produk berbasis nilai syariah untuk menghadapi persaingan ketat dengan lembaga

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

keuangan lain, memberikan pelayanan personal yang edukatif agar orang yang latarbelakang rendah bisa mudah memahami, dan menciptakan citra produk yang ramah terhadap segala kalangan. Implikasi terhadap dana pihak ketiga ialah dapat menjaga keberlangsungan dan kestabilan dana pihak ketiga (DPK), edukasi yang dilakukan langsung kepada masyarakat mampu meningkatkan literasi keuangan.

Strategi W-T dengan meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman yang berpotensi merugikan. Strategi yang direkomendasikan adalah menawarkan produk tabungan mikro dengan nominal setoran ringan, menyusun roadmap pengembangan teknologi secara bertahap, dan mengadakan edukasi langsung ke masyarakat. Sedangkan untuk implikasinya ialah memastikan lembaga tetap bertahan dan relevan untuk segala kalangan, produk tabungan mikro dan program edukatif, dan selalu adaptsi terhadap tantangan.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

BAB V
PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian penulis menarik Kesimpulan sebagi berikut:

1. Strategi pemasaran Tabungan Sidiq Fathonah di KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember dinilai cukup baik melalui keunggulan produk, pelayanan memuaskan, reputasi positif, promosi efektif, dan lokasi strategis, meski masih memiliki kelemahan seperti kurangnya digitalisasi, terbatasnya modal promosi dan operasional, minim inovasi, serta aturan pengambilan dana yang harus satu tahun. Penelitia juga menemukan peluang berupa kerja sama lembaga, potensi masyarakat muslim, perkembangan teknologi, dan inflasi, namun tetap terdapat ancaman seperti persaingan ketat, pendapatan dan pendidikan masyarakat yang rendah, serta regulasi pemerintah yang dapat menghambat peningkatan Dana Pihak Ketiga (DPK).
2. Berdasarkan hasil perhitungan dan analisis total IFAS 2,86 menunjukkan bahwa faktor internal KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember berada pada kondosi kuat, Sedangkan nilai total EFAS skor sebesar 3,21 yang menunjukkan bahwa lembaga memiliki peluang eksternal yang cukup besar untuk meningkatkan Dana Pihak Ketiga (DPK). KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember memiliki nilai kekuatan internal dan peluang eksternal yang besar, sehingga strategi yang paling tepat adalah strategi agresif, yaitu melakukan promosi berbasis nilai syariah, mengoptimalkan strategi promosi digital, memanfaatkan lokasi kantor yang strategis, dan menjalin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

kerja sama dengan lembaga lain seperti lembaga pendidikan, masjid, atau komunitas dalam rangka meningkatkan Dana Pihak Ketiga (DPK).

B. Saran

Berdasarkan Kesimpulan yang telah dipaparkan di atas, peneliti memberikan saran bagi KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember yaitu perlu meningkatkan promosi secara lebih intensif dan modern melalui media sosial, kerja sama dengan lembaga pendidikan, serta memperluas cakupan nasabah agar masyarakat lebih sadar akan manfaat Tabungan Sidiq Fathonah. Selain itu, KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember disarankan membuat aplikasi atau platform digital sederhana untuk pembukaan tabungan, cek saldo, dan setor online guna menarik masyarakat yang terbiasa dengan layanan digital, serta terus mensosialisasikan penggunaan layanan digital terutama di daerah pelosok.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

DAFTAR PUSTAKA

Anggito Albi, Johan Setiawan, *Metode Penelitian Kualitatif* (Sukabumi: CV Jejak, 2018)

Andrianto, *Manajemen Bank Syariah*, (Surabaya, 2019)

Amelia Safira Ayu, "*Strategi Pemasaran Produk Simpanan Anggota (SIAGA) Untuk Meningkatkan Produktivitas Di BMT NU Jawa Timur Cabang Jenggawah Jember"* (Skripsi UIN KHAS Jember, 2023).

A ,Arfah, & Roziq, F., Mursalim, M., (2024). Analisa Strategi Pemasaran Produk Current Account Saving Account (CASA) Terhadap Kenaikan Dana Pihak Ketiga Pada Bank OCBC NISP Syariah Makassar. *YUME: Journal of Management*, *7*(3).

Alquran Kemenag. 2019. http://quran.kemenag.go.id : Kementerian Agama RI cq Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Quran.

Bachtiar, Warda, "Analisis Strategi Pemasaran Produk Tabungan Prima Berhadiah Terhadap Kenaikan Dana Pihak Ketiga di Bank Muamalat Indonesia Cabang Makassar" *Jurnal Iqtisaduna*, Vol. 7 No. 2, (Desember 2021).

Babun Suharto dkk, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember: IAIN Jember Press, 2020)

Dheasey Amboningtyas and Leonardo Budi H, '*Pelatihan Keterampilan Masyarakat Desa Boja Kota Semarang Dalam Bidang Pengelolaan Pemasaran'*, 5 (2021).

Fadilah, S. N. (2023). *Strategi Marketing Pada Produk Sidik Fathonah (Simpanan Pendidikan) Di BMT NU Cabang Pasean Pamekasan* (Doctoral dissertation, INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI MADURA).

Faizatul Fitriyah Abu Azam Al-Hadi, , *Respon Masyarakat Terhadap Strategi KJKS BMT NU Gapura Sumenep Dalam Mengurangi Ketergantungan Pada Rentener, El-Qist, Vol. 04,* No. 01, 2014.

Fatwa DSN-MUI Nomor.02/DSN-MUI/IV/2000 tentang Tabungan

Hidayah, I., & Kusumawardhany, S. I. (2023). Development Strategies of Muslim's MSMEs at Banyoksah Village Sampang Madura Island: Analysis of IFAS and EFAS Matrix. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 9(3), 3296. https://doi.org/10.29040/jiei.v9i3.10029

Ikhsan Nurul, *Pengantar perbankan,*(Jakarta : Gaung Persada Press Group)

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

Jamal, Kurniawan, "*Strategi Pemasaran Tabungan Sidik Fathonah Di BMT NU Sidik Fathonah di BMT NU Cabang Larang".* (Skripsi IAIN Madura,2020).

Jein Azhar, Shafira, *"Strategi Pemasaran dalam Menigkatkan Dana Pihak Ketiga di BRI Syariah KCP Kebumen Tahun 2016-2020"*(Skripsi, IAIN Purwokerto, 2021)

Jihad Pratama, Ikhumaini, *"Strategi Pemasaran Produk Tabungan Pada Masa Pandemi Covid-19 Dalam Meningkatkan Jumlah Dana Pihak Ketiga (DPK) Pada BPRS Dinar Ashri Kc.Terara"*(Skripsi, UIN Mataram, 2021)

KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember, Brosur Tabungan Pembiayaan Murni Pola Syariah.

Kotler & Amstrong. (2008). Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1. (alih bahasa: bob sabran, M.M). Jakarta: Penerbit Erlangga. Hlm. 40.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Manajemen Pemasaran (13th ed.). Jakarta:Penerbit Erlangga.

L Hartiningtyas, & Yuniar, S. (2023). Pengaruh Jumlah Dana Pihak Ketiga, Total Aset, dan Financing to Deposit Ratio (FDR) terhadap Pertumbuhan Profitibilitas pada Bank Muamalat Indonesia. *EKONOMIKA*, *12*(1).

Madiya Tita, *Analisis Penerapan Jaminan Pada Akad Murabahah Studi Kasus Di BMT Yaummi Maziyah Assa'adah Pati,* (Skripsi, 2018),

Mujito, "Manajemen Strategik Dengan Pendekatan Analisis SWOT" (wawasan Ilmu: Banyumas), 2023,

Moleong Lexy J., Metodologi Penelitian Kualitatif (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2002)

Muhammad Hamdan 'Ainulyaqin, 2021 "Analisis Peranan Strategi Marketing Funding dalam Peningkatan jumlah Nasabah dan Dana Pihak Ketiga: Studi pada PT BPRS Harta Insan Karimah Cikarang". *Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, Vol. 3 No. 1, (2021).

Nafisah, 2024 "Analisis SWOT dalam Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan di KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Utama Sumenep" Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Vol.2, No.4 Oktober 2024.

Ngatno, 'Buku Manajemen Pemasaran Baru.Pdf', *EF Press Digimedia*, 2018.

Periyadi & Farida Yulianti, Lamsah, *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: CV. Budi Utama)

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

Ramadhan Nurfitrah, Dimas, *"Analisis Strategi Bauran Pemasaran dalam Pencapaian Target Produk Menghimpun Dana Pihak Ketiga di Bank Muamalat KCP ZA Pagar Alam"* (Skripsi IAIN Metro, 2023).

Ridwan Ahmad Hasan, *Manajemen Baitul Mal Wa Tamwil*, (CV. Pustaka Setia 2013).

Rifqi, *"Strategi Peningkatan Jumlah Dana Pihak Ketiga Melalui Produk Simpanan Lebaran Di KSPP SYARIAH BMT NU Cabang Tlogosari Bondowoso."* (Skripsi UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2023)

Rizkia, Tasya, "Analisis Perkemangan Dana Pihak Ketiga dan Kredit Menggunakan Metode Common Size Pada PT Bank Tabungan Negara (Persero), TBK Periode 2016-2020". *Jurnal Riset Akuntansi dan Perbankan*, Vol. 16 No.2, (Agustus 2022).

Rizkiana Triani, "Efektivitas Program One Day One Closing dalam Upaya Meningkatkan Dana Pihak Ketiga di Bank Syariah Indonesia" *Jurnal Hukum dan Administrasi Publik* Vol. 1 No. 2 (Agustus, 2023).

Roziq Fadlu, "Analisa Strategi Pemasaran Produk Current Account Saving Account (CASA) Terhadap Kenaikan Dana Pihak Ketiga Bank OCBC NISP Syariah Makassar" *Journal of Management*, Vol. 7 No. 3 (2024).

Sari, D. (2020). Ananlisis Strenght Weakness Opportunity Threat (SWOT) Dalam Menentukan Strategi Pemasaran penjualan roti. Surabay : Pragmatis

Sarwono Jonathan, *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif.* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006).

Shinta Agustina, *Manajemen Pemasaran* (Malang: Universitas Brawijaya Press, 2011).

Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D (Bandung: Alfabeta, 2014).

Tohardi Ahmad, Buku Ajar Pengantar Metodologi Penelitian Sosial+Plus (Pontianak: Tanjungpura University Press, 2019).

Ulinnuha.M, Fatmawati.W,Marlyana.N. (2023) . Strategi Pemasaran Dengan Pendekatan SWOT, Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats (Studi Kasus Pada Walet Kofie). Semarang: Jurnal Ilmiah Sultan Agung

Widodo Hertanto Ak, dkk, *Panduan Praktis Operasional Baitul Mal Wat Tamwil (BMT),* (Bandung: Mizan, 2000).

Yusus A. Muri, M.Pd, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian* Gabungan (Jakarta: Prenada Media, 2014).

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

MATRIKS PENELITIAN

Judul	Variabel	Indikator	Sumber data	Metode penelitian	Fokus penelitian
"Strategi Pemasaran Tabungan Sidiq Fathonah Dalam Meningkatkan Dana Pihak Ketiga (DPK) (Metode Analisis SWOT) di KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember"	1. Variabel Terikat : Jumlah Dana Pihak Ketiga Variabel bebas: Keunggulan, lokasi, strategi pemasaran, pelayanan, reputasi, teknologi, modal, inovasi, waktu pengambilan dana, inflasi, masyarakat muslim, kerja sama dengan lembaga lain, persaingan, pendidikan masyarakat, pendapatan masyarakat, dan regulasi pemerintah	Strategi yang digunakan antara lain: a. Strategi Produk b. Strategi Harga c. Strategi Tempat d. Strategi Promosi e. Strategi operasional	1. Data Sekunder a. Kepala Cabang KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember b. Bagian Tabungan KSPPS BMT NU cabang Kalisat Jember c. Nasabah KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember 2. Data Primer a. Buku b. Jurnal Internet	1. Pendekatan kualitatif 2. Jenis penelitian lapangan 3. Metode pengumpulan data : observasi, wawancara, dan dokumentasi 4. Teknik keabsahan data menggunakan teknik Triangulasi 5. Analisis data : a. Pengumpulan data b. Reduksi data c. Penyajian data d. Perhitungan matriks IFAS dan EFAS e. Matriks SWOT Penarikan kesimpulan	a. Bagaimana implementasi analisis SWOT*(strength, weaknesses, opportunities, threats)* pada produk tabungan sidiq fathonah dalam meiningkatkan jumlah Dana Pihak Ketiga (DPK) melalui produk Tabungan Sidik Fathonah di KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember? b. Bagaimana penerapan analisis SWOT pada matriks IFAS dan EFAS dalam memberikan gambaran posisi strategis KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember dalam meiningkatkan jumlah Dana Pihak Ketiga (DPK) melalui produk Tabungan Sidik Fathonah?

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Fadilatul Hasanah

Nim : 204105010043

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Perbankan Syariah

Universitas : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **"Strategi Pemasaran Produk Tabungan Sidik Fathonah Dalam Meningkatkan Dana Pihak Ketiga (DPK) di KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember"** ini adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Jember, 27 November 2025
Penulis

Fadilatul Hasanah
NIM.204105010043

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

Lampiran II

PEDOMAN WAWANCARA

STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN SIDDIK FATHONAH DALAM MENINGKATKAN DANA PIHAK KETIGA (DPK) DI KSPPS BMT NU CABANG KALISAT JEMBER

Pedoman pertanyaan wawancara

Nama :

Jenia Kelamin :

Usia :

Alamat :

Tanggal Wawancara :

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Pertanyaan wawancara untuk Kepala Cabang KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember

Kepala Cabang KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember

1. Bagaimana awal berdirinya KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember?
2. Apa Visi dan Misi KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember?
3. Produk apa yang paling banyak diminati?
4. Berapa jumlah nasabah produk tabungan sidik fathonah pada 5 tahun terakhir?
5. Apa saja keunggulan yang ada pada produk tabungan sidik fathonah?
6. Bagaimana Strategi pemasaran yang digunakan di KSPPS BMT NU Cabang Kalisat?
7. Bagaiman pelayanan yang dilakukan di KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember ini?

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

8. Bagaimana reputasi dan kepercayaan masyarakat sekitar daerah kalisat atau masyarakat yang dalam jangkauan KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember?
9. Apa yang menjadi kelemahan di KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember ini dalam meningkatkan Dana Pihak Ketiga (DPK)?
10. Berbicara tentang kelemahan pengambilan dana dalam 1 tahun (tahun ajaran baru) apakah itu bukan termasuk kelemahan bapak, karena melihat dari masyarakat desa yang pekerjaan tidak tetap saya itu menjadi salah satu kekurangan dari produk tabungan sidik fathonah, bagaimana menurut bapak tentang hal itu?
11. Seberapa besar peluang KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember di daerah kalisat mengingat disini mayoritas masyarakat merupakan petani?
12. Apakah inflasi dan pola nonhedonis di masyarakat desa itu bisa menjadi peluang bagi KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember?
13. Apakah KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember melakukan kerjasama dengan lembaga lain?

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Pertanyaan untuk bagian tabungan KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember

Nama :

Jenis Kelamin :

Usia :

Alamat :

Tanggal Wawancara :

Bagian Tabungan KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember

1. Bagaimana strategi pemasaran yang digunakan KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember?

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

2. Apa saja ancaman yang dihadapi pihak KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember yang dapat mempengaruhi Dana Pihak Ketiga (DPK) pada tabungan sidik fathonah?
3. Bagaiman pihak KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember menghadi persaingan ketat dengan lembaga lain?
4. Dilihat dari segi pendidikan di desa apakah hal ini juga termasuk ancaman bagi KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember?
5. Bagaimana dengan regulasi pemerintah apakah menjadi ancaman bagi KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember?

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: https://febi.uinkhas.ac.id/

Nomor : B- 1183 /Un.22/7.a/PP.00.9/10/2024 16 Oktober 2024
Lampiran : -
Hal : **Permohonan Izin Penelitian**

Kepada Yth.
Pimpinan KSPPS BMT NU Cabang Kalisat
Jl. Imam Bonjol No. 19, Krajan II Glagawero, Kalisat, Jember
Jawa Timur 68193

Disampaikan dengan hormat bahwa, dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka bersama ini mohon diizinkan mahasiswa berikut :

Nama	:	Fadilatul Hasanah
NIM	:	204105010043
Semester	:	IX (Sembilan)
Jurusan	:	Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi	:	Perbankan Syariah

Guna melakukan Penelitian/Riset mengenai Strategi Pemasaran Tabungan Sidik Fatonah Dalam Meningkatkan Jumlah Dana Pihak Ketiga (DPK) Di KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember Periode kualitatif di lingkungan/lembaga wewenang Bapak/Ibu.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

A.n. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik,

Nurul Widyawati Islami Rahayu

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

JURNAL PENELITIAN

No	Tanggal	Kegiatan	Paraf
1	16 November 2024	Menyerahkan Surat Izin Penelitian Kepada Kepala Cabang KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember	
2	23 November 2024	Persetujuan Ijin Penelitian Oleh Pihak KSPPS BMT NU Jawa Timur	
3	17 Februari 2025	Melakukan observasi dan wawancara dengan Kepala Cabang KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember	
4	28 April 2025	Wawancara dengan Kepala Cabang dan Bagian Tabungan KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember	
5	18 Mei 2025	Wawancara dengan nasabah KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember	
6	29 Mei 2025	Meminta Surat Selesai Penelitian di KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember	

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Jember, 11 November 2025

Kepala Cabang KSPPS BMT NU Kalisat

Zaifur Rohman, S.E.I

NIP.24042903160129

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

MAJELIS WAKIL CABANG NAHDLATUL ULAMA
KOPERASI SIMPAN PINJAM PEMBIAYAAN SYARIAH (KSPPS)
BMT NU JAWA TIMUR
CABANG KALISAT JEMBER
Mencbar Manfaat Berbagi Keuntungan

Badan Hukum : 188.4/11/BH/XVI.26/435.113/2007 - Akte Notaris No. 08 Tgl. 04 Mei 2007
PAD : P2T/9/09.02/01/XII/2014 - SIUSP : P2T/25/09/06/01/XII/2014 - NPWP : 02.599.962.4-608.000

Alamat Kantor :
Jalan Imam Bonjol Desa Glagahwero
Kec. Kalisat Kab. Jember Kode Pos 68193
HP. 0823 3894 1777 - Telp./Fax. : 0328 661654
Website : www.bmtgapura.com
e-mail : bmtnu_kalisat17@yahoo.co.id

Nomor : 2404/C17/018/KSPPS/BMT NU/V/2025
Lamp : -0-
Perihal : ***Pemberitahuan Selesai Penelitian***

Kalisat, 29 Mei 2025

Kepada Yang Terhormat
Dekan Universitas Islam Negeri
Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Assalamu'alaikum War. Wab.

Salam silaturraim kami sampaikan, semoga kita sekalian tetap berada dibawah lindungan Allah SWT. sehingga tetap diberi kemampuan dalam melaksanakan tugas-tugas keseharian. Amin.

Selanjutnya, disampaikan dengan hormat, sehubungan dengan surat rekomendasi izin penelitian nomor : 2404/029/KSPPS/BMT NU/XI/2024 tanggal 23 November 2024, bahwa telah selesai melakukan penelitian di KSPP Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Kalisat Jember, dengan data :

Nama	:	Fadilatul Hasanah
NIM	:	204105010043
Program Studi	:	Perbankan Syariah
Judul	:	"Strategi Pemasaran Tabungan Sidik Fathanah Dalam Meningkatkan Jumlah Dana Pihak Ketiga (DPK) Di KSPP Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Kalisat Jember"

Demikian harap maklum, atas segala perhatian dan kerja samanya disampikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum War. Wab.

Kepala Cabang

Lailur Rohman, S.E.I
NIP. 2404.290316.0129

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos. 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: https://febi.uinkhas.ac.id/

SURAT KETERANGAN

Kami selaku pembimbing skripsi dengan ini menerangkan bahwa:

Nama	:	Fadilatul Hasanah
NIM	:	204105010043
Program Studi/Fakultas	:	Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Telah melengkapi lampiran naskah skripsi sesuai ketentuan buku pedoman akademik dan berhak diverifikasi untuk mendaftar ujian skripsi, antara lain :

No	Lampiran	Ada	Tidak
1	Lembar persetujuan Pembimbing	✓	
2	Matrik Penelitian	✓	
3	Surat Pernyataan Keaslian Bermaterai dan ditandatangani	✓	
4	Pedoman Wawancara/ Angket Penelitian	✓	
5	Surat Izin Penelitian	✓	
6	Surat Keterangan Selesai Penelitian	✓	
7	Jurnal Kegiatan Penelitian	✓	
8	Dokumentasi Penelitian (Kualitatif dan Kuantitatif Data Primer)	✓	
9	Lampiran Data Sekunder (Hasil penghitungan SPSS dll atau penelitian kuantitatif data sekunder)	✓	
10	Surat keterangan screening turnitin 25% (Bagian Akademik)	✓	
11	Surat Keterangan Selesai Bimbingan Skripsi	✓	
12	Mensitasi 5 artikel jurnal dosen FEBI (sesuai dengan topik Penelitian	✓	
13	Biodata	✓	

Demikian surat ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 27 November 2025
Pembimbing

Aminatus Zahriyah, SE.
NIP.198907232019032012

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: http//uinkhas.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa :

Nama : Fadilatul Hasanah

NIM : 204105010043

Program Studi : Perbankan Syariah

Judul : Strategi Pemasaran Tabungan Sidik Fathonah Dalam Meningkatkan Dan Pihak Ketiga (DPK) Di KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dengan menggunakan aplikasi Turnitin, dengan tingkat kesamaan dari Naskah Publikasi Tugas Akhir pada aplikasi Turnitin kurang atau sama dengan 25%.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Jember, 28 November 2025
Operator Turnitin
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

(Mariyah Ulfah, M.E.I.)
NIP. 197709142005012004

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: http//febi.uinkhas.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor : /Un.22/D.5.KP.4/KM.05.00/11/2025

Yang bertandatangan di bawah ini Koordinator program Studi Perbankan Syariah, menerangkan bahwa :

Nama : Fadilatul Hasanah
NIM : 204105010043
Semester : 11

Berdasarkan keterangan dari Dosen Pembimbing telah dinyatakan selesai bimbingan skripsi. Oleh karena itu mahasiswa tersebut diperkenankan mendaftarkan diri untuk mengikuti Ujian Skripsi.

Jember, 18 November 2025

A.n. Dekan
Koordinator Prodi. Perbankan Syariah

Ana Pratiwi

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

DOKUMENTASI

Wawancara dengan Bapak Lailur Rahman Selaku (Kepala Cabang) KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Wawancara dengan Bapar Faruq Zubairi selaku (Bagian Tabungan) KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

Bersama Karyawan KSPPS BMT NU Kalisat Jember dengan ibu Enik Septiyanik (Bagian Admin & keuangan) dan Bapak Lailur Rahman (Kepala Cabang)

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Wawancara dengan nasabah KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember Ibu Nur Ika Dian Amalia Wali Kelas 5 di SDN Kalisat 03

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

Wawancara dengan nasabah KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember Ibu Rini Pujianti Wali Kelas 2 di SDN Kalisat 03

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

BIODATA PENULIS

IDENTITAS DIRI

Nama	: Fadilatul Hasanah
Nim	: 204105010043
Tempat dan Tanggal Lahir	: Jember, 25 Agustus 2000
Alamat	: Dusun Krajan, RT/RW 004/001, Desa Karangharjo, Kecamatan Silo, Kabupaten Jember
Jenis Kelamin	: Perempuan
Agama	: Islam
Program studi	: Perbankan Syariah
Fakultas	: Ekonomi Dan Bisnis Islam
Institusi	: Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
Email	: dhilafh07@gmail.com

RIWAYAT PENDIDIKAN

1. SDN Karangharjo 1	: 2007-2013
2. SMP Al-Falah Silo	: 2013 - 2016
3. MA 1 Annuqayah Putri Guluk-Guluk	: 2016 - 2019
4. Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember	: 2020 - 2025

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id