

**STRATEGI BERSAING PADA KOPERASI KONSUMEN  
SYARIAH MUI KANTOR CABANG DRIYOREJO UNTUK  
MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PERSPEKTIF  
PEMASARAN SYARIAH**

**SKRIPSI**

Oleh

**WIDIA AYU PITALOKA**

**NIM: 08020420081**



**UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL  
SURABAYA**

**2024**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Widia Ayu Pitaloka


NIM : 08020420081

Menyatakan bahwa :

1. Skripsi yang telah saya buat ini adalah asli dan sungguh-sungguh hasil karya saya buat sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (plagiarism) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di UIN Sunan Ampel Surabaya, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Di dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di UIN Sunan Ampel Surabaya.

Demikian surat pernyataan ini dibuat, semoga dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 05. Juni 2024



Widia Ayu Pitaloka  
NIM. 08020420081

**HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI / MUNAQSAH**

**STRATEGI BERSAING PADA KOPERASI KONSUMEN SYARIAH MUI  
KANTOR CABANG DRIYOREJO UNTUK MENINGKATKAN JUMLAH  
NASABAH PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

**Diajukan oleh:**

**WIDIA AYU PITALOKA**

**NIM: 08020420081**

**Sripsi telah selesai dan siap diuji**

**Surabaya, ..3p.....Mgi 2024 .**

**Dosen Pembimbing**

**tanggal**



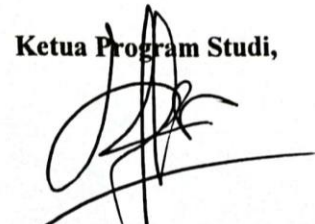
**Dr. Lilik Rahmawati, S.Si., M.E.I**

**NIP. 198106062009012008**

.....

**Ketua Program Studi,**

**tanggal**



**Dr. Lilik Rahmawati, S.Si., M.E.I**

**NIP. 198106062009012008**

.....

## HALAMAN PENGESAHAN

### STRATEGI BERSAING PADA KOPERASI KONSUMEN SYARIAH MUI KANTOR CABANG DRIYOREJO UNTUK MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PERSPEKTIF PEMASARAN SYARIAH

Oleh:

WIDIA AYU PITALOKA

NIM: 08020420081

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 12 Juni 2024  
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima.

#### Susunan Dewan Penguji

1. Dr. Lilik Rahmawati, S.Si., M.E.I  
198106062009012008
2. Dr. Hj. Sri Wigati, M.E.I.  
197302212009122001
3. Dra. Susilowati, M.M.  
196006131990032002
4. Ismatul Khayati, M.E.  
199010132022032001

#### Tanda Tangan

(.....)

(.....)

(.....)

(.....)



Surabaya, 05 Juli 2024

Dekan

Dr. Syariful Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I.  
NIP. 197005142000031001



UIN SUNAN AMPEL  
SURABAYA

KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA  
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300  
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Widia Ayu Pitaloka .  
NIM : 08020420081  
Fakultas/Jurusan : Ekonomi Syariah .  
E-mail address : widiaayupitaloka23@gmail.com .

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi  Tesis  Desertasi  Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Strategi Bersaing Pada Koperasi Konsumen Syariah MUI  
Kantor Cabang Driyorejo Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah  
Perspektif Pemasaran Syariah .

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 24 Agustus 2024

Penulis

(WIDIA AYU PITALOKA)  
nama terang dan tanda tangan

## ABSTRAK

Persaingan yang semakin ketat antar Lembaga keuangan, jika dalam teori akan mewujudkan persaingan yang sehat, tapi pada kenyataannya masih ada praktik persaingan tidak sehat yang dapat menimbulkan berbagai masalah lainnya. Salah satunya seperti dugaan monopoli bunga pinjaman online yang ditemukan oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU). Hal ini menunjukkan betapa pentingnya praktik persaingan yang berdasarkan syariah. Penelitian ini bertujuan untuk membahas strategi bersaing yang diterapkan oleh Koperasi Konsumen Syariah Mitra Usaha Ideal (Kopsyah MUI) Cabang Driyorejo dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah di tengah persaingan ketat dengan perspektif pemasaran syariah.

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif untuk mendapatkan mendalam tentang strategi bersaing yang diterapkan Koperasi Konsumen Syariah MUI Cabang Driyorejo. Data primer yang diperoleh melalui wawancara dengan pimpinan, karyawan, dan nasabah Kopsyah MUI, serta data sekunder dari brosur hingga dokumen resmi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi bersaing yang diterapkan koperasi ini meliputi strategi keunggulan biaya dan strategi diferensiasi. Kopsyah MUI Cabang Driyorejo mengimplementasikan strategi keunggulan biaya dengan mengendalikan biaya operasional dan menawarkan bagi hasil kompetitif tanpa biaya administrasi bulanan. Strategi diferensiasi diwujudkan dengan menawarkan produk-produk unik yang menyesuaikan dengan tren, memperkuat citra merek Islami, dan memberikan layanan pelanggan yang unggul. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan strategi keunggulan biaya dan diferensiasi telah berhasil meningkatkan daya tarik dan kesetiaan nasabah, serta sesuai dengan perspektif pemasaran syariah dengan memenuhi nilai-nilai karakteristik syariah marketing. Yaitu karakteristik Teitis (Rabbaniyyah), Etis (Akhlaiyyah), Realistis (Al-waqiyyah), dan Humanistis (Insaniyyah).

Saran yang diberikan peneliti bagi koperasi konsumen syariah MUI cabang Driyorejo, agar dapat mempertimbangkan untuk menggunakan strategi fokus yang saat ini belum digunakan. Melihat di wilayah Driyorejo terdapat cukup banyak UMKM yang berpotensi untuk dijadikan target pasar utama.

Kata Kunci: Koperasi Syariah, Strategi Bersaing, Pemasaran syariah, Keunggulan Biaya, Diferensiasi, Kopsyah MUI, Persaingan Sehat.

## ABSTRACT

Intensifying competition among financial institutions, in theory, should lead to healthy competition. However, in reality, there are still unhealthy competition practices that can cause various other problems. One such example is the alleged monopoly on online loan interest rates found by the Business Competition Supervisory Commission (KPPU). This highlights the importance of competition practices based on Sharia principles. This study aims to discuss the competitive strategies implemented by the Sharia Consumer Cooperative Mitra Usaha Ideal (Kopsyah MUI) Driyorejo Branch to increase the number of customers amidst intense competition from the perspective of Sharia marketing.

The research method used is qualitative descriptive to gain a deeper understanding of the competitive strategies applied by the Sharia Consumer Cooperative MUI Driyorejo Branch. Primary data was obtained through interviews with the head, employees, and customers of Kopsyah MUI, as well as secondary data from brochures to official documents.

The research findings indicate that the competitive strategies implemented by this cooperative include cost leadership and differentiation strategies. Kopsyah MUI Driyorejo Branch implements a cost leadership strategy by controlling operational costs and offering competitive profit-sharing without monthly administrative fees. The differentiation strategy is realized by offering unique products that align with trends, strengthening the Islamic brand image, and providing excellent customer service. The research results show that the implementation of cost leadership and differentiation strategies has successfully increased customer attraction and loyalty and aligns with the perspective of Sharia marketing by fulfilling the values of Sharia marketing characteristics. These characteristics include Theistic (Rabbaniyyah), Ethical (Akhlaqiyyah), Realistic (Al-waqiyyah), and Humanistic (Insaniyyah).

The researchers suggest that the Sharia consumer cooperative MUI Driyorejo branch consider using a focus strategy, which is currently not used. Given that there are quite a number of MSMEs in the Driyorejo area, they have the potential to be targeted as the main market.

**Keywords:** Sharia Cooperative, Competitive Strategy, Sharia Marketing, Cost Leadership, Differentiation, Kopsyah MUI, Healthy Competition.

## DAFTAR ISI

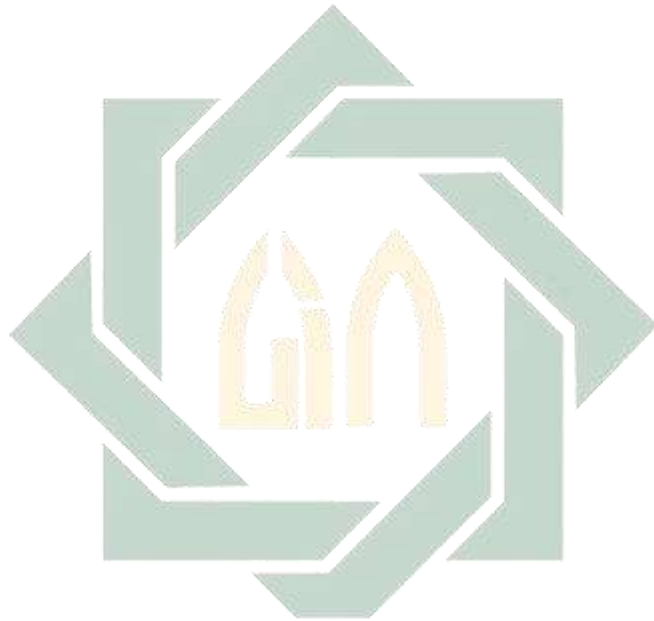
|  |      |
|--|------|
| HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI..... | i    |
| HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI / MUNAQSAH.....  | ii   |
| HALAMAN PENGESAHAN.....                      | iii  |
| KATA PENGANTAR .....                         | v    |
| ABSTRAK.....                                 | vii  |
| ABSTRACT.....                                | viii |
| DAFTAR ISI .....                             | ix   |
| DAFTAR GAMBAR .....                          | xi   |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                        | xii  |
| BAB 1 .....                                  | 1    |
| PENDAHULUAN.....                             | 1    |
| 1.1. Latar Belakang Masalah .....            | 1    |
| 1.2. Identifikasi dan Batasan Masalah.....   | 6    |
| 1.3. Rumusan Masalah.....                    | 7    |
| 1.4. Tujuan Penelitian.....                  | 7    |
| 1.5. Manfaat Penelitian.....                 | 8    |
| BAB II.....                                  | 10   |
| LANDASAN TEORI.....                          | 10   |
| 2.1. Kajian Teori.....                       | 10   |
| 2.1.1. Strategi Pemasaran .....              | 10   |
| 2.1.2. Strategi Bersaing .....               | 10   |
| 2.1.3. Pemasaran Syariah .....               | 16   |
| 2.2. Penelitian Terdahulu .....              | 18   |
| 2.3. Kerangka Konseptual.....                | 25   |
| BAB III.....                                 | 26   |
| METODE PENELITIAN .....                      | 26   |
| 3.1. Jenis Penelitian.....                   | 26   |
| 3.2. Tempat atau Lokasi Penelitian.....      | 26   |
| 3.3. Jenis Data dan Sumber Data .....        | 27   |
| 3.4. Teknik Pengumpulan Data.....            | 27   |



|   |    |
|---|----|
| 3.5. Teknik Analisis Data.....  | 29 |
| BAB IV.....   | 33 |
| HASIL DAN PEMBAHASAN.....   | 33 |
| 4.1. Gambaran Umum.....   | 33 |
| 4.1.1. Profil / Sejarah Koperasi Konsumen Syariah MUI Kantor Cabang Driyorejo<br>33   |    |
| 4.1.2. Visi dan Misi Koperasi .....   | 34 |
| 4.1.3. Personalia dan Struktur Organisasi .....   | 35 |
| 4.1.4. Produk Koperasi Konsumen Syariah MUI Kantor Cabang Driyorejo .....   | 35 |
| 4.1.5. Pihak-Pihak yang Bersaing.....   | 37 |
| 4.2. Hasil.....   | 38 |
| 4.2.1. Implementasi Strategi Bersaing Pada Koperasi Konsumen Syariah MUI<br>Cabang Driyorejo.....                               | 38 |
| 4.2.2. Implementasi Strategi Bersaing Pada Koperasi Konsumen Syariah MUI<br>Cabang Driyorejo Perspektif Pemasaran Syariah ..... | 50 |
| 4.3. Pembahasan.....  | 57 |
| 4.3.1. Analisis Strategi Bersaing pada Koperasi Konsumen Syariah MUI Cabang<br>Driyorejo 57                                     |    |
| 4.3.2. Analisis Strategi Bersaing pada Koperasi Konsumen Syariah MUI Cabang<br>Driyorejo Perspektif Pemasaran Syariah. ....     | 61 |
| BAB V.....  | 66 |
| KESIMPULAN DAN SARAN.....   | 66 |
| 5.1. Kesimpulan.....  | 66 |
| 5.2. Saran .....  | 66 |
| DAFTAR PUSTAKA .....  | 68 |
| LAMPIRAN .....  | 70 |

## DAFTAR GAMBAR

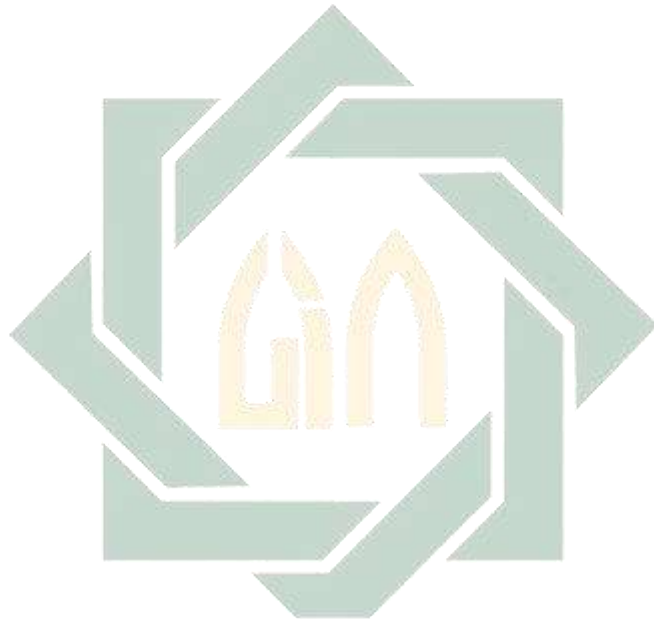
|   |    |
|---|----|
| Gambar 1.1. Perkembangan Jumlah Koperasi di Indonesia .....                             | 1  |
| Gambar 1.2. Perkembangan Jumlah Koperasi di Jawa Timur .....                            | 1  |
| Gambar 2.1. Kerangka Konseptual .....   | 25 |
| Gambar 4.1. Struktur Organisasi Koperasi Konsumen Syariah MUI cabang<br>Driyorejo ..... | 35 |



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR LAMPIRAN

|  |    |
|--|----|
| Lampiran 1 Daftar Pertanyaan dan Jawaban Wawancara ..... | 70 |
| Lampiran 2 Dokumentasi wawancara dengan narasumber.....  | 89 |
| Lampiran 3 Lembar Persetujuan Judul .....                | 91 |
| Lampiran 4 Hasil Cek Plagiarisme .....                   | 92 |



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR PUSTAKA

- Akhmadi, S., & Kholish, A. (2017). Prinsip-Prinsip Fundamental Ekonomi Islam. *el-Jizya : Jurnal Ekonomi Islam*, 4(1), 97–118. <https://doi.org/10.24090/ej.v4i1.2016.pp97-118>
- Arifandy, F. P., Norsain, N., & Firmansyah, I. D. (2020). Peran Koperasi Dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Nelayan: Perspektif Modal Kerja. *Jurnal Akademi Akuntansi*, 3(1), 118. <https://doi.org/10.22219/jaa.v3i1.11665>
- Badan Pusat Statistik. (t.t.). Diambil 5 Oktober 2023, dari <https://www.bps.go.id/indicator/13/760/1/jumlah-koperasi-aktif-menurut-provinsi.html>
- Darsana, I. M., Rahmadani, S., Salijah, E., Akbar, A. Y., Bahri, K. N., Amir, N. H., Jamil, S. H., Nainggolan, H. L., Anantadjaya, S. P., & Nugroho, A. (2023). *Strategi Pemasaran* (M. A. Wardana, Ed.). Intelektual Manifes Media.
- Karim, A. A. (2010). *Ekonomi Mikro Islami (Ketiga)*. PT Rajagrafindo Persada.
- Kasmir. (2014). *Kewirausahaan*. PT Rajagrafindo Persada.
- Kementrian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (t.t.). Diambil 4 Oktober 2023, dari <https://nik.depkop.go.id:8443/infokoperasi/rekapitulasi/dashboard.php>
- Mahfud, A. (2020). Analisis Strategi Bersaing Dalam Upaya Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Pembiayaan Warung Mikro. *MOMENTUM : Jurnal Sosial dan Keagamaan*, 9(1), 104–120. <https://doi.org/10.29062/mmt.v9i1.75>
- Mawar, Andriyani, L., Gultom, A., & Ketiara, K. (2021). Dampak Sosial Ekonomi Kebijakan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) di Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional Penelitian LPPM UMJ*. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaslit/article/view/10623/5984>
- Novita Sari, I., Puji Lestari, L., Wijaya Kusuma, D., Mafulah, S., Nali Brata, D. P., Karwanto, Supriyono, Nurul Iffah, J. D., Widiatsih, A., Utomo, E. S., Maghfur, I., Sari Sofiyana, M., & Sulistiana, D. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif*. UNISMA PRESS.
- Porter, M. E. (2008). *Competitive Advantage (Keunggulan Bersaing) Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul*. Karisma.
- Putra, P., & Hasbiyah, W. (2018). *Teori dan Praktik Pemasaran Syariah* (1 ed.). PT RajaGrafindo Persada.
- Rivai, V. (2012). *Islamic Marketing*. PT Gramedia Pustaka Utama.

- Silaban, B. E. (2006). Analisis Strategi PT. XYZ dengan Model Michael Porter. *Jurnal Esensi*, 1(1), 20–36.
- Sumarni, M. (2002). *Manajemen Pemasaran Bank*. Liberty.
- Tantawi, I. (2019). *Bahasa Indonesia Akademik (Strategi meneliti dan Menulis)* (1 ed.). Kencana.
- Tarjo. (2019). *Metode Penelitian Sistem 3x Baca*. Deepublish.
- tim CNN. (2023, Oktober). KPPU Temukan Dugaan Monopoli Bunga Utang Pinjol. ekonomi. <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20231005125430-781007474/kppu-temukan-dugaan-monopoli-bunga-utang-pinjol>
- Tria, W. M. (t.t.). Peran Koperasi dalam Mensejahterakan Masyarakat—Kompasiana.com. Diambil 5 Oktober 2023, dari <https://www.kompasiana.com/triawaliatulmaola6499/64bee75608a8b5124a53f952/peran-koperasi-dalam-mensejahterakan-masyarakat>
- Umar, H. (2008). *Strategic Management in Action*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Usnan. (2016, Mei 31). Prinsip Ekonomi Islam dan Relevansinya dengan Tantangan di Era Persaingan Global. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta. <https://febi.uinsaid.ac.id/2016/05/prinsip-ekonomi-islam-dan-relevansinya-dengan-tantangan-di-era-persaingan-global-usnan-s-e-i-m-e-i/>
- Wahyu Akbar, & Khasyi'in, N. (2023). Asuransi Dan Koperasi Syariah Di Indonesia: (Kajian Filosofis, Historis, Yuridis Dan Sosiologis). *At-Tasyri': Jurnal Hukum dan Ekonomi Syariah*, 4(2), 128–152. <https://doi.org/10.55380/tasyri.v4i2.463>
- Zainal, V. R., Arafah, W., & Subagia, I. K. (2020). *Manajemen Strategis: Strategi Bersaing Islami (Pertama)*. Indomedia Pustaka.