

**PENGARUH STRATEGI PEMASARAN PRODUK KOPERASI
JASA KEUANGAN SYARIAH INSAN SEJAHTERA CABANG
CEPIRING TERHADAP MINAT NASABAH**

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S.1)

Dalam Ilmu Syari'ah dan Ekonomi Islam



Oleh :

MUHAMAD CHUSNI MUBAROK

NIM 092411107

**JURUSAN EKONOMI ISLAM
FAKULTAS SYARI'AH DAN EKONOMI ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG**

2013

Drs. H. Hasyim Syarbani, MM
Pelem Gedong No. 6 Tambakaji Semarang

H. Ade Yusuf Mujaddid, M.Ag
Sawangan Elok FB II No. 16 Duren Mekar Depok

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp. : 4 (eksemplar)
Hal : Naskah skripsi
A.n. Muhamad Chusni Mubarak

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam

IAIN Walisongo Semarang

Assalamu'alaikum wr.wb

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah saudara:

Nama : Muhamad Chusni Mubarak
Nim : 092411107
Jurusan : Ekonomi Islam
Judul : "Strategi Pemasaran Produk KJKS Insan Sejahtera Cabang Cepiring dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah".

Selanjutnya kami mohon agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr.wb

Semarang, Oktober 2013

Pembimbing I



Drs. H. Hasyim Syarbani, MM
NIP. 19570913 199603 1002

Pembimbing II



H. Ade Yusuf Mujaddid, M.Ag
NIP. 19670119 199803 1002



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan Telp. / Fax. 7601291, 7624691 Semarang 50185

PENGESAHAN

Nama : Muhamad Chusni Mubarak
NIM : 092411107
Jurusan : Ekonomi Islam
Judul Skripsi : Pengaruh Strategi Pemasaran Produk Koperasi Jasa Keuangan Syariah Insan Sejahtera Cabang Cepiring Terhadap Minat Nasabah.

Telah dimonaqasahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Walisongo Semarang, dan dinyatakan lulus dengan predikat cumlaude/ baik/ cukup, pada tanggal:


18 Desember 2013

Dan dapat diterima sebagai pelengkap ujian akhir guna memperoleh gelar Sarjana (Strata satu/S1) dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Semarang, 18 Desember 2013


Ketua Sidang,

Sekretaris Sidang,



Anthin Lathifah, M.Ag.
NIP. 19751107 200112 2002


H. Ade Yusuf Mujaddid, M.Ag.
NIP. 19670119 199803 1002


Penguji I,


Dr. Hj. Siti Mujibatun, M.Ag.
NIP. 19590413 198703 2001

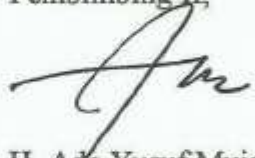
Penguji II,


Ari Kristin Prasetyoningrum, SE., M.Si.
NIP. 19790512 200501 2004

Pembimbing I,


Drs. H. Hasyim Syarbani, MM.
NIP. 19570913 199603 1002

Pembimbing II,


H. Ade Yusuf Mujaddid, M.Ag.
NIP. 19670119 199803 1002

Tiada sesuatupun yang dapat memberikan rasa bahagia melainkan senyum manis penuh bangga dengan penuh rasa bakti, cinta dan kasih sayang dan dengan segala kerendahan hati kupersembahkan skripsi ini untuk:

- ❑ Bapak Nasokha dan Ibu Syafu'atun selaku orang tua tercinta yang telah mendidik dan membesarkanku serta mencurahkan kasih sayangnya.
- ❑ Adik-adikku (M. Ulil Absor dan Indah Fitriyani Firdaus) yang senantiasa memberi inspirasi untuk selalu semangat dalam hidupku.
- ❑ Keluarga besar yang selalu memberikan motivasi dan doa yang tulus.
- ❑ Sahabat-sahabat senasib seperjuangan yang telah memberikan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.

Semoga amal dan baik mereka mendapat balasan yang berlipat ganda dari Allah Yang Maha Kuasa.

DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang telah pernah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Demikian juga skripsi ini tidak berisi satupun pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, 23 Oktober 2013

Deklarator,

Muhamad Chusni Mubarak
NIM. 092411107

ABSTRAK

Dalam era persaingan usaha yang semakin kompetitif seperti sekarang ini setiap Usaha Mikro, Kecil dan menengah (UMKM) serta koperasi perlu menyusun dan menerapkan strategi bisnis yang tepat. Jika tidak, maka tidak menutup kemungkinan suatu UMKM dan koperasi sulit untuk dapat bertahan hidup, apalagi mampu mengungguli para pesaing-pesaingnya. Salah satunya Koperasi Jasa Keuangan Syariah Insan Sejahtera tidak terlepas dari kemampuan lembaga tersebut dibidang pemasaran, terutama kebijaksanaan dan penetapan strategi pada situasi dan kondisi tertentu. Penetapan strategi ini ditentukan oleh manajer pemasaran dengan memaksimalkan *marketing mix* terhadap minat nasabah.

Rumusan masalah penelitian ini adalah apakah variabel *marketing mix* yang terdiri dari produk, harga, tempat dan promosi berpengaruh terhadap minat nasabah di KJKS Insan Sejahtera Cabang Cepiring. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan membuktikan apakah variabel-variabel pada *marketing mix* berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah di KJKS Insan Sejahtera Cabang Cepiring.

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Pengambilan sampel dilakukan dengan cara sampling random (probabilitas). Jumlah nasabah yang diambil sebagai sampel adalah 75 responden. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan menggunakan angket, wawancara, pengamatan, dan dokumentasi, Sedangkan teknik analisis data menggunakan uji validitas dan reabilitas, uji asumsi klasik (uji multikolinearitas, uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas dan uji normalitas), uji koefisien determinasi, serta uji hipotesis (uji F dan uji t).

Dari hasil uji validitas dan reabilitas, diperoleh tiap-tiap instrumen dari semua variabel nilai r_{hitung} di atas 0,227 (alpha 5%) sedangkan *cronbach's alpha* > dari 0,6. Hal ini dapat dinyatakan valid dan reliabel.

Hasil perhitungan secara partial diperoleh untuk produk t_{hitung} (3.713) > t_{tabel} (1.666), harga t_{hitung} (-1.703) < t_{tabel} (1.666), lokasi t_{hitung} (2.220) > t_{tabel} (1.666) dan promosi t_{hitung} (7.539) > t_{tabel} (1.666) yang berarti secara partial produk, tempat dan promosi dinyatakan signifikan sedangkan harga tidak signifikan. Sedangkan hasil uji secara simultan diperoleh F_{hitung} (23.264) > F_{tabel} (2.503), berarti hipotesis menyatakan ada pengaruh signifikan antara produk, harga, tempat dan promosi terhadap minat nasabah di KJKS Insan Sejahtera cabang Cepiring.

Kata kunci: *Marketing Mix* (produk, harga, tempat, dan promosi) dan minat nasabah

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji dan syukur dengan hati yang tulus dan pikiran yang jernih, saya panjatkan kehadiran Allah SWT, atas limpahan rahmat, hidayah, dan taufik serta inayah-Nya. Seandainya seluruh lautan di bumi dijadikan tinta dan pepohonan dijadikan pena tidak akan pernah cukup menuliskan rahmat yang diberikan kepada seluruh makhluk-Nya. Dan tidak lupa pula penulis panjatkan shalawat serta salam kepada sang revolusioner Muhammad Rasulullah SAW, Nabinya seluruh alam. Dengan keteladanan, keberanian dan kesabarannya membawa risalah Islamiyah yang sampai sekarang telah mengangkat derajat manusia dan bisa kita rasakan buahnya.

Skripsi berjudul **“Strategi Pemasaran Produk Koperasi Jasa Keuangan Syariah Insan Sejahtera Cabang Cepiring Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah”**. Skripsi ini disusun guna memenuhi sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana (S.1) pada Fakultas Syari’ah dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang telah memberikan bimbingan dan dorongan baik spiritual maupun materiil sehingga penulis dapat menghadapi berbagai masalah yang berhubungan dengan skripsi ini dengan baik. Oleh karena itu penulis tidak lupa mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. DR. Muhibbin, M.Ag selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang yang senantiasa menjadi suri tauladan bagi seluruh mahasiswa.
2. Bapak DR. Imam Yahya, M.Ag selaku Dekan Fakultas Syari’ah dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang.
3. Pembantu Dekan I, II, dan III Fakultas Syari’ah dan Ekonomi Islam IAIN Walisongo Semarang.
4. Bapak Dr. Ali Murtandho, M.Ag, selaku Kajur Ekonomi Islam, serta Bapak Nur Fatoni, M.Ag, selaku Sekjur Ekonomi Islam.

5. Bapak Drs. H. Hasyim Syarbani, MM selaku dosen pembimbing I dan bapak H. Ade Yusuf Mujaddid, M,Ag selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan pengarahan dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
6. Bapak H. Maltuf Fitri, SE, M.Si, sebagai wali studi penulis yang turut memberi masukan dan arahan selama belajar.
7. Segenap Dosen Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam yang telah menjadi pengajar, pembimbing, panutan dan teman diskusi yang baik untuk perkembangan diri penulis.
8. Kepala cabang dan segenap karyawan Koperasi Jasa Keuangan Syariah Insan Sejahtera yang telah membantu memberikan fasilitas dan waktunya. Semua itu sangat berharga bagi penulis.
9. Bapak Nasokha dan Ibunda Syafu'atun selaku orang tua tercinta yang rela ikhlas mendo'akan dan merestui penulis selama menuntut ilmu sehingga memudahkan dalam menjalaninya, serta telah memberikan materi yang tiada henti tanpa mengharap balasan.
10. Adik-adik penulis (M. Ulil Absor dan Indah Fitriyani Firdaus) yang selalu penulis hormati dan sayangi, kalianlah yang selalu memberikan banyak inspirasi dan membuat penulis terus tanpa henti untuk memberikan yang terbaik sebagai uswah kalian, kalianlah yang penulis banggakan, semoga kalian menjadi anak yang sholeh sehingga kelak mampu menjadi generasi bangsa yang berguna bagi keluarga, ummat, agama, negara dan bangsa.
11. Keluarga besarku tidak bisa saya sebutkan satu persatu karena telah mengajarkan ilmu kehidupan pada penulis, untuk setia dan konsisten dalam menjalani hidup agar tetap tegar dan sabar.
12. Kawan-kawan mahasiswa yang tergabung dalam Himpunan Mahasiswa Islam (HMI), HMI Cabang Semarang, HMI Komisariat Sesemarang, terima kasih atas diskusi-diskusinya untuk melewati hari dengan visi intelektual.
13. Wisma Punokawan, Adi, Ibnu, Ulil, Mujib, Lutfan, terima kasih atas canda, buku, dan semangatnya.

14. Pihak-pihak lain yang secara langsung maupun tidak langsung turut membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi.

Demikianlah ucapan hormat penulis. Semoga jasa dan budi baik mereka, menjadi amal shaleh dan dilipat gandakan oleh Allah SWT. *Amin*

Semarang, 23 Oktober 2013

Penulis,

Muhamad Chusni Mubarak

NIM. 092411107

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN DEKLARASI	vi
HALAMAN ABSTRAK	vii
HALAMAN KATA PENGANTAR	viii
HALAMAN DAFTAR ISI	xi
HALAMAN DAFTAR TABEL	xv
HALAMAN DAFTAR GAMBAR	xvi
HALAMAN DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
1.4 Sistematika Penulisan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Kerangka Teori	
2.1.1. Strategi Pemasaran	

2.1.1.1. Definisi Strategi	9
2.1.1.2. Definisi Pemasaran	11
2.1.2. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	
2.1.2.1. Pengertian Marketing Mix	15
2.1.2.2. Pengertian Variabel-variabel Marketing Mix...	17
1. Produk (<i>Product</i>).....	17
2. Harga (<i>Price</i>)	19
3. Tempat/Lokasi (<i>Place</i>)	20
4. Promosi (<i>Promotion</i>)	21
2.1.3. Minat Nasabah	
2.1.3.1. Definisi Nasabah	23
2.1.3.2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah.....	24
1. Faktor Budaya	24
2. Faktor Sosial	24
3. Faktor Pribadi	25
4. Faktor Psikologi	26
2.1.4. Baitul Maal Wa Tamwil	27
2.1.5. Penelitian Terdahulu	28
2.1.6. Kerangka Teoritik	30
2.2. Hepotesis	31

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Dan Sumber Data	33
3.2 Populasi dan Sampel	34
3.3 Teknik Pengumpulan Data	35
1. Angket (<i>Questionnaire</i>)	35
2. Wawancara (<i>Interview</i>)	37
3. Pengamatan (<i>Observasi</i>)	37
4. Dokumentasi (<i>Documentation</i>)	37
3.4 Variabel Penelitian dan Pengukuran	38

3.5 Metode Analisis Data	40
3.5.1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	40
a. Uji Validitas.....	40
b. Uji Reliabilitas	41
3.5.2. Uji Penyimpangan Asumsi Klasik	41
a. Uji Multikolonieritas	41
b. Uji Autokorelasi	42
c. Uji Heteroskedastisitas	42
d. Uji Normalitas	43
3.5.3. Uji Hipotesis	43
a. Uji Koefisien Regresi Secara Bersama-sama (Uji F)	44
b. Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji t)	44

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum KJKS Insan Sejahtera Cabang Cepiring	
4.1.1. Sejarah Singkat KJKS Insan Sejahtera	45
4.1.2. Visi, Misi, Motto, Filosofi dan Budaya Kerja.....	47
4.1.3. Struktur Organisasi	48
4.2. Karakteristik Responden	48
4.2.1 Jenis Kelamin Responden	49
4.2.2 Usia Responden	50
4.2.3 Pendidikan Responden	51
4.2.4 Pekerjaan atau Profesi Responden	52
4.3. Deskripsi Data Penelitian	54
4.3.1. Produk	55
4.3.2. Harga	56
4.3.3. Tempat/Lokasi	57
4.3.4. Promosi	57
4.3.5. Minat Nasabah	58
4.4. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	59
4.4.1. Analisis Uji Validitas	60

4.4.2. Analisis Uji Reliabilitas	61
4.5. Uji Penyimpangan Asumsi Klasik	62
4.5.1. Uji Multikolonieritas	62
4.5.2. Uji Autokorelasi	63
4.5.3. Uji Heteroskedastisitas	64
4.5.4. Uji Normalitas	65
4.6. Analisis Data	68
4.6.1. Koefisien Determinasi	68
4.6.2. Uji Hipotesis	69
4.6.2.1. Uji Simultan (Uji F)	69
4.6.2.2. Uji Partial (Uji t)	70
4.7. Pembahasan	74

BAB V PENUTUP

5.1. Kesimpulan	81
5.2. Saran	82
5.3. Penutup	83

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian	39
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	50
Tabel 4.2 Usia Responden	51
Tabel 4.3 Pendidikan Responden	52
Tabel 4.4 Pekerjaan Responden	54
Tabel 4.5 Hasil Skor Kuesioner Regresi	55
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Instrumen	61
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	62
Tabel 4.8 Uji Multikolinearitas	63
Tabel 4.9 Uji Autokorelasi	64
Tabel 4.10 Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	67
Tabel 4.11 Uji Pengaruh Secara Simultan	68
Tabel 4.12 Anova	70
Tabel 4.13 Coefisients	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Strategi Pemasaran	16
Gambar 2.2 Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Harga	21
Gambar 2.3 Komponen-komponen dalam Bauran Pemasaran	25
Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran Teoritik	32
Gambar 4.1 Struktur organisasi	49
Gambar 4.2 Jenis Kelamin Responden	51
Gambar 4.3 Usia Responden	52
Gambar 4.4 Pendidikan Responden	53
Gambar 4.5 Pekerjaan Responden	54
Gambar 4.6 Uji Penyimpangan Heteroskedastisitas	65
Gambar 4.7 Grafik Histrogram	66
Gambar 4.8 Normal Probability Plot	67

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Lampiran angket.
- Lampiran 2 : Daftar seluruh jawaban atas angket.
- Lampiran 3 : Surat telah melakukan penelitian.
- Lampiran 4 : Tanggapan responden terhadap masing-masing item pertanyaan.
- Lampiran 5 : Uji Validitas dan Reliabilitas angket.
- Lampiran 6 : Statistik deskriptif untuk 75 Responden KJKS Insan Sejahtera
- Lampiran 7 : Output regresi linier sederhana dari 75 responden.