

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Perkembangan lembaga keuangan mikro syariah (LKMS) di Indonesia terus meningkat dan mempunyai banyak peran penting dalam meningkatkan perekonomian masyarakat Indonesia. Lembaga keuangan didirikan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat miskin atau membutuhkan dalam memberikan kredit dan pengentasan kemiskinan di Indonesia. Perkembangan perekonomian Indonesia yang semakin meningkat saat ini dapat dilihat dengan munculnya banyak prinsip syariah Islam selain perbankan syariah, yaitu koperasi syariah yang kegiatannya terdiri dari penghimpunan dana dan penyaluran dana (pembiayaan) melalui berbagai sistem. Masyarakat Indonesia yang sebagian besar beragama Islam juga harus merasakan sistem kelembagaan keuangan yang dapat menghindari unsur riba (bunga) dan mengalihkan mereka ke sistem keuangan Islam yang disebut bagi hasil. Dengan sistem bagi hasil, jumlahnya baru diketahui setelah berusaha dan keuntungan diperoleh. Artinya, besaran pembagian keuntungan selalu berubah-ubah dari waktu ke waktu sesuai dengan keuntungan yang dihasilkan oleh pengelola dana tersebut.¹

Kehadiran koperasi syariah memberikan peluang bagi masyarakat untuk berbisnis. Koperasi Islam ialah perusahaan atau badan usaha yang terdiri dari kelompok, organisasi atau perkumpulan yang mengejar tujuan bersama.

¹ Dewi Agustiya Ningsih, Ani Hayatul Masruroh, "Analisis Perbandingan Sistem Pemberian Kredit Pada Koperasi Syariah dan Koperasi Konvensional", *Jurnal PETA*, Vol. 3 No. 1, (Januari 2018), 86.

Koperasi biasanya menganut prinsip dasar kekeluargaan dan kebaikan bersama.² Koperasi ialah suatu sistem yang didasarkan pada sistem ekonomi yang mencakup unsur-unsur sosial. Unsur sosial ialah kerja sama yang bermakna melibatkan pemenuhan kebutuhan sehari-hari orang lain. Sebagai suatu sistem ekonomi, koperasi harus dijalankan sesuai dengan prinsip ekonomi dan motif ekonomi. Unsur-unsur sosial yang termasuk dalam prinsip Koperasi tidak bersifat kedermawanan, melainkan fokus pada hubungan antar anggota dan antara anggota dengan pengurus.³ Berkembangnya koperasi syariah dimulai dengan berkembangnya industri syariah di Indonesia yang diawali dengan berdirinya bank syariah pertama pada tahun 1992. Secara hukum koperasi syariah dinaungi oleh Keputusan Menteri (Kepmen) Koperasi dan UKM Republik Indonesia Nomor 91 tahun 2004 tentang Petunjuk Pelaksanaan Kegiatan Usaha Koperasi Jasa Keuangan Syariah.⁴ Koperasi syariah ialah koperasi yang memiliki prinsip operasi, tujuan, dan proses bisnisnya berlandaskan Al-Quran dan As-Sunnah. Ketika koperasi memiliki badan usaha simpan pinjam yang produktif, maka seluruh produk dan operasionalnya harus dilakukan sesuai dengan fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) Dewan Syariah Nasional (DSN). Berdasarkan hal tersebut, koperasi syariah dilarang berbisnis yang mengandung unsur permainan (*maysir*) dan ketidakpastian (*gharar*). Selain itu, koperasi syariah sebagaimana lembaga

² Muhammad Wandinsyah R. Hutagalung dan Sarmiana Batubara, "Peran Koperasi Syariah Dalam Meningkatkan Perekonomian dan Kesejahteraan Masyarakat di Indonesia", *Jurnal Ilmiah Ekonomi*, (2021), 3-4.

³ Sattar, *Buku Ajar Ekonomi Koperasi SHU dalam Manajemen Koperasi* (Yogyakarta: CV Budi Utama), 16-17.

⁴ Sukmayadi, *Koperasi Syariah Dari Teori Untuk Praktek* (Bandung: Alfabeta, 2020), 10-11.

syariah lainnya tidak diperbolehkan melakukan transaksi derivatif.⁵ Banyak kendala dalam perkembangan koperasi, kendala utamanya yaitu persaingan usaha dengan badan lainnya. Oleh karena itu, koperasi sangat cocok untuk menunjang perekonomian masyarakat, selain itu juga mendukung sektor informal yang sangat digeluti oleh sebagian besar masyarakat. Koperasi syariah yang berlandaskan kaidah syariah tentu sangat menekankan aspek altruisme atau semangat mendahulukan kepentingan bersama dan membela keadilan sosial, berprinsip pada nilai ketuhanan, persaudaraan dan kepedulian yang sungguh-sungguh terhadap kesejahteraan pimpinan anggotanya.⁶

Salah satu koperasi syariah di Tulungagung adalah Koperasi Syirkah Muslim Indonesia merupakan lembaga yang banyak diminati masyarakat setempat, produk yang ditawarkan juga sangat beragam yaitu produk simpanan dan juga produk jasa. Lembaga Koperasi Syirkah Muslim Indonesia harus memiliki tujuan tertentu untuk mencapai hasil yang sebesar-besarnya. Koperasi Syirkah Muslim Indonesia merupakan koperasi konsumen yang berkomitmen untuk melakukan transaksi muamalah secara syar'i di bimbing oleh beberapa guru/ustadz dan mentor yang berkualitas dibidangnya. Dengan demikian, koperasi ini menjadi solusi bisnis halal tanpa riba, denda dan sita bagi umat Islam pada umumnya. Perkembangan dan dinamika ekonomi memberikan peluang dan tantangan, sehingga pelaku usaha dapat berpartisipasi. Oleh karena itu, pengembangan dan pengelolaan bisnis merupakan hal yang sangat

⁵ *Ibid.*, 58.

⁶ Lindiawatie, dan Dhona Shahreza, "Peran Koperasi Syariah BMT Bumi Dalam Meningkatkan Kualitas Usaha Mikro", *Jurnal Ekonomi Syariah dan Filantropi Islam*, Vol. 2, No. 1, (Juni 2018), 3-4.

penting untuk meningkatkan kemampuan anggota koperasi dan mensejahterakan masyarakat luas yang menjadi tumpuan dari sebuah perkembangan koperasi syariah. Peneliti memilih Koperasi Syirkah Muslim Indonesia Tulungagung karena memiliki perbedaan dan keunggulan dibandingkan dengan KSPPS BMT Pahlawan Tulungagung, dan KSPPS BTM Surya Dana Tulungagung sebagai berikut:

Tabel 1.1

Perbedaan Koperasi Syirkah Muslim Indonesia Tulungagung, KSPPS BMT Pahlawan Tulungagung, dan KSPPS BTM Surya Dana Tulungagung

Pembeda	KSMI Tulungagung	KSPPS BMT Pahlawan Tulungagung	KSPPS BTM Surya Dana Tulungagung
Produk yang dilayani	Produk simpanan antara lain: Simpanan Pokok, Simpanan Wajib, Simpanan Sukarela, Simpanan Wajib Khusus, Simpanan Tabungan, Simpanan Haji, Simpanan Pelajar, Simpanan Qurban Terencana	Produk simpanan antara lain: Simpanan atau Tabungan Simpanan Pokok, Simpanan Wajib, Simpanan Pokok Khusus, Simpanan Sukarela, Simpanan Investasi Khusus.	Produk simpanan antara lain: Tabungan Simuka, Tabungan Siwada, dan Modal Penyertaan.

Pembeda	KSMI Tulungagung	KSPPS BMT Pahlawan Tulungagung	KSPPS BTM Surya Dana Tulungagung
	<p>Produk Jasa/Pembiayaan antara lain: Pembiayaan <i>Taqsih</i> (Kredit), Umroh Syariah, Pembiayaan Jasa Rehab/Konstruksi Rumah, Pembiayaan Ijarah, Pembiayaan Ishtisna</p>	<p>Produk Pembiayaan antara lain: Pembiayaan Musyarakah, Pembiayaan Murabahah, Pembiayaan <i>Taqsih</i> (Kredit) Pembiayaan Ba'i Bitsaman Ajil, dan Pembiayaan Qordul Hasan.</p>	<p>Produk Pembiayaan antara lain: Pembiayaan Musyarakah, Pembiayaan Murabahah, Qardhul Hasan, dan Pembiayaan <i>Taqsih</i> (Kredit) serta Jasa-Jasa Lain.</p>
Waktu operasional	Buka setiap senin-sabtu, tutup pada hari minggu.	Buka setiap senin-jumat, tutup pada hari sabtu dan minggu.	Buka setiap senin-sabtu, tutup pada hari minggu.
Margin	1,2% - 1,5%	2,5%	2,5% - 3%

Pembeda	KSMI Tulungagung	KSPPS BMT Pahlawan Tulungagung	KSPPS BTM Surya Dana Tulungagung
Tempat	KSMI Tulungagung lokasinya sangat strategis dan mudah diakses karena dekat jalan raya , banyak penduduk, dekat Pasar Bangoan, dekat pendidikan.	KSPPS BMT Pahlawan lokasinya cukup strategis karena dekat akses jalan raya dan Pasar Ngemplak.	KSPPS BTM Surya Dana lokasinya cukup strategis dekat Pasar Campur Darat, perumahan penduduk.
Promosi	Online: Brosur, Facebook, Instagram, Whatsaap. Offline: Brosur, spanduk, kunjungan pasar, mendatangi perusahaan dan UMKM serta <i>personal selling</i> .	Online: Brosur, Facebook, Instagram, Whatsaap. Offline: Brosur, Spanduk, dan kunjungan pasar.	Online: Brosur, Facebook, Instagram, Whatsaap. Offline: Brosur, Spanduk, dan kunjungan pasar.
Cara bertransaksi	Jemput bola, datang langsung ke kantor, transfer	Jemput bola dan datang langsung ke kantor.	Jemput bola dan datang langsung ke kantor.

Pembeda	KSMI Tulungagung	KSPPS BMT Pahlawan Tulungagung	KSPPS BTM Surya Dana Tulungagung
Pembiayaan <i>Taqsih</i>	Pembiayaan <i>taqsith</i> pada KSMI dengan melakukan persetujuan kedua belah pihak jika setuju akan diberikan barang yang diinginkan bukan uang, jika ada masalah saat setoran tidak adanya denda, nilai jual kredit pertempo, dan tidak ada pinalty jika dibayar lunas serta syarat dan pengajuan mudah dan tidak ribet	Pembiayaan <i>taqsith</i> pada KSPPS BMT Pahlawan Tulungagung dengan melakukan persetujuan kedua belah pihak namun jika ada kesalahan pada saat pembayaran maka tetap sesuai dengan kesepakatan diawal.	Pembiayaan <i>taqsith</i> pada KSPPS BTM Surya Dana Tulungagung dengan melakukan keuntungan tambahan sesuai dengan kesepakatan, Pembayaran pokok dilakukan pada akhir bulan telah disepakati dan pembayaran margin dilakukan setiap bulan secara angsuran sesuai dengan waktu telah disepakati.

Sumber data: Hasil wawancara dengan staff relationship officer Koperasi Syirkah Muslim Indonesia Tulungagung, staff KSPPS BMT Pahlawan dan staff KSPPS BTM Surya Dana Tulungagung.

Dari tabel diatas ada perbedaan antara Koperasi Syirkah Muslim Indonesia Tulungagung dengan lainnya yang terletak pada margin yang ditetapkan pada Koperasi Syirkah Muslim Indonesia Tulungagung sebanyak 1,2%-1,5% lebih rendah dari koperasi syariah lainnya. Selain bertujuan untuk mendapatkan keuntungan, KSMI juga bergerak dalam bidang dakwah yang artinya ketika transaksi lain berupa uang (konvensional-riba), yang dipahami dikoperasi yaitu sesuatu yang diharamkan memiliki margin yang tinggi, KSMI juga menyajikan pembiayaan yang halal dan murah dengan harapan masyarakat bisa merasakan bahwasanya pembiayaan *taqsith* dengan cara yang halal itu lebih baik. Lokasi yang dekat pasar bangoan dan dekat kawasan pendidikan yang memudahkan masyarakat dan mahasiswa untuk mengajukan permohonan serta pembelian kredit barang dengan akad *taqsith*. *Personal selling* merupakan metode penjualan pribadi yang menggunakan interaksi manusia antara perwakilan penjualan dan prospek untuk mempengaruhi keputusan dalam memilih produknya. Tujuan dari *personal selling* yaitu membangun kualitas merek dan produk dari penawaran dan keuntungan, meningkatkan penjualan produk , membangun hubungan erat antara produsen dan konsumen. Pembiayaan *taqsith* syarat dan pengajuan mudah dan tidak ribet sehingga banyak peminatnya. Berikut data bahwa jumlah nasabah mengalami

peningkatan selama 5 tahun terakhir semenjak dibukanya Koperasi Syirkah Muslim Indonesia Tulungagung pada tahun 2018.

Tabel 1.2

**Jumlah Anggota Nasabah Koperasi Syirkah Muslim Indonesia Tulungagung
Tahun 2018-2022**

Tahun	Jumlah nasabah
2018	104
2019	305
2020	494
2021	657
2022	1070

Sumber data: Hasil wawancara dengan staff Koperasi Syirkah Muslim Indonesia

Tabel di atas menunjukkan jumlah peningkatan anggota nasabah dari tahun ke tahun. Koperasi Syirkah Muslim Indonesia Tulungagung dari tahun 2018-2022 menunjukkan perkembangan yang signifikan sejak dibukanya Koperasi Syirkah Muslim Indonesia Tulungagung. Hal ini memperlihatkan bahwa tingkat kepercayaan masyarakat akan keberadaan Koperasi Syirkah Muslim Indonesia Tulungagung sangat baik. Pada tahun 2018 memiliki nasabah sebanyak 104, tahun 2019 memiliki nasabah sebanyak 305, tahun 2020 memiliki nasabah sebanyak 494, tahun 2021 memiliki nasabah sebanyak 657, dan pada tahun 2022 memiliki nasabah sebanyak 1070.

Koperasi Syirkah Muslim Indonesia memberikan pembiayaan dalam bentuk jual beli kredit untuk barang yang dibutuhkan oleh anggota koperasi

dan selanjutnya setelah barang yang diperoleh, baru dijual kepada anggota koperasi dengan harga jual yang disepakati dan anggota koperasi dapat membayar secara mengangsur atau melunasi pada periode tertentu (jatuh tempo). Pembiayaan *taqsith* merupakan salah satu produk unggulan pada Koperasi Syirkah Muslim Indonesia, karena kredit di koperasi ini adalah layanan untuk anggota koperasi yang ingin membeli barang di Koperasi Syirkah Muslim Indonesia karena dikelola sesuai syari'ah, tanpa bunga dan bebas dari riba. Jual beli dengan akad *taqsith* ialah transaksi non tunai dimana pembeli menerima barang sebagai objek jual beli, tetapi tidak membayar harga seluruhnya atau sebagian dengan membayar pembayaran sesuai dengan perjanjian sistem kredit.⁷ Pada Koperasi Syirkah Muslim Indonesia jual beli kredit dengan cara produk yang ditawarkan terhadap kepemilikan barang dengan cara anggota mengajukan terlebih dahulu barang yang diinginkan kemudian Koperasi Syirkah Muslim Indonesia tidak memberikan langsung berupa uang namun membelikan barang yang diinginkan anggota, prosesnya cepat dan mudah, apalagi anggotanya sudah terpercaya, setelah itu anggota membayar angsurannya setiap bulan.⁸ Berikut data jumlah anggota nasabah pembiayaan *taqsith* di Koperasi Syirkah Muslim Indonesia Tulungagung.

⁷ Imam Mustofa, *Fiqih Muamalah Kontemporer* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2016), 49.

⁸ Rizki Prima Sentosa selaku Staff Relationship Officer, Koperasi Syirkah Muslim Indonesia, Tulungagung, 14 Desember 2022.

Tabel 1.3**Jumlah Anggota Nasabah Pembiayaan *Taqsih* Tahun 2018-2022**

Tahun	Jumlah nasabah
2018	37
2019	156
2020	187
2021	210
2022	406

Sumber data: Hasil wawancara dengan staff Koperasi Syirkah Muslim Indonesia Tulungagung.

Dari tabel diatas terdapat bahwa jumlah anggota pembiayaan *taqsith* terus berkembang setiap tahunnya yaitu tahun 2018 sebanyak 37 nasabah, tahun 2019 sebanyak 156 nasabah, tahun 2020 sebanyak 187 nasabah, tahun 2021 sebanyak 210 nasabah dan pada tahun 2022 sebanyak 406 nasabah.

Penerapan Strategi bertujuan untuk meningkatkan jumlah nasabahnya kendala yang dihadapi yaitu modifikasi harga yang belum maksimal, desain produk yang kurang sesuai, promosi yang kurang maksimal serta agar berjalan maksimal harus juga dibarengi dengan kejujuran dan keadilan sehingga tercipta sesuai dengan yang diinginkan.⁹ Strategi pengembangan pembiayaan *taqsith* merupakan upaya untuk meningkatkan jumlah nasabah dengan cara mengembangkan atau menghadirkan produk-produk koperasi syariah kepada nasabah. Dalam dunia bisnis sangat penting untuk mengembangkan strategi

⁹ Ali Samsuri, *Marketing Mix Sebagai Strategi Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Perbankan Syariah* (Jurnal Perbankan Syariah: IAIN Kediri, 2017), 69-70.

sebagai bentuk antisipasi dalam menghadapi situasi yang tidak terduga, sehingga lembaga keuangan syariah harus memiliki strategi dan rencana yang matang untuk meningkatkan jumlah nasabah untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Dengan strategi pengembangan produk yang baik dapat mengantisipasi ancaman masa depan dari perubahan lingkungan dan mengendalikan apa yang dapat terjadi pada lembaga dapat memudahkan dalam mencari solusinya. Dalam pengembangan produk juga memasarkan produk yang efisien, memerlukan keterampilan baru, menghemat biaya, atau mengembangkan produk yang relatif sederhana namun mudah diterima masyarakat¹⁰ Pada dasarnya setiap lembaga pasti memiliki keunggulan produk yang dimilikinya untuk meningkatkan jumlah nasabahnya. Koperasi syariah harus mencermati perkembangan kinerja dan berusaha untuk meningkatkan kinerja tersebut untuk mencapai posisi bersaing yang baik. Perencanaan strategis sangat penting bagi lembaga keuangan karena perencanaan strategis yang baik dapat membantu lembaga keuangan beradaptasi dengan perubahan dengan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal sehingga dapat berhasil dan mencegah masalah di masa depan.¹¹

Berdasarkan konteks penelitian diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Strategi Pengembangan Produk Pembiayaan *Taqsith* dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah (Studi Kasus Koperasi Syirkah Muslin Indonesia Tulungagung)”.

¹⁰ Hery, *Kajian Riset Akuntansi: Mengulas Berbagai Hasil Penelitian Terkini Dalam Bidang Akuntansi dan Keuangan* (Jakarta: PT. Grasindo, 2017), 2.

¹¹ Hardiyanti dkk, Strategi Marketing Funding Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah di Bank BNI Syariah Pare Pare, *Jurnal Manajemen dan Perbankan Syariah*, Vol 3 (November 2021), 88.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian konteks penelitian yang diuraikan di atas, maka dirumuskan fokus penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pengembangan produk pembiayaan *taqsith* di Koperasi Syirkah Muslim Indonesia Tulungagung?
2. Bagaimana peran strategi pengembangan produk pembiayaan *taqsith* dalam meningkatkan jumlah nasabah di Koperasi Syirkah Muslim Indonesia Tulungagung?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dengan penelitian ini ialah:

1. Untuk menjelaskan strategi pengembangan produk pembiayaan *taqsith* di Koperasi Syirkah Muslim Indonesia Tulungagung.
2. Untuk menjelaskan peran strategi pengembangan produk pembiayaan *taqsith* dalam meningkatkan jumlah nasabah di Koperasi Syirkah Muslim Indonesia Tulungagung.

D. Manfaat Penelitian

Dasarnya sebuah penelitian memiliki manfaat. Setiap penelitian pasti memiliki manfaat baik secara teoritis maupun kegunaan secara praktis. Adapun manfaat penelitian ini yakni:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dibidang pemikiran dan pengetahuan yang berguna dan bermanfaat di

bidang lembaga mikro keuangan syariah mengenai strategi pengembangan produk pembiayaan *taqsith* dalam meningkatkan jumlah nasabah. Sehingga hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan kajian sehubungan dengan penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa membantu lembaga dalam mengoptimalkan dan menjadi wawasan dalam meningkatkan strategi pengembangan produk pembiayaan *taqsith* dalam meningkatkan jumlah nasabah sehingga lebih baik lagi untuk kedepannya.

E. Telaah Pustaka

Dengan adanya telaah pustaka dapat diketahui judul penelitian dan penjelasan singkat hasil penelitian sebelumnya dengan penelitian yang dilakukan. Berikut adalah penelitian-penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan topik penelitian tertulis:

1. Skripsi dengan judul “Strategi Pengembangan Produk Tabungan IB Hijrah Haji Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Haji (Studi Kasus PT. Bank Muamalat KCP Nganjuk)” oleh Zuni Fitriyatul Hasanah, Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Program Studi Perbankan Syariah IAIN Kediri tahun 2022.

Berdasarkan penelitian tersebut dihasilkan bahwa strategi pengembangan produk berfokus pada prosedur pengembangan produk berpusat pada upaya untuk meningkatkan jumlah nasabah dengan membuat dan membeli produk baru dengan nasabah. Strategi

pengembangan produk tabungan haji IB Hijrah PT. Bank Muamalat KCP Nganjuk dalam meningkatkan jumlah nasabahnya adalah membantu melalui strategi dasar yaitu dapat membuka rekening investasi haji meskipun tidak memiliki modal yang memadai, memperluas penyajian barang, usaha dan pendidikan terhadap aplikasi M-Din oleh nasabah, mengatur item dana cadangan hijrah dan multiservices pendukung untuk pendaftar haji.¹²

Persamaan penelitian penulis dengan Zuni Fitriyatul Hasanah yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif dan sama-sama memfokuskan penelitian pada strategi pengembangan produknya. Sedangkan perbedaanya terletak pada: pertama, objek penelitian kajian penulis objek penelitiannya di Koperasi Syirkah Muslim Indonesia Tulungagung sedangkan dengan penelitian Zuni Fitriyatul Hasanah di PT. Bank Muamalat KCP Nganjuk. Kedua, cara yang dilakukan, jika penelitian penulis menggunakan strategi pengembangan produk pembiayaan *taqsith* dalam meningkatkan jumlah nasabah sedangkan penelitian Zuni Fitriyatul Hasanah menggunakan strategi pengembangan produk tabungan IB hijrah haji dalam meningkatkan jumlah nasabah haji.

2. Skripsi dengan judul “Strategi Promosi Produk Simpanan Wadiah Yad-Dhamanah Dalam Meningkatkan Jumlah Anggota Dalam Perspektif Marketing Syariah (Studi Kasus: KSP Al-'Ula Sejahtera di Desa Nglawak, Kertosono)” oleh Dwi Noviantari, Mahasiswa Fakultas

¹² Zuni Fitriyatul Hasanah, *Skripsi*: “Strategi Pengembangan Produk Tabungan IB Hijrah Haji Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Haji (Studi Kasus PT. Bank Muamalat KCP Nganjuk)”, (Kediri: IAIN Kediri, 2022).

Ekonomi dan Bisnis Islam, Program Studi Perbankan Syariah IAIN Kediri tahun 2021.

Berdasarkan penelitian tersebut dihasilkan bahwa strategi promosi berfokus pada simpanan wadiah yad-dhamanah dalam meningkatkan jumlah anggota dalam perspektif marketing syariah dilakukan dengan melakukan kegiatan promosi secara rutin dan berkesinambungan untuk menarik masyarakat dalam produk yang ditawarkan. Kegiatan promosi yang dilakukan KSP Al-'Ula yaitu terdiri dari periklanan, penjualan pribadi, promosi penjualan dan hubungan masyarakat atau publisitas.¹³

Persamaan penelitian penulis dengan Dwi Noviantari yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaannya terletak pada: pertama, objek penelitian kajian penulis objek penelitiannya di Koperasi Syirkah Muslim Indonesia Tulungagung sedangkan dengan penelitian Dwi Noviantari di KSP Al-'Ula Sejahtera di Desa Nglawak, Kertosono. Kedua, cara yang dilakukan, jika penelitian penulis menggunakan strategi pengembangan produk pembiayaan *taqsith* dalam meningkatkan jumlah nasabah sedangkan penelitian Dwi Noviantari menggunakan strategi promosi produk simpanan wadiah yad-dhamanah dalam meningkatkan jumlah anggota dalam perspektif marketing syariah.

¹³ Dwi Noviantari, *Skripsi*: "Strategi Promosi Produk Simpanan Wadiah Yad-Dhamanah Dalam Meningkatkan Jumlah Anggota Dalam Perspektif Marketing Syariah (Studi Kasus: KSP Al-'Ula Sejahtera di Desa Nglawak, Kertosono)", (Tulungagung: IAIN Tulungagung, 2018).

3. Skripsi dengan judul “Analisis Strategi Pengembangan Produk Tabungan Wadiah (Tabungan Arista Prima) Pada KSPPS Prima Artha Dalam Meningkatkan Jumlah Simpanan” oleh Linda Cucu Fatmajati, Mahasiswa Fakultas Agama Islam, Program Studi Muamalat Universitas Muhammadiyah Yogyakarta tahun 2017.

Berdasarkan penelitian tersebut dihasilkan bahwa KSPPS Arista Prima meluncurkan produk baru yaitu lini produk baru bernama Tabungan Arista Prima, namun pada pasar produk baru lembaga keuangan bukan lagi asing nama tersebut, karena sebelum Prima Artha sudah ada lembaga keuangan konvensional atau syariah yang memiliki produk tersebut. Pengembangan produk yang ideal dilakukan dengan pengembangan produk di KSPPS arista prima, yang berinovasi berdasarkan riset pasar sesuai segmen tasi, tujuan dan investasi lembaga keuangan, serta mampu menghasilkan produk dengan kriteria harga unggul dan kriteria harga unggul. keunikan. Tabungan Arista Prima menggunakan produk Wadiah Yadhamanah yang pada saat implementasi akan memisahkan produk tabungan ini dan memberikan hadiah kepada pemenang.¹⁴

Persamaan penelitian penulis dengan Linda Cucu Fatmajati yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif dan sama-sama memfokuskan penelitian pada strategi pengembangan produknya. Sedangkan perbedaannya terletak pada: pertama, objek penelitian kajian penulis objek penelitiannya di Koperasi Syirkah Muslim Indonesia

¹⁴ Linda Cucu Fatmajati, *Skripsi*: “Analisis Strategi Pengembangan Produk Tabungan Wadiah (Tabungan Arista Prima) Pada KSPPS Prima Artha Dalam Meningkatkan Jumlah Simpanan”, (Yogyakarta: Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2017).

Tulungagung sedangkan dengan penelitian Linda Cucu Fatmajati di KSPPS Prima Artha. Kedua, cara yang dilakukan, jika penelitian penulis menggunakan strategi pengembangan produk pembiayaan *taqsith* dalam meningkatkan jumlah nasabah sedangkan penelitian Linda Cucu Fatmajati menggunakan strategi pengembangan produk tabungan wadiah (tabungan arista prima) dalam meningkatkan jumlah simpanan.

4. Skripsi dengan judul “Strategi Pengembangan Produk Simpanan Guna Meningkatkan Daya Saing Di Baitul Maal Wa Tamwil Usaha Gabungan Terpadu Sidogiri Cabang Pembantu Sukorejo Blitar” oleh Nurma Trisnawati, Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Program Studi Perbankan Syariah IAIN Tulungagung 2018.

Berdasarkan penelitian tersebut dihasilkan bahwa BMT UGT Cabang Sidogiri Sukorejo Kota Blitar dalam implementasi strategi pengembangan produk simpanan yaitu melakukan pengembangan produk secara keseluruhan, pengujian pasar dan komersialisasi. Dengan langkah-langkah tersebut, produk simpanan dapat ditonjolkan dan dikembangkan sedemikian rupa sehingga memiliki daya saing produk yang tinggi, yang kemudian dapat memenuhi kebutuhan nasabah. Pengembangan produk dilakukan dengan memodifikasi produk yang sudah ada sesuai dengan kebutuhan namun lebih dikembangkan menjadi menarik dan berkualitas.¹⁵

Persamaan penelitian penulis dengan Nurma Trisnawati yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif. Sedangkan

¹⁵ Nurma Trisnawati, *Skripsi*: “Strategi Pengembangan Produk Simpanan Guna Meningkatkan Daya Saing Di Baitul Maal Wa Tamwil Usaha Gabungan Terpadu Sidogiri Cabang Pembantu Sukorejo Blitar”, (Blitar: IAIN Tulungagung 2018).

perbedaanya terletak pada: pertama, objek penelitian kajian penulis objek penelitiannya di Koperasi Syirkah Muslim Indonesia Tulungagung sedangkan dengan penelitian Nurma Trisnawati di Baitul Maal Wa Tamwil Usaha Gabungan Terpadu Sidogiri Cabang Pembantu Sukorejo Blitar. Kedua, cara yang dilakukan, jika penelitian penulis menggunakan strategi pengembangan produk pembiayaan *taqsith* dalam meningkatkan jumlah nasabah sedangkan penelitian Nurma Trisnawati menggunakan strategi pengembangan produk simpanan guna meningkatkan daya saing.

5. Skripsi dengan judul “Strategi Pengembangan Produk BMT Al-Fath Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing” oleh Arif Hidayat, Mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum, Konsentrasi Perbankan Syariah Program Studi Muamalat (Ekonomi Islam), Universitas Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta 2011.

Berdasarkan penelitian tersebut dihasilkan bahwa strategi pengembangan produk BMT Al-Fath ialah mengembangkan lebih lanjut produk-produk yang sudah ada. Hal itu dilakukan untuk memudahkan pelunasan mitra BMT, baik dalam bentuk simpanan maupun dalam bentuk pembiayaan nasabah butuhkan. Selain untuk pengembangan produknya namun BMT Al-Fath juga ditunjukkan untuk keunggulan bersaing yang tak kalah dengan lembaga keuangan lainnya. BMT Al-Fath juga menerapkan pola pengembangan dengan analisis SWOT dalam menghadapi persaingan usaha karena strategi ini dapat memaksimalkan kekuatan (*Strenght*) dan

peluang (*Opportunities*). Namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*).¹⁶

Persamaan penelitian penulis dengan Arif Hidayat yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaannya terletak pada: pertama, objek penelitian kajian penulis objek penelitiannya di Koperasi Syirkah Muslim Indonesia Tulungagung sedangkan dengan penelitian Arif Hidayat di BMT Al-Fath. Kedua, cara yang dilakukan, jika penelitian penulis menggunakan strategi pengembangan produk pembiayaan *taqsith* dalam meningkatkan jumlah nasabah sedangkan penelitian Nurma Trisnawati menggunakan strategi pengembangan produk dalam meningkatkan keunggulan bersaing.

¹⁶ Arif Hidayat, *Skripsi*: “Strategi Pengembangan Produk BMT Al-Fath Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing”, (Jakarta: Universitas Negeri Syarif Hidayatullah, 2011).