BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Koperasi merupakan suatu bentuk badan usaha yang beranggotakan orang-orang atau badan hukum koperasi yang melandaskan kegiatannya pada prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasar atas asas kekeluargaan.[1] Dalam lingkungan pasar yang bersaing, koperasi adalah salah satu organisasi yang ikut serta bersaing memperebutkan pelanggan, baik pelanggan internal (anggota) maupun pelanggan eksternal (non anggota). Keberlangsungan koperasi hanya akan terus dirasakan jika koperasi memiliki keunggulan bersaing dan para anggota mampu mempertahankan keunggulan bersaing itu dengan berpartisipasi aktif pada koperasinya.[2]

Perkembangan KJKS (Koperasi Jasa Keuangan Syariah) di Indonesia begitu pesat yang ditandai dengan banyaknya keberadaan KJKS di beberapa wilayah baik itu di perkotaan maupun di pedesaan. Awal mula berdirinya KJKS tidak lepas dari perkembangan terbentuknya Perbankan Syariah yaitu pada awal periode 1980-an, diskusi mengenai Bank Syariah sebagai pilar ekonomi Islam telah dimulai. Tokoh-tokoh yang terlibat dalam kajian tersebut adalah Karnaen A. Perwata Atmadja, M. Dawam Rahardjo, A.M. Saefuddin, M. Amien Azis, dan lain-lain. Dari hasil kajian tokoh–tokoh tersebut, terbentuklah lembaga serupa dalam bentuk koperasi yang berlokasi di Jakarta yaitu koperasi Ridho Gusti.

---

[1] M. Fuad, et al, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta:Gramedia Pustaka Utama, 2000), 69.
[2] Hendar, *Manajemen Perusahaan Koperasi*, (Jakarta:Erlangga, 2010), 112.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Akan tetapi, prakarsa lebih khusus dimulai sejak tahun 1990, dimulai dari adanya lokakarya bunga bank dan perbankan yang diselenggarakan pada tanggal 18-20 Agustus 1990 oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI).[3] Hasil lokakarya tersebut mengeluarkan pendapat adanya dua pandangan yang berbeda terhadap bunga bank. Pendapat pertama berpendapat bahwa bunga bank itu riba dan oleh karena itu hukumnya haram, sedangkan pandangan kedua berpendapat bunga itu bukan riba dan oleh karena itu hukumnya halal.[4] Dan selanjutnya dibahas lebih lanjut dalam musyawarah nasional IV (MUNAS IV) MUI tanggal 22-25 Agustus 1990 di hotel Sahid Jaya Jakarta. Hasil MUNAS membentuk tim perbankan MUI yang bertugas mensosialisasikan rencana pendirian bank syariah di Indonesia. Hasil kerja tim ini membuahkan hasil yang cukup menggembirakan, yakni berhasil mendirikan Bank Muamalah Indonesia (BMI) pada tanggal 1 November 1991.[5]

Di luar konteks perbankan syariah sesungguhnya terdapat beberapa jenis lembaga keuangan syariah lain. Lembaga ini juga memiliki misi keumatan, sistem operasionalnya menggunakan syariah Islam, hanya produk dan manajemennya yang memiliki beberapa perbedaan dengan perbankan. Lembaga tersebut meliputi Pegadaian Syariah, Asuransi Syariah, *Baitul Māl Wattamwil*

---

[3] Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktek*, (Jakarta:Gema insani, 2001), 25.

[4] Muhammad Syakir Sula, "*Sejarah perkembangan ekonomi islam*", http://www.syakirsula.com/indexphp?option=com_content&task=view&id=100&Itemid=27, di akses pada 10 Februari 2015.

[5] Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktek*, ..., 25.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

(BMT) atau Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS), maupun lembaga yang berorientasi pada fungsi sosial LAZ, BAZNAS dan lembaga pengelola wakaf.[6]

Dalam al - Qur'an surat al-Maidah ayat 2:

"... وَتَعَاوَنُوا۟ عَلَى ٱلْبِرِّ وَٱلتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا۟ عَلَى ٱلْإِثْمِ وَٱلْعُدْوَٰنِ ۚ وَٱتَّقُوا۟ ٱللَّهَ ۖ إِنَّ ٱللَّهَ شَدِيدُ ٱلْعِقَابِ ﴿٢﴾

yang artinya : "...Dan tolong menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan taqwa, dan jangan tolong menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertaqwalah kamu kepada Allah, Sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya".[7] Makna tersebut mempunyai tujuan yang sama dengan Koperasi Jasa Keuangan Syariah yaitu untuk saling tolong menolong dalam hal kebaikan ummat. Dengan demikian KJKS memiliki dua unsur di dalamnya, yakni *ta'āwun* (tolong-menolong) dan *shirkah* (kerja sama) sehingga koperasi syariah biasa disebut *shirkatu at-ta'āwunīyah*, yaitu suatu bentuk kerja sama atau tolong-menolong antar sesama anggota untuk meningkatkan kesejahteraan bersama. Berdasarkan Keputusan Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia Nomor 91/Kep/IV/KUKM/IX/2004 tanggal 10 September 2004 tentang Petunjuk Pelaksanaan Kegiatan Usaha Koperasi Jasa Keuangan Syariah memberikan pengertian bahwa Koperasi Simpan Pinjam Syariah atau Koperasi Jasa Keuangan Syariah adalah koperasi yang kegiatan usahanya bergerak di bidang pembiayaan, investasi dan simpanan sesuai pola

---

[6] Suwendi, "*Memahami Pokok-Pokok Pikiran BMT dalam Membantu Memecahkan Problematika EkonomiUmat*",http://suwendi-online.blogspot.com/2009/04/memahami-pokok-pokok-pikiran bmt.html,di akses pada 10 Februari 2015.

[7] Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya Revisi Terbaru,* (Semarang:CV. Asy-Syifa', 2001), 226.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bagi hasil (syariah).[8] Dengan kata lain, koperasi jasa keuangan Syariah merupakan lembaga keuangan yang mengambil badan hukum koperasi, dan sistem operasionalnya mengacu pada prinsip-prinsip ekonomi syariah. Secara konsep, KJKS mematuhi prinsip koperasi, yaitu kesejahteraan untuk para anggotanya dan terdapat tiga jenis simpanan, yaitu simpanan pokok, simpanan wajib, dan simpanan sukarela.

Dalam usaha memperbesar lingkup pemasaran, KJKS harus memiliki strategi yang baik dalam memasarkan produk-produk yang dimilikinya. KJKS harus pandai menonjolkan apa yang menjadi kelebihannya, tanpa menutup-nutupi apa yang menjadi kekurangannya di mata masyarakat sehingga tercipta citra KJKS yang jujur dan amanah dibenak masyarakat. Pemasaran merupakan proses sosial dan manajerial dengan mana seseorang atau kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai.[9] Pemasaran merupakan semua kegiatan manusia yang dilakukan dalam hubunganya dengan pasar. Pemasaran berarti bekerja dengan pasar guna mewujudkan pertukaran potensial untuk kepentingan memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia.[10] Dalam mengatasi persaingan pasar, setiap perusahaan maupun lembaga keuangan memerlukan suatu pemasaran yang efektif dalam menjual dan memperkenalkan produknya kepada masyarakat.

---

[8] Sugianto,"Denyut Koperasi Syariah", http://www.depkop.go.id/index.php?option=com_content &view=article&id=948:denyutkoperasi-syariah &catid=54:bind-berita-kementerian&Itemid=98, di akses pada 10 Februari 2015.

[9] Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran,* (Jaka Wasana), jilid 1, (Jakarta:Erlangga, 1996), 4.

[10] Ibid.,12.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dalam hal pemasaran tidak akan terlepas dari yang namanya strategi pemasaran dan segmentasi pasar. Strategi pemasaran merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan dimana strategi pemasaran merupakan suatu cara mencapai tujuan dari sebuah perusahaan. Strategi pemasaran adalah alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran tersebut.[11]

Segmentasi pasar adalah usaha pemisahan pasar pada kelompok-kelompok pembeli menurut jenis-jenis produk tertentu dan yang memerlukan bauran pemasaran tersendiri.[12] Dasar-dasar untuk mensegmentasi pasar konsumen terdiri dari beberapa variabel diantaranya adalah segmentasi geografis, segmentasi demografis, psikografis dan segmentasi perilaku.[13] Segmentasi dapat menjadi faktor kunci untuk memenangkan persaingan dengan melihat pasar dari sudut yang unik dengan cara yang berbeda dari pesaing.

Keberadaan koperasi Jasa Keuangan Syariah masih tergolong baru. Dalam berkembangnya keberadaan koperasi jasa keuangan syariah yang begitu pesat, bukan berarti dalam proses perkembangan secara keseluruhannya tidak terdapat masalah dan hambatan. Dalam hal perundang-undangan masih belum ada peraturan yang mengatur secara khusus, seperti pada perbankan syariah. Untuk sementara, keberadaan Koperasi Jasa Keuangan Syariah saat ini masih

---

[11] Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran, Edisi Ketiga,* (Yogyakarta:ANDI, 2008), 6.
[12] Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran, ...,* 371.
[13] Ibid., 379-385.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

didasarkan pada Keputusan Menteri Negara Koperasi dan UKM Republik Indonesia Nomor 91/Kep/IV/KUKM/IX/2004 tersebut. Dengan tidak adanya Undang-Undang ini secara otomatis akan menghambat perkembangan koperasi jasa keuangan syariah, tentunya diharapkan ada payung hukum yang menaunginya berupa UU koperasi syariah tersendiri, seperti pada Undang-Undang Perbankan Syariah. Kalaupun belum bisa dengan UU tersendiri, setidaknya dilakukan revisi terhadap UU Perkoperasian yang ada dengan mengakomodasi keberadaan koperasi syariah. Kehadiran UU ini secara otomatis akan mempercepat pertumbuhan koperasi syariah sebagaimana yang telah terjadi pada perbankan syariah.[14]

Di sisi lain juga masih ada yang menghambat berkembangnya KJKS, yakni minimnya pengetahuan masyarakat tentang ekonomi syariah ataupun lembaga keuangan syariah lainya, khususnya pada koperasi jasa keuangan syariah. Hingga sampai saat ini, masih banyak masyarakat yang kurang tahu tentang seluk-beluk dari KJKS, sistem kinerja KJKS, produk-produk yang ditawarkan oleh KJKS, serta pengimplementasiannya, sehingga membuat masyarakat ragu akan koperasi jasa keuangan syariah apalagi banyak juga pembicaraan-pembicaraan di masyarakat yang mengatakan sistem syariah hampir tidak ada bedanya dengan sistem konvensional. Ini terlihat jelas khususnya pada KJKS Harapan Surabaya yang merupakan salah satu KJKS di Surabaya bahkan menjadi pelopor berdirinya KJKS-KJKS lainnya di Surabaya yang sampai

---

[14] Sugianto, "*Denyut Koperasi Syariah*", http://www.depkop.go.id/index.php?option=com_content&view=article&id=948:denyutkoperasisyariah&catid=54:bindberitakementerian&Itemi=98, di akses pada 10 Februari 2015.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sekarang hanya mempunyai satu kantor yang berada di Jl. Semolowaru no. 110 Surabaya, sedangkan KJKS-KJKS yang berdiri setelah KJKS harapan sudah ada yang memiliki lebih dari satu cabang kantor.

KJKS Harapan Surabaya merupakan salah satu dari sekian banyak KJKS di Indonesia dan di Surabaya pada khususnya, lembaga keuangan Syariah yang di mana dalam pengoperasiannya benar-benar berpegang teguh pada syariat Islam. Konsep Lembaga Keuangan Mikro (LKM) sebagai sebuah langkah solutif dalam memberdayakan ekonomi masyarakat kelas menengah ke bawah sampai saat ini cukup memberikan pengaruh yang besar dalam upaya meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat. Kecilnya kapasitas usaha serta lemahnya manajemen sering membuat mereka tidak tersentuh oleh bank. Lembaga Keuangan Mikro (LKM) dalam bentuk BMT/KJKS/KSP/USP menjadi alternatif pertama dalam memenuhi kebutuhan mereka dalam aktivitas transaksi keuangan.[15] Atas realita tersebut LKM mulai mendapat perhatian yang lebih intens dari Pemerintah, bahkan dipercaya dapat menyelesaikan sebagian problematika masyarakat di bidang perekonomian. Secara khusus untuk LKM berbasis syariah, adanya Fatwa MUI tanggal 16 Desember 2003 perihal haramnya bunga dalam melakukan transaksi keuangan memberikan pengaruh yang positif dalam pengembangannya.

KJKS Harapan Surabaya didirikan dalam rangka menangkap peluang untuk terus mengembangkan diri serta menjadi bagian motor penggerak perekonomian masyarakat dengan memberikan kontribusi yang riil terhadap pemberdayaan masyarakat terutama kalangan menengah ke bawah dengan sistem

[15] Selayang Pandang Investasi Koperasi Jasa Keuangan Syariah Harapan Surabaya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

syariah.[16] Selain itu KJKS berperan menjauhkan masyarakat dari praktek ekonomi non Syariah serta melakukan pembinaan dan pendanaan usaha kecil dan menengah. Selain menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan dana tersebut kepada masyarakat yang membutuhkan dana, hal utama yang membedakannya dengan bank/lembaga keuangan konvensional adalah dalam cara menghimpun dan menyalurkan dana dari dan kepada masyarakat harus sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

KJKS Harapan Surabaya yang memiliki kantor pusat di Jl. Semolowaru No. 110 Surabaya, menyediakan produk-produk yang berbagai macam untuk mempermudah masyarakat dalam memilih yang sesuai dengan kebutuhan, di antaranya adalah SAMARA (*Simpanan Muḍārabah Sejahtera),* SIMUDA (*Simpanan Muḍārabah Pendidikan),* SIJAKA *(Simpanan Berjangka),* SAQUR (*Simpanan Muḍārabah Aqiqah dan Qurban).* Sedangkan untuk produk pembiayaannya di antaranya adalah pembiayaan *musārakah*, pembiayaan *muḍārabah*, pembiayaan *mūrābahah*, pembiayaan *ijarah*. Dari beberapa produk-produk KJKS Harapan tesebut, peneliti sangat tertarik untuk meneliti dan menganalisa bagaimana pengaplikasian produk-produk di KJKS Harapan Surabaya dan bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan, serta dukungan dan kendala apa saja yang terjadi dalam memasarkan produk KJKS tersebut, khususnya pada produk simpanan yaitu SIMUDA (Simpanan *Muḍārabah* Pendidikan).

[16] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Salah satu produk simpanan yang paling banyak di minati masyarakat dan merupakan produk yang sangat di unggulkan oleh Koperasi Jasa Keuangan Syariah Harapan Surabaya adalah produk SIMUDA (Simpanan *Muḍārabah* Pendidikan). Produk simpanan ini merupakan produk simpanan khusus untuk anak usia sekolah yang penyetoranya dan pengambilanya diutamakan untuk kebutuhan sekolah.[17] KJKS Harapan Surabaya mampu bersaing dengan Lembaga Keuangan lainya dan bisa bertahan sampai saat ini yaitu dengan memperluas pangsa pasar. Dalam hal untuk memperluas pangsa pasar produk Simpanan *Muḍārabah* Pendidikan dan agar produk tersebut laku untuk dipasarkan serta bisa diterima dengan baik oleh masyarakat, bagaimanakah cara pihak KJKS Harapan Surabaya melakukan kegiatan pemasaranya kepada masyarakat. Dalam hal ini, perlu diketahui strategi pemasaran seperti apa yang diterapkan oleh pihak KJKS Harapan Surabaya pada produk SIMUDA, serta apa saja yang menjadi dukungan dan kendala dalam strategi pemasaran produk SIMUDA tersebut.

Pada penulisan Tugas Akhir ini tidak semua pertanyaan yang muncul akan penulis uraikan, tetapi hanya berfokus pada strategi pemasaran produk SIMUDA, sehingga dalam penulisan Tugas Akhir ini penulis mengangkat judul "STRATEGI PEMASARAN PRODUK SIMPANAN *MUḌĀRABAH* PENDIDIKAN PADA KOPERASI JASA KEUANGAN SYARIAH HARAPAN SURABAYA".

[17] Brosur Koperasi Jasa Keuangan Syariah Harapan Surabaya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Identifikasi dan batasan Masalah

Berkaitan dengan masalah yang akan diteliti, maka peneliti melakukan beberapa identifikasi masalah yaitu:

1. Kurangnya pengetahuan masyarakat tentang Koperasi Syariah khususnya pada Koperasi Jasa Keuangan Syariah Harapan Surabaya.
2. Produk-produk Koperasi Jasa Keuangan Syariah Harapan Surabaya.
3. Bagaimana strategi pemasaran produk Simpanan *Muḍārabah* Pendidikan di Koperasi Jasa Keuangan Syariah Harapan Surabaya.
4. Bagaimana dukungan dan kendala dalam strategi pemasaran produk Simpanan *Muḍārabah* Pendidikan di Koperasi Jasa Keuangan Syariah Harapan Surabaya.

Agar penelitian ini terarah dan jelas, maka sangat diperlukan berupa pembatasan masalah. Hal ini sangat penting dilakukan agar permasalahan yang akan diteliti menjadi fokus, berikut pembatasan masalahnya :

1. Strategi pemasaran produk Simpanan *Muḍārabah* Pendidikan di Koperasi Jasa Keuangan Syariah harapan Surabaya.
2. Dukungan dan kendala dalam strategi pemasaran produk Simpanan *Muḍārabah* Pendidikan di Koperasi Jasa Keuangan Syariah harapan Surabaya.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Bagaimana strategi pemasaran produk Simpanan *Muḍārabah* Pendidikan di Koperasi Jasa Keuangan Syariah Harapan Surabaya ?
2. Bagaimana dukungan dan kendala dalam strategi pemasaran produk Simpanan *Muḍārabah* Pendidikan di Koperasi Jasa Keuangan Syariah Harapan Surabaya

D. Kajian Pustaka

Berikut beberapa penelitian terdahulu serta penjelasannya sebagai bahan perbandingan ataupun acuan peneliti dalam membuat penelitian yang akan dilakukan yang bertujuan agar tidak terjadi kesamaan ataupun pengulangan penelitian :

1. Penelitian yang dilakukan oleh Novi Ardiani pada tahun 2012 yang berjudul "Strategi Pemasaran Produk TARBIAH (Tabungan Arisan Berhadiah) Di KJKS Binama Semarang". Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Tabungan Arisan Berhadiah (Tarbiah) merupakan produk kombinasi dari tabungan dan arisan. Sebagai tabungan karena mitra menitipkan dana yang dimiliki di KJKS, dan dapat diambil kembali setelah masa periode tertentu. Dengan menggunakan akad wadi'ah yadlamanah. Strategi pemasaran yang diterapkan di KJKS Binama Semarang adalah menggunakan bauran pemasaran yang meliputi strategi produk, harga, promosi, tempat/ saluran distribusi, SDM, proses, dan bukti fisik. Kegiatan promosi menggunakan penyebaran brosur dan personal selling.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dengan layanan jemput bola (pick-up service) marketing dapat menjangkau semua pasar bahkan yang jauh sekalipun.[18]

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan penulis saat ini adalah sama-sama membahas tentang strategi pemasaran, sedangkan perbedaannya adalah penelitian terdahulu membahas tentang Strategi Pemasaran Produk TARBIAH (Tabungan Arisan Berhadiah) Di KJKS Binama Semarang, sedangkan penelitian yang akan di lakukan penulis saat ini adalah tentang Strategi Pemasaran Produk Simpanan *Muḍārabah* Pendidikan (SIMUDA) di Koperasi Jasa Keuangan Syariah Harapan Surabaya.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Syafrizal Yanal Furqon tahun 2010 dengan judul Strategi Pemasaran Produk Simpanan Idul Fitri Pada BMT AL-FATH IKMI PAMULANG. Metode yang digunakan yaitu dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian ini menyimpulkan bahwa dalam memasarkan produk Simpanan Idul Fitri, langkah yang dilakukan oleh BMT AL-FATH melalui beberapa tahapan, diantaranya yaitu, pertama, Strategi Promosi dilakukan dengan diadakanya ceramah keagamaan secara rutin kepada masyarakat, dengan brosur/iklan yang menarik dan agamis serta website, dan mengadakan buka puasa bersama pada bulan suci ramadhan, mitranya maupun masyarakat, kedua, Strategi Harga dilakukan dengan menetapkan harga dengan tidak memberatkan masyarakat untuk menjadi mitra di BMT AL-FATH, ketiga, Strategi Produk dilakukan dengan akad *muḍārabah mutlaqah* bagi hasil yang kompetitif, keempat, Strategi Distribusi dilakukan dengan adanya market

[18] Novi Ardiani, "Skripsi, Strategi Pemasaran Produk Tarbiah di KJKS Binama Semarang", ("Skripsi" --, IAIN Walisongo Semarang, Semarang, 2012), 41-42.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

chanel antara Dinas Koperasi maupun BMT center, sehingga produk BMT AL-FATH dapat di distribusikan.[19]

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan penulis saat ini adalah sama-sama membahas tentang strategi pemasaran, sedangkan perbedaannya adalah penelitian terdahulu membahas tentang Strategi Pemasaran Produk Simpanan Idul Fitri Pada BMT AL-FATH IKMI PAMULANG, sedangkan penelitian yang akan di lakukan penulis saat ini adalah tentang Strategi Pemasaran Produk Simpanan *Muḍārabah* Pendidikan (SIMUDA) di Koperasi Jasa Keuangan Syariah Harapan Surabaya.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Aulia Urrahman pada tahun 2013 dengan judul "Analisis Strategi Promosi Produk Griya iB Hasanah di BNI Syariah KCP Sidoarjo" Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk memaparkan mengenai suatu persoalan secara jelas dan akurat sesuai dengan fakta yang ada di lapangan. Kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah aktivitas promosi yang diterapkan di BNI Syariah KCP Sidoarjo dalam usaha perusahaan memperkenalkan produk Griya iB Hasanah nya adalah mencakup ke semua dari alat promosi, dari semua aktivitas promosi yang dilakukan BNI Syariah KCP Sidoarjo dalam memasarkan produk Griya iB Hasanahnya tidak melanggar syariat dalam implementasinya, yakni setelah dikaji dalam perspektif Islamnya telah sesuai dengan prosedur serta rambu-rambu keislaman. Secara garis besar, dari semua metode promosi yang

[19] Syafrizal Yanal Furqon, "Strategi Pemasaran Produk Simpanan Idul Fitri Pada BMT Al-Fath Ikmi Pamulang", ("Skripsi" --, UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2010), 66-67.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dilakukan BNI Syariah KCP Sidoarjo dalam implementasinya ialah menyampaikan informasi mengenai produk khususnya produk Griya iB Hasanah ialah dengan apa adanya, yakni tidak menampilkan ilusi–ilusi yang berlebihan dan tidak memberikan promosi yang bersifat palsu semata.[20]

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan penulis saat ini adalah sama-sama membahas tentang strategi pemasaran, sedangkan perbedaannya adalah penelitian terdahulu membahas tentang Strategi Promosi Produk Griya iB Hasanah di BNI Syariah KCP Sidoarjo, sedangkan penelitian yang akan di lakukan penulis saat ini adalah tentang Strategi Pemasaran Produk Simpanan *Muḍārabah* Pendidikan (SIMUDA) di Koperasi Jasa Keuangan Syariah Harapan Surabaya.

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu diatas, belum ada penelitian secara khusus yang membahas mengenai *Stretegi Pemasaran Produk Simpanan Muḍārabah Pendidikan di Koperasi Jasa Keuangan Syariah Harapan Surabaya.* Tetapi terdapat persamaan yang terletak pada subyek yang diteliti, yakni sama-sama meneliti tentang strategi pemasaran produk. Sedangkan yang membedakan adalah dari segi lokasi penelitian atas studi kasusnya.

E. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian dari penulisan tugas akhir ini adalah :

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran produk Simpanan *Muḍārabah* Pendidikan di Koperasi Jasa Keuangan Syariah Harapan Surabaya.

[20] Muhammad Aulia Urrahman, Skripsi, "*Analisis* Strategi Promosi Produk Griya iB Hasanah di BNI Syariah KCP Sidoarjo", ("Skripsi"--, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2013), 103..

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Untuk mengetahui dukungan dan kendala dalamstrategi pemasaran produk Simpanan *Muḍārabah* Pendidikan di Koperasi Jasa Keuangan Syariah Harapan Surabaya.

F. Kegunaan Hasil Peneletian

Adapun kegunaan dari penelitian ini antara lain sebagai berikut :

1. Bagi penulis :
   a. Dapat menambah wawasan dan pengetahuan tentang produk-produk Koperasi Jasa Keuangan Syariah Harapan Surabaya khususnya tentang produk Simpanan *Muḍārabah* Pendidikan (SIMUDA) dan strategi pemasaranya.
   b. Untuk memenuhi tugas akhir guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
   c. Sebagai tambahan ilmu bagi penulis
2. Bagi KJKS Harapan Surabaya :
   a. Penelitian ini dapat memperkenalkan produk-produk Koperasi Jasa Keuangan Syariah Harapan Surabaya khususnya produk Simpanan *Muḍārabah* Pendidikan (SIMUDA) pada masyarakat luas sehingga dapat memberikan informasi dan pengetahuan tambahan yang dapat membantu perkembangan Koperasi Jasa Keuangan Syariah Harapan Surabaya.
   b. Sebagai bahan pertimbangan untuk dapat mengembangkan produk Simpanan *Muḍārabah* Pendidikan (SIMUDA) di masa mendatang.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Bagi UIN Sunan Ampel Surabaya – Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam :

   Hasil penelitian ini dapat menambah literatur serta referensi tambahan yang dapat digunakan ataupun dikembangkan sebagai bahan informasi bagi penelitian selanjutnya khususnya tentang strategi pemasaran.

4. Bagi pembaca :

   a. Sebagai salah satu sarana untuk sosialisasi/pengenalan kepada masyarakat tentang produk Simpanan *Muḍārabah* Pendidikan (SIMUDA).

   b. Sebagai tambahan referensi dan informasi khususnya bagi Mahasiswa mengenai salah satu produk dalam Perbankan dan Lembaga Keuangan Syariah.

G. Definisi Opersional

Dalam penelitian ini terdapat beberapa indikator yang kemudian berikut penjelasannya :

1. Pemasaran mengandung arti kegiatan manusia yang berlangsung dalam hubunganya dengan pasar. Pemasaran didefinisikan sebagai kegiatan manusia yang diarahkan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran. Jadi inti dari pemasaran adalah seluruh kegiatan yang menyangkut pemuasan, meliputi pengembangan produk,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pencarian pelanggan, komunikasi, distribusi, penetapan harga, dan pelayanan.[21]

2. Pendidikan sering diartikan sebagai usaha manusia untuk membina kepribadianya sesuai dengan nilai-nilai di dalam masyarakat dan kebudayaan. Pendidikan adalah usaha yang dijalankan oleh seseorang atau kelompok orang lain agar mnjadi dewasa atau mencapai tingkat hidup atau penghidupan yang lebih tinggi dalam arti mental.[22] Menurut Langeveld pendidikan adalah setiap usaha, pengaruh, perlindungan, dan bantuan yang diberikan kepada anak tertuju kepada pendewasaan anak itu, atau lebih tepatnya membantu anak agar cukup cakap melaksanakan tugas hidupnya sendiri. Pengaruh dari pendidikan itu datangnya dari orang dewasa (atau yang diciptakan oleh orang dewasa seperti sekolah, buku, putaran hidup sehari-hari, dan sebagainya) dan ditujukan kepada orang yang belum dewasa.[23]

Simpanan *Muḍārabah* Pendidikan (SIMUDA) adalah produk simpanan khusus untuk anak usia sekolah yang penyetoran dan pengambilanya diutamakan untuk kebutuhan sekolah. Produk SIMUDA merupakan salah satu produk yang ada di Koperasi Jasa Keuangan Syariah Harapan Surabaya.

---

[21] Samsul Anam, et al, *Manajemen Pemasaran*, (Surabaya:IAIN Sunan Ampel Press, Cet. I, 2013), 11.
[22] Hasbullah, *Dasar-Dasar Ilmu Pendidikan, Edisi Revisi*, (Jakarta:PT. Raja Grafindo Persada, Cet. 10, 2012), 1.
[23] Ibid., 2.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. KJKS Harapan Surabaya adalah salah satu Koperasi Jasa Keuangan Syariah yang ada di Surabaya dan merupakan KJKS pertama yang ada di Surabaya. Dalam hal ini Koperasi Jasa Keuangan Syariah Harapan Surabaya sendiri sebagai objek penelitian.

H. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penulisan dan penyusunantugas akhir ini dalam mendapatkan informasi dan data-data adalah sebagai berikut:

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini jenis penelitian Kualitatif. Penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *postpositivisme,* digunakan untuk meneliti pada kondisi, objek yang alamiah, (sebagai lawanya adalah eksperimen) dimana peneliti sebagai instrumen kunci, tehnik pengumpulan data dilakukan secara trianggulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan pada makna.[24] Beberapa deskripsi digunakan untuk menemukan prinsip-prinsip dan penjelasan yang mengarah pada kesimpulan. Penelitian kualitatif bersifat induktif: peneliti membiarkan permasalahan-permasalahan muncul dari data atau dibiarkan terbuka untuk interpretasi. Data dihimpun dengan pengamatan yang seksama, mencakup deskripsi dalam konteks yang mendetil disertai catatan-catatan hasil wawancara yang mendalam, serta hasil analisis dokumen dan catatan.

[24] Ismail Nawawi, *Metode Penelitian Kualitatif* (Jakarta:CV. Dwiputra Pustaka Jaya, 2012), 49.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Penelitian deskriptif adalah suatu bentuk penelitian yang paling dasar. Ditujukan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, baik fenomena yang bersifat alamiah ataupun rekayasa manusia. Penelitian ini mengkaji bentuk, aktifitas, karakteristik, perubahan, hubungan, kesamaan, dan perbedaannya dengan fenomena lain.[25]

Kaitanya kerangka kerja dalam penelitian deskriptif kualitatif disini berarti, peneliti berusaha untuk mencari tahu, menggambarkan dan mendeskripsikan suatu kejadian atau informasi yang kemudian diidentifikasi dan dievaluasi. Merujuk pada hal tersebut peneliti ingin mengetahui bagaimana strategi pemasaran dalam penjualan produk Simpanan *Muḍārabah* Pendidikan di Koperasi Jasa Keuangan Syariah Harapan Surabaya.

2. Sumber Data

Dalam penelitian ini ada dua sumber data yang penulis pergunakan yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

a) Sumber data primer

Sumber data primer yakni subjek penelitian yang dijadikan sebagai sumber informasi penelitian dengan menggunakan alat pengukuran atau pengambilan data secara langsung atau yang dikenal dengan istilah *interview*/wawancara.[26] Dalam hal ini subjek penelitian yang dimaksud adalah pihak Koperasi Jasa Keuangan Syariah Harapan Surabaya sendiri khususnya Bapak Nanang Hidayat selaku manajer dan

---

[25] Nana Syaodih Sukmadinata, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung:Remaja Rosda Karya. Cet. III, 2007), 72.

[26] Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian,* (Yogyakarta: Pustaka Belajar, Cetakan VIII, 2007), 91.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Bapak Faruq selaku divisi pemasaran dan nasabah yang bersangkutan dalam produk Simpanan *Muḍārabah* Pendidikan di Koperasi Jasa Keuangan Syariah Harapan Surabaya.

Penelitian kualitatif melihat penentuan sampel sebagai suatu proses yang dinamis, bertahap, sebagai tim, tidak ditetapkan sebelumnya secara pasti. Sampel penelitian kualitatif dapat dapat berkisar dari satu sampai 40 orang bahkan lebih. Penentuan besarnya sampel didasarkan atas tujuan penelitian, fokus dari penelitian, cara pengumpulan data, kelayakan informan, kebaharuan informasi, kelengkapan informasi.[27]

Dalam studi kasus ada beberapa cara pengambilan sampel yang biasa dilakukan seperti pengambilan sampel berdasarkan tujuan, sampel yang cocok, dan sampel insidental. Pengambilan berdasarkan tujuan atau purposif sampling, pengambilan sampel disesuaikan dengan tujuan penelitian.[28]

b) Sumber data sekunder

Sumber data Sekunder yaitu Sumber data sekunder yaitu data yang diperoleh peneliti dari sumber yang sudah ada. Pada sumber data sekunder, data yang diambil tidak dari sumber langsung asli. Dan juga merupakan data pendukung yang berasal dari seminar, buku-buku maupun literatur lain meliputi:

1) Dokumen, yaitu suatu catatan yang dapat dibuktikan atau dijadikan bukti dalam suatu masalah atau persoalan. Sedangkan

[27] Nana Syaodih Sukmadinata, *Metode Penelitian Pendidikan*, ..., 101.
[28] Ibid., 254.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dokumentasi adalah kegiatan atau proses pekerjaan mencatat atau merekam suatu peristiwa dan objek atau aktifitas yang dianggap berharga dan penting. Dalam hal ini, dokumen dikumpulkan dari data yang diperoleh dari pihak Koperasi Jasa Keuangan Syariah Harapan Surabaya dan hasil penelitian terhadap nasabah yang bersangkutan dalam produk Simpanan *Muḍārabah* Pendidikan di Koperasi Jasa Keuangan Syariah Harapan Surabaya.

2) Studi kepustakaan, yaitu mengumpulkan data dengan cara memperoleh dari kepustakaan dimana penulis mendapatkan teori-teori dan pendapat ahli serta beberapa buku referensi yang ada hubungannya dengan penelitian ini.

3. Teknik Pengumpulan Data

Beberapa teknik pengumpulan data yang penulis pergunakan antaralain :

a. Wawancara (*Interview*)

Wawancara adalah percakapan yang dilakukan oleh pewawancara kepada responden guna menggali informasi atau data yang diinginkan untuk kebutuhan penelitian, khususnya penelitian survei dan eksplorasi.[29] Dalam hal ini wawancara dilakukan dengan Bapak Nanang Hidayat (manajer) dan Bapak Faruq (divisi pemasaran) Koperasi Jasa Keuangan Syariah serta nasabah yang bersangkutan dalam produk Simpanan *Muḍārabah* Pendidikan di Koperasi Jasa Keuangan Syariah Harapan Surabaya.

[29] Puguh Suharso, *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Bisnis: Pendekatan Filosofi dan Praktis,* (Jakarta:PT Indeks, 2009), 83.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Observasi

Observasi atau pengamatan dapat dilakukan tanpa mengajukan pertanyaan. Subjek (sebagai responden dalam wawancara atau kuisioner) dapat diamati dalam lingkungan kerja mereka sehari-hari.[30] Pengamatan di Koperasi Jasa Keuangan Syariah Harapan Surabaya berfokus pada produk Simpanan *Muḍārabah* Pendidikan di Koperasi Jasa Keuangan Syariah Harapan Surabaya.

c. Dokumentasi

Pengumpulan data yang relevan melalui arsip-arsip, catatan-catatan, brosur-brosur, laporan-laporan dan sebagainya yang berhubungan dengan penelitian di Koperasi Jasa Keuangan Syariah Harapan Surabaya khususnya pada produk Simpanan *Muḍārabah* Pendidikan (SIMUDA).

4. Teknik pengolahan data

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik-teknik pengolahan data sebagai berikut:

a. *Editing,* yaitu pemeriksaan kembali dari semua data yang diperoleh terutama dari segi kelengkapannya, kejelasan makna, keselarasan antara data yang ada dan relevansi dengan penelitian. Dalam hal ini peneliti akan mengambil data yang akan dianalisis dengan rumusan masalah saja.

[30] Ibid., 101.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. *Organizing,* yaitu menyusun kembali data yang telah didapat dalam penelitian yang diperlukan dalam kerangka paparan yang sudah direncanakan dengan rumusan masalah secara sistematis. Peneliti melakukan pengelompokan data yang dibutuhkan untuk dianalisis dan menyusun data tersebut dengan sistematis untuk memudahkan peneliti dalam menganalisa data.

c. Penemuan Hasil, yaitu dengan menganalisis data yang telah diperoleh dari penelitian untuk memperoleh kesimpulan mengenai kebenaran fakta yang ditemukan, yang akhirnya merupakan sebuah jawaban dari rumusan masalah.[31]

5. Metode analisis data

Setelah berbagai data terkumpul, maka untuk menganalisis digunakan teknik deskriptif analitis. Penelitian ini berorientasi memecahkan masalah dengan melakukan pengukuran variabel independen dan dependen, kemudian menganalisis data yang terkumpul untuk mencari hubungan antara variabel.[32]

Peneliti menggunakan teknik ini karena yang digunakan adalah metode kualitatif, di mana memerlukan data-data untuk menggambarkan suatu fenomena yang apa adanya (alamiah). Sehingga benar salahnya, sudah sesuai dengan peristiwa yang sebenarnya. Penelitian deskriptif disebut juga penelitian ilmiah karena semua data yang diambil merupakan

---

[31] Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D* (Bandung:Alfa Beta, 2008), 243-246.

[32] Sulipan, "*Penelitian Deskriptif Analitis*", dalam http://sekolah.8k.com, di akses pada 8 Maret 2015.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

fenomena apa adanya. Hasil penelitian deskriptif sering digunakan untuk lanjut dengan penelitian analitis.

Selanjutnya, hasil riset dijelaskan dengan argumen/penalaran yang dapat diterima. Argumen memungkinkan periset untuk menjelaskan, menginterpretasikan, mempertahankan, menantang dan mencari arti lebih lanjut. Dua bentuk dari proses argumen yang digunakan dalam riset adalah deduktif dan induktif.[33]

Argumen deduktif merupakan argumen yang proses pengambilan keputusannya berdasarkan hasil analisis dari data. Sedangkan induktif merupakan proses mengambil kesimpulan (atau pembentukan hipotesis) yang didasarkan pada satu atau lebih fakta atau bukti-bukti.Dari pengertian kedua argumen di atas, peneliti memlilih menggunakan pola pikir induktif dalam menganalisis hasil penelitian yang akan diselesaikan.

Argumen/penalaran induktif dimulai dengan pengamatan khusus yang diyakini sebagai model yang menunjukkan suatu kebenaran atau prinsip yang dianggap dapat berlaku secara umum. Perbedaan dari penalaran deduktif dan induktif adalah, penalaran deduktif memberlakukan prinsip-prinsip umum untuk mencapai kesimpulan-kesimpulan yang spesifik, sementara penalaran induktif menguji informasi yang spesifik, yang mungkin berupa banyak potongan informasi yang spesifik, untuk menarik suatu kesimpulan umum.[34]

---

[33] Jogiyanto, *Metode Penelitian Bisnis*, (Yogyakarta:Bpfe, 2004), 10.

[34] Bachtiar, "*Penalaran Induktif*", dalam http://bachtiarseptiadi.blogspot.com, di akses pada 8 Maret 2015.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

I. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dipaparkan dengan tujuan untuk memudahkan pembahasan masalah-masalah dalam penelitian ini. Dan agar dapat dipahami permasalahanya lebih sistematis dan kronologis, maka pembahasan ini akan disusun penulis sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN, bab ini berisi pendahuluan untuk mengantarkan skripsi secara keseluruhan. Bab ini terdiri dari sub bab yaitu latar belakang masalah, identifikasi dan batasan masalah, rumusan masalah, kajian pustaka, tujuan penelitian, kegunaan hasil penelitian, definisi operasional, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II KERANGKA TEORI, bab ini menguraikan tentang pokok-pokok landasan penulisan skripsi, yang merupakan materi-materi yang dikumpulkan dan dipilih dari berbagai sumber tertulis yang dipakai sebagai bahan acuan dalam pembahasan atas topik, yang meliputi pengertian strategi pemasaran, bauran pemasaran, *segmenting*, *targeting* dan *positioning*.

BAB III HASIL PENELITIAN, dalam bab ini menjelaskan gambaran umum perusahaan/obyek penelitian dalam hal ini adalah Koperasi Jasa Keuangan Syariah Harapan Surabaya, yang meliputi sejarah berdirinya peusahaan, struktur organisasi dan personalia, dan produk-produk yang dilaksanakan pada Koperasi Jasa Keuangan Syariah Harapan Surabaya. Disertakan juga penjelasan khusus mengenai produk Simpanan *Muḍārabah* Pendidikan (SIMUDA) dari sisi keunggulan produk dan praktek strategi pemasaran yang dijalankan perusahaan,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

serta penjelasan tentang dukungan dan kendala apa saja yang dihadapi oleh Koperasi Jasa Keuangan Syariah Harapan Surabaya.

BAB IV ANALISIS DATA, dalam bab ini penulis akan membahas tentang analisis strategi pemasaran produk Simpanan *Muḍārabah* Pendidikan (SIMUDA) yang di peroleh dari hasil penelitian di Koperasi Jasa Keuangan Syariah Harapan Surabaya.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN, bab ini merupakan bab penutup yang berisi kesimpulan dan saran. Dalam bab ini pula akan disimpulkan hasil pembahasan untuk menjelaskan sekaligus menjawab persoalan yang telah diuraikan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id