

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN PADA KOPERASI
SIMPAN PINJAM DAN PEMBIAYAAN SYARIAH (KSPPS) KI AGENG
PANDANARAN SEMARANG**

(Studi Analisis Manajemen Dakwah Bil-Hal)



SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Sebagian Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Jurusan Manajemen Dakwah (MD)

Oleh :

Lutfil Chakim
121311040

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG**

2016

NOTA PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp. : 5 (lima) eksemplar

Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Kepada:

Yth. Bapak Dekan Fakultas

Dakwah dan Komunikasi

UIN Walisongo Semarang

Di Semarang

Assalamu'alaikum wr. wb.

Setelah membaca, mengadakan koreksi, dan perbaikan sebagaimana mestinya,
maka kami menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Lutfil Chakim

NIM : 121311040

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Jurusan/ Konsentrasi : Manajemen Dakwah / Bisnis Islam

Judul : Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pada Koperasi
Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) Ki Ageng
Pandanaran Semarang (Studi Analisis Manajemen Dakwah
Bil-Hal).

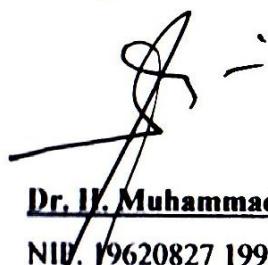
Dengan ini telah saya setujui dan mohon agar segera diujikan. Demikian, atas
perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr. wb.

Semarang, 09 November 2016

Pembimbing,

Bidang Substansi Materi



Dr. H. Muhammad Sulthon, M.Ag.

NIP. 19620827 199203 1 001

Tanggal: 09 November 2016

Bidang Metodologi dan Tata Tulis



Drs. H. M. Mudhofi, M.Ag.

NIP. 19690830 199803 1 001

Tanggal: 11 November 2016

SKRIPSI

STRATEGI PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN PADA KOPERASI SIMPAN PINJAM DAN PEMBIAYAAN SYARIAH (KSPPS) KI AGENG PANDANARAN SEMARANG

(Studi Analisis Manajemen Dakwah Bil-Hal)

Disusun Oleh:

Lutfil Chakim
121311040

Telah dipertahankan di depan Dewan Pengaji
pada tanggal 30 November 2016 dan dinyatakan lulus memenuhi syarat guna memperoleh
Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

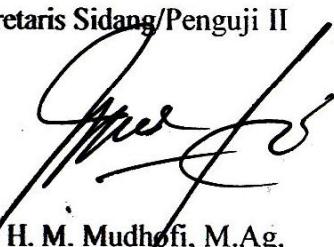
Susunan Dewan Pengaji

Ketua Sidang/Pengaji I



Dr. H. Najahan Musyafak, M.A.
NIP. 19701020 199503 1 001

Sekretaris Sidang/Pengaji II



Drs. H. M. Mudhofi, M.Ag.
NIP. 19690830 199803 1 001

Pengaji III



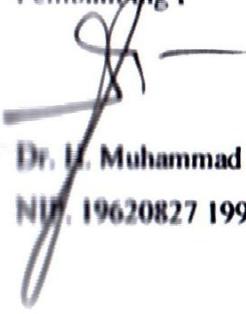
Ariana Suryorini, S.E., MM.SI
NIP. 19770930 200501 2 002

Pengaji IV



Agus Riyadi, S. Sos. I., M.S.I
NIP. 19800816 200710 1 003

Pembimbing I



Dr. H. Muhammad Sulthon, M.Ag.
NIP. 19620827 199203 1 004

Pembimbing II



Drs. H. M. Mudhofi, M.Ag.
NIP. 19690830 199803 1 001

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil kerja saya sendiri dan di dalamnya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi di lembaga pendidikan lainnya. Pengetahuan yang diperoleh dari hasil penerbitan maupun yang belum/tidak diterbitkan, sumbernya dijelaskan di dalam tulisan dan daftar pustaka.

Semarang, 30 November 2016



Lutfil Chakim

NIM. 121311040

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, hidayah, dan inayah-Nya kepada peneliti sehingga karya ilmiah yang berjudul **Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pada “Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) Ki Ageng Pandanaran Semarang”** dapat terselesaikan walaupun setelah melalui beberapa hambatan dan rintangan. Shalawat dan salam semoga terlimpah kepada Nabi Muhammad SAW yang telah mengantar umatnya dari zaman kebodohan sampai pada zaman terangnya kebenaran dan ilmu pengetahuan.

Terima kasih penulis sampaikan kepada semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu peneliti selama proses penulisan skripsi ini. Untuk itu, di dalam kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada :

1. Rektor UIN Walisongo Semarang, Prof. Dr. H. Muhibbin, M.Ag.
2. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang, Dr. H. Awaludin Pimay, Lc., M.Ag.
3. Dr. H. Muhammad Sulthon, M.Ag. dan Drs. H. M. Mudhofi, M.Ag. selaku pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu dosen di lingkungan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang atas segala ilmu yang telah diberikan.
5. Segenap karyawan dan karyawati di lingkungan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.
6. Segenap pengurus, karyawan, dan karyawati BMT Walisongo Mijen Semarang atas kerjasamanya dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
7. Kedua orang tua yang telah tulus memberikan doa dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan studi strata 1 di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.
8. KSPPS Ki Ageng Pandanaran Semarang, Manajer Bapak Maryono, S.E. dan segenap pengurus, yang telah memberikan izin dan membantu dalam pengumpulan data, baik berupa profil KSPPS maupun penelitian terhadap dokumentasi pembiayaan KSPPS.
9. Dan semua pihak yang tak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Kepada mereka semua tidak ada sesuatu yang dapat peneliti berikan sebagai imbalan, kecuali do'a "Semoga Allah membala kebaikannya dengan balasan yang lebih baik dan lebih banyak".

Dalam penyelesaian karya ilmiah ini peneliti telah mencerahkan segenap usaha yang maksimal dengan berbagai keterbatasan yang dimiliki oleh peneliti. Peneliti menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan dan kesalahan, baik dari segi isi maupun tulisan. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat konstuktif sangat peneliti harapkan demi kesempurnaan di masa yang akan datang.

Akhirnya dengan segala kerendahan hati peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti dan pembaca yang budiman. Kesempurnaan hanya milik Allah SWT dan segala kekurangan milik kita semua.

Semarang, 30 November 2016
Peneliti

Lutfil Chakim

PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati dan rasa syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah serta inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah ini dengan baik. Shalawat serta salam tidak lupa penulis haturkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW yang insyaallah memberikan syafa'at kepada umat Nabi Muhammad SAW yang beriman. Tidak lupa karya ini penulis persembahkan untuk:

1. Kedua orang tuaku, yang selalu mendo'akan penulis sepanjang waktu, yang selalu memberikan dorongan dikala rapuh, selalu mencerahkan kasih sayangnya yang tiada habis serta mendidik anaknya agar menjadi seperti anak yang diharapkan.
2. Teman-teman seperjuangan (Oktafiani Mandasari, Ma'un, Jalal Suyuti, Kiswanti Rokhimah, Nikmatul Lailiyah, Hamzah Fankhuri, Khofidotul Alfiyah dan teman-temanku yang tak dapat kusebutkan satu persatu) terima kasih atas motivasi kalian hingga saat ini.
3. Teman-teman MD B Angkatan 2012 yang telah memberikan banyak waktunya untuk sedikit canda tawa penghilang penat dan bosan dalam perkuliahan selama hampir 4 tahun ini.

MOTTO

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَأَنْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَآذُكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا

لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

“Apabila shalat telah dilaksanakan, bertebaranlah kamu di muka bumi; carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung”

(QS. Al-Jumu’ah [62] : 10)

ABSTRAK

Lutfil Chakim (121311040)

Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pada KSPPS Ki Ageng Pandanaran Semarang (Studi Analisis Manajemen Dakwah Bil-Hal).

KSPPS Ki Ageng Pandanaran Semarang merupakan KSPPS yang sudah lama berdiri dibawah naungan 3 masjid (Arrohmah, Ki Ageng Pandanaran, dan Al-Iman) dan 2 musholla (Baitussalam dan Mugas). Dalam perkembangannya KSSPS melakukan proses kemandirian asset dengan menjadikan KSPPS menjadi lembaga yang berbadan hukum. Masjid dan KSPPS tetap melaksanakan visi dakwah bil-hal sebagaimana masih tergabung 3 masjid dan 4 mushola. KSPPS Ki Ageng Pandanaran Semarang KSPPS berdiri sejak tahun 1998 dan proses kemandirian dilakukan pada tahun 2003. Lokasi KSPPS sangat strategis selain menjadi peluang akan tetapi banyak lembaga keuangan yang berdiri disekitar KSPPS secara tidak langsung menjadi ancaman. Peneliti tertarik untuk meneliti strategi pemasaran produk pembiayaan pada KSPPS Ki Ageng Pandanaran Semarang dengan studi analisis manajemen dakwah bil-hal. Serta manajemen strategi dalam memanfaatkan peluang dan menghadapi ancaman. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk meneliti strategi pemasaran produk pembiayaan pada KSPPS Ki Ageng Pandanaran Semarang dengan manajemen strategi dalam memanfaatkan peluang dan menghadapi ancaman. Sehingga kehadirannya dapat menciptakan kesejahteraan bagi umat sebagai implementasi dari dakwah bil-hal.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (*field research*) yang bersifat kualitatif. Data primer adalah data yang diperoleh dari manajer, sekretaris, dan anggota KSPPS Ki Ageng Pandanaran Semarang. Data sekunder adalah buku-buku referensi yang akan melengkapi data yang telah ada. Metode pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah wawancara, telaah dokumen, dan observasi. Dalam menganalisis data, peneliti menggunakan teknis analisis data kualitatif.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa analisis manajemen dakwah bil-hal, KSPPS Ki Ageng Pandanaran Semarang yang menggunakan strategi pemasaran yang Islami dapat berkembang secara mandiri. Dalam Perkembangan KSPPS Ki Ageng Pandanaran Semarang tidak terlepas dari komitmen untuk melaksanakan strategi pemasaran syariah dengan nilai-nilai yang mengambil konsep dari keteladanan sifat Rasulullah SAW, yaitu sifat *shiddiq* dapat dilihat pada aspek pelayanan pembiayaan yang jujur dan transparan, *amanah* dengan menumbuhkan rasa tanggung jawab atas dana yang terhimpun dari anggota, *fathanah* dengan mengikuti Pelatihan untuk meningkatkan kualitas SDM, dan *tabligh* yaitu mengajak sekaligus memberikan contoh kepada pihak lain untuk melaksanakan ketentuan-ketentuan ajaran Islam dalam setiap gerak aktivitas ekonomi yang dilakukan sehari-hari. Di samping itu KSPPS juga mengembangkan nilai *istiqamah* yaitu konsisten dalam penerapan aturan syariah.

Di samping itu KSPPS Ki Ageng Pandanaran Semarang juga menerapkan strategi pemasaran konvensional yang terdiri dari Bauran Pemasaran (*marketing mix*) dan analisis SWOT. Namun, dalam perjalannya KSPPS lebih menekankan pada nilai keislamannya dan pemasaran seperti ketuhanan, keindahan, realistik, dan humanis. Selain itu, spiritual marketing yang digunakan dalam strategi pemasaran KSPPS Ki Ageng Pandanaran Semarang dinilai efektif karena pada perkembangannya meskipun menggunakan sistem syariah banyak kalangan non-muslim tertarik untuk menabung ataupun melakukan pembiayaan. Selain mengenalkan nilai dan sistem ekonomi syariah secara persuasif (mengajak) kepada masyarakat, KSPPS Ki Ageng Pandanaran Semarang juga hadir sebagai praktisi dakwah bil-hal dalam meningkatkan kejahteraan umat dengan memberikan bantuan pembiayaan kepada umat yang membutuhkan dana tanpa ada biaya bagi hasil.

Kata kunci: Manajemen Dakwah Bil-hal, Strategi Pemasaran, Marketing Syariah.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
HALAMAN MOTTO.....	viii
HALAMAN ABSTRAKSI.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan dan Manfaat Penulisan Skripsi	5
D. Kajian Pustaka.....	6
E. Metode Penelitian.....	8
F. Sistematika Penulisan Skripsi	11

BAB II : MANAJEMEN DAKWAH BIL-HAL:

STRATEGI PEMASARAN KOPERASI SYARIAH

A. Pengertian Pemasaran.....	13
B. Konsep Pemasaran	14
C. Pemasaran Dalam Islam	17
1. Perkembangan Marketing Menuju Marketing Syariah	17
2. Spiritual Markeing.....	19
3. Nilai-nilai Pemasaran Syariah	20
D. Strategi Produk	22
1. Pengertian Produk.....	22
2. Strategi Produk	24
E. Strategi Pemasaran	26
1. Analisis SWOT.....	27
2. Strategi Bauran Pemasaran.....	27

F. Manajemen Dakwah Bil-Hal.....	29
G. Koperasi Syariah	33
BAB III : MENGENAL SEKILAS KSPPS KI AGENG PANDANARAN:	
SEJARAH, VISI, MISI, PRODUK, DAN STRATEGI PEMASARAN	
A. Sejarah Perkembangan KSPPS Ki Ageng Pandanaran Semarang	37
B. Visi, Misi, dan Moto KSPPS Ki Ageng Pandanaran Semarang	45
C. Struktur Organisasi KSPPS Ki Ageng Pandanaran Semarang.....	45
D. Produk-produk.....	48
E. Cara Pengajuan Pembiayaan Investasi	49
F. Perekonomian KSPPS Ki Ageng Pandanaran Semarang.....	51
G. Strategi Pemasaran dan Pengelolaan Usaha.....	53
H. Anggota KSPPS Ki Ageng Pandanaran Semarang	57
BAB IV : ANALISIS MANAJEMEN STRATEGI PEMASARAN PRODUK	
PEMBIAYAAN PADA KI AGENG PANDANARAN SEMARANG	
DALAM MEMANFAATKAN PELUANG DAN MENGHADAPI	
ANCAMAN	
A. Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan KSPPS Ki Ageng Pandanaran Semarang	59
B. Analisis Manajemen Strategi Pada KSPPS Ki Ageng Pandanaran Semarang Dalam Memanfaatkan Peluang dan Menghadapi Ancaman	70
BAB V : PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	79
B. Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Wilayah Pemasaran KSPPS Ki Ageng Pandanaran.....	51
Tabel 2.	Pembiayaan Investasi Yang Disalurkan.....	52
Tabel 3.	Realisasi Tingkat Kollektabilitas Pembiayaan.....	52
Tabel 4.	Data Perkembangan KSPPS Ki Ageng Pandanaran	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Bentuk Struktur organisasi KSPPS Ki Ageng Pandanaran Semarang..... 46

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Pertanyaan

Lampiran 2. Foto-foto Penelitian Pada KSPPS Ki Ageng Pandanaran

Lampiran 3. Dokumen BMT Walisongo

Lampiran 4. Surat Bukti Penelitian