

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan di KJKS BMT-UGT Sidogiri Cabang Sidodadi Surabaya. Tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi jenis-jenis produk, mengetahui strategi pemasaran dan memformulasi alternatif strategi yang sesuai untuk diterapkan dalam pengembangan KJKS BMT-UGT Sidogiri Cabang Sidodadi Surabaya. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif dengan strategi penelitian studi kasus dan menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, analisis dokumen dan studi kepustakaan. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa jenis-jenis produk di lokasi penelitian terdiri dari produk tabungan yang meliputi: tabungan umum syari'ah, tabungan haji, tabungan 'umrah, tabungan 'idul fitr, tabungan peduli siswa, tabungan walimah dan deposito mudarabah. Selain itu juga ada produk pembiayaan yaitu: *mudarabah* (bagi hasil), *musyarakah* (penyertaan), *murabahah* (jual beli), *bai' bi thaman al-ajil* (jual beli) dan *rahn*. Produk yang lain berupa jasa pelayanan transfer dan *corporate social responsibility* berupa Santunan Muawanah dan Lembaga 'Amil Zakat, Infaq, Shadaqah dan Wakaf. Strategi pemasaran yang dilakukan berlandaskan pada bauran pemasaran atau *marketing mix* terdiri dari *product*, *price*, *place* dan *promotion*. Hasil penyesuaian berdasarkan Integrasi Matriks IE dan Matriks SWOT didapat beberapa alternatif strategi yang dilakukan dalam pengembangan KJKS BMT-UGT Sidogiri cabang Sidodadi Surabaya diantaranya: menjalin hubungan baik dengan pemerintah dalam pembinaan dan pengawasan KJKS, perlu adanya penetrasi dan pengembangan pasar dengan meningkatkan kontribusi dari produk pembiayaan, meningkatkan hubungan kemitraan dengan lembaga keuangan/donor untuk meningkatkan akses pendanaan yang murah, peningkatan kegiatan promosi baik melalui media massa, surat kabar maupun media online, optimalisasi peran Inkopсыah untuk penguatan kelembagaan, optimalisasi pelayanan dan pembinaan usaha anggota untuk memotivasi loyalitas dan minat menabung anggota, mengintensifkan pendidikan/ pelatihan pengelola untuk meningkatkan kualitas pelayanan, manajemen dan penerapan prinsip syariah, pembinaan karyawan melalui pelatihan keterampilan teknologi informasi, menjalin komunikasi yang intensif dengan pemerintah terkait pengembangan KJKS dan minimalisasi risiko dengan penyempurnaan proses, prosedur, dan pengawasan manajemen terhadap nasabah serta melakukan segmentasi pasar sasaran.

Kata kunci: Strategi pengembangan, Koperasi Jasa Keuangan Syariah, BMT-UGT Sidogiri, analisis SWOT.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	v
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vi
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
I. PENDAHULUAN.....	
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	4
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1. Tinjauan Umum Koperasi Syaria'ah.....	5
2.1.1. Pengertian Koperasi Jasa Keuangan Syariah.....	5
2.1.2. Tujuan Koperasi Syariah.....	5
2.1.3. Peran dan Fungsi Koperasi Syariah.....	6
2.1.4. Landasan Koperasi Syariah.....	7
2.2. Strategi Pemasaran.....	8
2.2.1. Strategi.....	8
2.2.2. Pemasaran.....	8
2.2.3. Strategi Bauran Pemasaran.....	9
2.3. Penelitian Terdahulu.....	11
2.4. Kerangka Berfikir.....	13
III. METODE PENELITIAN.....	15
3.1. Metode Penentuan Lokasi dan Waktu Penelitian.....	15
3.2. Metode Penentuan Informan.....	15
3.3. Metode Pengumpulan Data.....	16
3.4. Metode Analisis Data.....	17
3.4.1. Analisis Deskriptif Kualitatif.....	17
3.4.2. Formulasi Strategi Pengembangan.....	18
3.4.2.1. Analisis Faktor Lingkungan Internal dan Analisis Faktor Lingkungan Eksternal.....	19
3.4.2.2. Analisis Matriks <i>Eksternal Faktor Evaluation</i> (EFE)..	22
3.4.2.3. Analisis Matriks <i>Internal Factor Evaluation</i> (IFE).....	24
3.4.2.4. Analisis Matriks Internal External (IE).....	25
3.4.2.5. Analisis Matriks SWOT.....	27
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	30

4.1. Profil Lokasi Penelitian.....	30
4.1.1. Sejarah Berdirinya BMT-UGT Sidogiri Cabang Sidodadi Surabaya.....	30
4.1.2. Maksud dan Tujuan.....	32
4.1.3. Visi dan Misi BMT-UGT Sidogiri.....	32
4.1.4. Struktur Organisasi BMT-UGT Sidogiri.....	32
4.1.5. Permodalan BMT-UGT Sidogiri.....	35
4.2. Produk BMT-UGT Sidogiri Cabang Sidodadi Surabaya.....	36
4.2.1. Tabungan.....	36
4.2.2. Pembiayaan.....	40
4.2.3. Jasa.....	41
4.2.4. <i>Coorporate Social Responsibility</i>	41
4.3. Strategi Pemasaran pada KJKS BMT-UGT Sidogiri Cabang Sidodadi Surabaya.....	46
4.3.1. Strategi Produk (<i>product</i>).....	48
4.3.2. Strategi Harga (<i>price</i>).....	48
4.3.3. Strategi Tempat (<i>place</i>).....	49
4.3.4. Strategi Promosi (<i>promotion</i>).....	50
4.3.5. Strategi Lainnya.....	50
4.4. Analisis Faktor Internal.....	52
4.4.1. Sumberdaya Manusia.....	53
4.4.2. Produk.....	54
4.4.3. Permodalan.....	54
4.4.4. Lokasi Usaha.....	55
4.4.5. Manajemen Usaha.....	55
4.4.6. Pemasaran.....	56
4.4.7. Keanggotaan.....	57
4.5. Analisis Faktor Eksternal.....	59
4.5.1. Pangsa Pasar.....	59
4.5.2. Kemitraan Usaha.....	60
4.5.3. Teknologi Informasi.....	
4.5.4. Kebijakan Pemerintah.....	61
4.5.5. Tingkat Persaingan.....	62
4.6.6.....	
4.6. Analisis Faktor Internal dan Eksternal Berdasarkan Matriks IFE (<i>Internal Factor Evaluation</i>) dan Matriks EFE (<i>External Factor Evaluation</i>).....	64
4.6.1. Analisis Matriks IFE.....	64
4.6.2. Analisis Matriks EFE.....	66
4.7. Matriks IE (Internal-Eksternal).....	68
4.8. Analisis Matriks SWOT.....	70
4.8.1. Strategi S-O.....	72

4.8.2. Strategi WO.....	75
4.8.3. Strategi ST.....	78
4.8.4. Strategi WT.....	81
4.9. Integrasi Matriks IE dan Matriks SWOT.....	84
V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	87
5.1. Kesimpulan.....	87
5.2. Saran.....	88
DAFTAR PUSTAKA.....	89
LAMPIRAN.....	91

DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Faktor-faktor lingkungan internal KJKS BMT-UGT Sidogiri Cabang Sidodadi Surabaya.....	20
Tabel 2.	Faktor-faktor lingkungan eksternal KJKS BMT-UGT Sidogiri Cabang Sidodadi Surabaya.....	21
Tabel 3.	Pembobotan Faktor Strategis Internal.....	22
Tabel 4.	Pembobotan Faktor Strategis Eksternal	22
Tabel 5.	Matriks <i>Eksternal Factor Evaluation</i> (EFE).....	24
Tabel 6.	Matriks <i>Internal Factor Evaluation</i> (IFE).....	25
Tabel 7.	Matriks SWOT	28
Tabel 8.	Faktor-faktor lingkungan internal KJKS BMT-UGT Sidogiri cabang Sidodadi Surabaya.....	58
Tabel 9.	Faktor-faktor lingkungan eksternal KJKS BMT-UGT Sidogiri cabang Sidodadi Surabaya.....	63
Tabel 10	Matriks IFE (<i>Internal Factor Evaluation</i>) KJKS BMT-UGT Sidogiri cabang Sidodadi Surabaya.....	65
Tabel 11	Matriks EFE (<i>External Factor Evaluation</i>) KJKS BMT-UGT Sidogiri cabang Sidodadi Surabaya.....	67
Tabel 12	Matriks SWOT pada KJKS BMT-UGT Sidogiri cabang Sidodadi Surabaya.....	71
Tabel 13	Integrasi Matriks IE dan Matriks SWOT.....	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.	Kerangka Berfikir.....	14
Gambar 2.	Komponen-komponen Analisis Data: Model Interaktif.....	18
Gambar 3.	Matriks IE.....	26
Gambar 4.	Struktur Organisasi BMT UGT Sidogiri.....	33
Gambar 5.	Struktur organisasi BMT UGT Sidogiri Cabang Sidodadi – Surabaya.....	35
Gambar 6.	Matriks IE (Internal-Eksternal) KJKS BMT-UGT Sidogiri cabang Sidodadi Surabaya.....	69

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Pembobotan Terhadap Faktor Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman pada KJKS BMT-UGT Sidogiri cabang Sidodadi Surabaya.....	91
Lampiran 2.	Penilaian Bobot Rata-Rata Faktor Strategis Internal.....	96
Lampiran 3.	Penilaian Bobot Rata-Rata Faktor Strategis Eksternal.....	97
Lampiran 4.	Penilaian Rating Rata-Rata Faktor Strategis Internal.....	98
Lampiran 5.	Penilaian Rating Rata-Rata Faktor Strategis Eksternal.....	99