

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sektor ekonomi syariah di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir.¹ Khususnya pada sektor perbankan dan keuangan syariah. Perkembangan ini tercermin dari meningkatnya jumlah Lembaga Keuangan Syariah (LKS), salah satunya Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS).² Berdasarkan data hingga Desember 2022, terdapat 3.912 KSPPS yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia dengan jumlah anggota mencapai sekitar 4,6 juta orang.³ Data tersebut mengindikasikan bahwa KSPPS memiliki peran yang semakin luas dalam sistem keuangan syariah nasional.

Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) merupakan Lembaga Keuangan Non Bank (LKNB) yang menjalankan kegiatan usaha simpan pinjam dan pembiayaan berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Operasional KSPPS berpedoman pada ketentuan yang ditetapkan oleh Dewan Syariah Nasional Majelis

¹ Kementrian Keuangan Republik Indonesia, "Komitmen Pemerintah dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Syariah", dalam <https://www.kemenkeu.go.id/informasi-publik/publikasi/berita-utama/Komitmen-Pemerintah-Mendorong-Ekonomi-Syariah>, Diakses pada tanggal 02 Juni 2025, Jam 10.50 WIB.

² Hasan Baihaqi, "Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Sukarela (SIRELA) Di Koperasi Simpan Pinjam Dan Pembiayaan Syariah Baitul Maal Wa Tamwil (KSPPS-BMT) Makmur Mandiri Sukoharjo Tahun (2019-2021)", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 11, No. 1, Juli 2022, 1256.

³ Iwan Rudi Saktiawan, "Webinar KNEKS-IAEI: Peluang & Tantangan RUU Perkoperasian bagi Koperasi Syariah", dalam <https://kneks.go.id/berita/565/webinar-kneks-iaei-peluang-tantangan-ruu-perkoperasian-bagi-koperasi-syariah?category=1#:~:text=Berikutnya%20Bagus%20Aryo%20menyampaikan%20bahwa,dari%20sisi%20kuantitas%20maupun%20kualitas>, Diakses pada tanggal 27 Mei 2025, Jam 11.08 WIB.

Ulama Indonesia (DSN-MUI). Ketentuan ini juga ditegaskan dalam Peraturan Menteri Koperasi (Permenkop) dan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Nomor 11 Tahun 2017 tentang Usaha Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah oleh Koperasi, yang menyatakan bahwa KSPPS dapat melaksanakan kegiatan simpan pinjam dan pembiayaan syariah serta mengelola dana sosial keagamaan, seperti zakat, infak, sedekah, dan wakaf.⁴

Peran strategis pembiayaan syariah dalam mendukung perekonomian nasional juga tercermin dalam kontribusinya terhadap sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Kajian Ekonomi dan Keuangan Syariah Indonesia (KEKSI) yang diterbitkan oleh Bank Indonesia mencatat bahwa hingga Maret 2024, total pembiayaan syariah terhadap UMKM mencapai Rp161,03 triliun.⁵ Capaian tersebut menunjukkan bahwa pembiayaan syariah merupakan instrumen penting dalam mendorong pertumbuhan usaha produktif masyarakat. Dalam hal ini, KSPPS sebagai salah satu penyedia layanan pembiayaan syariah memiliki peran strategis dalam memperkuat perekonomian masyarakat, khususnya bagi pelaku usaha mikro dan kecil.

Keberhasilan layanan produk pembiayaan syariah sangat bergantung pada strategi pemasaran yang diterapkan. Disisi lain, optimalisasi pemasaran menjadi

⁴ Tati Handayani, Sufyati HS, Prima Dwi Priyatno, *Strategi Marketing Koperasi Syariah*, cet. ke-1 (Cirebon: Insania, 2022), 6.

⁵ Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS), "Pleno KNEKS 2024: Ekonomi Syariah Kekuatan Baru Menuju Indonesia Emas 2045", dalam <https://kneks.go.id/berita/662/pleno-kneks-2024-ekonomi-syariah-kekuatan-baru-menuju-indonesia-emas-2045?category=3>, Diakses pada tanggal 02 Juni 2025, Jam 10.33 WIB.

faktor kunci dalam mempertahankan keberlanjutan dan meningkatkan pertumbuhan koperasi syariah.⁶ Namun dalam praktiknya, pemasaran tidak selalu berjalan mulus dan sering dihadapkan pada berbagai tantangan seperti yang dihadapi oleh Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS), salah satunya pada KSPPS BMT NU Jawa Timur.

KSPPS BMT NU Jawa Timur merupakan lembaga keuangan syariah yang dikelola oleh Nahdlatul Ulama (NU) di wilayah Jawa Timur. Lembaga ini tidak hanya bergerak pada pembiayaan (*tamwil*) tetapi juga memiliki program sosial (*maal*) untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.⁷ Saat ini, KSPPS BMT NU Jawa Timur memiliki 106 kantor cabang, dengan 46 di antaranya tersebar di wilayah Madura, meliputi Kabupaten Bangkalan (11 cabang), Sampang (8 cabang), Pamekasan (7 cabang), dan Sumenep (21 cabang).⁸

Salah satu cabang yang aktif adalah KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Sepulu Bangkalan yang berdiri pada 20 Desember 2018 di Desa Sepulu, Kecamatan Sepulu, Kabupaten Bangkalan. Lembaga ini hadir untuk memberikan layanan keuangan syariah yang bebas riba kepada masyarakat sekitar. Produk pembiayaan syariah menjadi salah satu layanan utama yang ditawarkan. Melalui produk

⁶ Nanda Amelia, Juhadi, Wawan Kurniawan, "Optimalisasi Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah Dalam Konteks Koperasi Simpan Pinjam Syariah", *JPSI: Jurnal Perbankan Syariah Indonesia*, Vol. 3, No. 1, Maret 2024, 28.

⁷ BMT NU (Nuansa Umat) Jawa Timur, "Sekilas Tentang Maal", dalam https://www.maalbmtnu.com/user_web/maal_bmt_nu#:~:text=KSPPS.%20BMT%20NU%20Jawa%20Timur,baik%20dalam%20penghimpunan%20maupun%20penyaluran, Diakses pada tanggal 02 Juni 2025, Jam 15.39 WIB.

⁸ BMT NU (Nuansa Umat) Jawa Timur, "Tentang BMT NU", dalam <https://bmtnujatim.id/>, Diakses pada tanggal 02 Juni 2025, Jam 15.00 WIB.

pembiayaan syariah, KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Sepulu Bangkalan dapat membantu memberikan kemudahan bagi anggotanya untuk memperoleh modal usaha serta memenuhi kebutuhan dengan harga yang relatif lebih murah.⁹

Pada saat ini, KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Sepulu Bangkalan menghadapi berbagai kendala yang menghambat optimalisasi pemasaran produk pembiayaan syariahnya. Kendala tersebut meliputi kurangnya pemahaman anggota dan tingkat kesadaran masyarakat terhadap produk pembiayaan syariah, kehadiran berbagai lembaga keuangan lain (baik lembaga keuangan syariah maupun konvensional) yang beroperasi di Kecamatan Sepulu sehingga menimbulkan persaingan yang semakin ketat, serta adanya perubahan pola konsumsi dan preferensi masyarakat yang semakin modern juga menuntut adanya penyesuaian strategi pemasaran agar tetap relevan dengan kebutuhan pasar.¹⁰

Strategi promosi yang selama ini diterapkan oleh KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Sepulu Bangkalan dinilai masih kurang optimal karena cenderung bersifat tradisional, yaitu dengan mengandalkan penyebaran brosur, informasi dari mulut ke mulut, serta jaringan personal para pegawai. Sehingga jangkauan promosi menjadi terbatas dan kurang mampu menarik minat calon nasabah baru secara luas. Hal ini dapat dilihat pada tabel perkembangan jumlah nasabah pembiayaan di

⁹ Nila Asmita, "Peran Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat (Studi pada BMT Al-Ittihad Rumbai Pekanbaru)", *Jurnal An-Nahl*, Vol. 7, No. 2, Desember 2020, 171.

¹⁰ Nanda Amelia, Juhadi, Wawan Kurniawan, "Optimalisasi Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah Dalam Konteks Koperasi Simpan Pinjam Syariah", 28.

KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Sepulu Bangkalan tahun 2020-2024 sebagai berikut:

Tahun	Jumlah Nasabah Pembiayaan
2020	597
2021	551
2022	446
2023	385
2024	326

Tabel 1.1 Data Nasabah Pembiayaan

Sumber: Wawancara Dengan Kepala Cabang

Tabel diatas menunjukkan bahwa KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Sepulu Bangkalan terus mengalami penurunan jumlah nasabah pembiayaan yang cukup signifikan dari tahun ke tahun. Pada tahun 2020 tercatat sebanyak 597 orang, kemudian menurun menjadi 551 orang pada tahun 2021, menurun lagi menjadi 446 orang pada tahun 2022, 385 orang pada tahun 2023, dan hanya mencapai 326 orang pada tahun 2024.¹¹ Potensi ekonomi yang cukup besar di wilayah Kecamatan Sepulu dengan jumlah penduduk mencapai 42.488 jiwa pada tahun 2024.¹² Serta beragam aktivitas produktif masyarakat disektor perdagangan, pertanian,

¹¹ Wawancara dengan Bapak Abdul Halim, Kepala Cabang, di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Sepulu Bangkalan, 29 Juli 2025.

¹² Dispenduk Capil Bangkalan, "DKB SEMESTER 1 2024", dalam <http://dispendukcapil.bangkalankab.go.id/po-content/uploads/doc/DKB%20Semester%201%202024.pdf>, Diakses pada tanggal 03 November 2025, Jam 16.20 WIB.

peternakan, dan perikanan. Hal ini menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara potensi pasar dan efektivitas strategi pemasaran yang diterapkan. Kondisi tersebut seharusnya dapat menjadi peluang yang besar bagi KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Sepulu Bangkalan untuk memperluas jangkauan layanan dan meningkatkan daya saing produk pembiayaan syariahnya.

Pemasaran produk pembiayaan syariah di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Sepulu Bangkalan dapat berjalan secara efektif dan optimal, apabila didukung oleh penerapan strategi pemasaran yang tepat.¹³ Salah satu metode yang dapat digunakan untuk menentukan strategi yang tepat adalah dengan menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT merupakan salah satu metode yang digunakan untuk mengevaluasi kondisi suatu lembaga atau bisnis melalui identifikasi empat aspek utama, yaitu kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*). Metode ini berfungsi sebagai instrumen analisis yang mampu mengkaji faktor internal dan eksternal yang memengaruhi kinerja lembaga. Melalui analisis SWOT, lembaga dapat mengoptimalkan kekuatan dan peluang yang dimiliki, sekaligus meminimalkan kelemahan serta mengantisipasi berbagai ancaman yang dihadapi. Dengan demikian, hasil analisis SWOT dapat digunakan sebagai dasar dalam

¹³ Ahmad Aris dan Miswan Ansori, "Analisa Strategi Pemasaran Pembiayaan Qardhul Di KSPPS Guna Lestari Jaya", *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Vol. 8, No. 3, 2023, 472.

merumuskan strategi yang tepat guna meningkatkan kinerja dan mencapai tujuan lembaga secara efektif.¹⁴

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Sepulu Bangkalan memerlukan pengembangan dan penyusunan strategi pemasaran yang tepat terhadap produk pembiayaannya, agar tetap relevan dan kompetitif di tengah meningkatnya persaingan antar lembaga keuangan (baik syariah maupun konvensional). Selain itu, sebagai lembaga keuangan yang berorientasi pada pemberdayaan ekonomi masyarakat, KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Sepulu Bangkalan diharapkan dapat terus memperkuat kontribusinya dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat melalui akses layanan pembiayaan syariahnya. Maka dari itu, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana implementasi strategi pemasaran produk pembiayaan di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Sepulu Bangkalan, baik dari segi manajemen maupun kualitas pelayanan yang diberikan.

Meskipun telah banyak penelitian yang mengkaji strategi pemasaran produk pembiayaan pada lembaga keuangan syariah, sebagian besar penelitian sebelumnya hanya berfokus pada lembaga keuangan syariah skala besar seperti perbankan syariah atau koperasi di wilayah perkotaan. Selain itu, fokus penelitian pada umumnya hanya terbatas pada satu jenis akad pembiayaan tertentu dengan menggunakan pendekatan bauran pemasaran (*marketing mix*). Hingga saat ini,

¹⁴ Fajar Nur'aini Dwi Fatimah, *Teknik Analisis SWOT Pedoman Menyusun Strategi Yang Efektif Dan Efisien Serta Cara Mengelola Kekuatan Dan Ancaman* (Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia, 2020), 7-8.

belum banyak penelitian yang secara spesifik meneliti strategi pemasaran produk pembiayaan secara menyeluruh pada koperasi syariah di wilayah pedesaan, yang memiliki karakteristik sosial dan ekonomi berbeda dari wilayah perkotaan. Terutama dengan menggunakan pendekatan analisis SWOT untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi kinerja lembaga secara lebih komprehensif. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan penelitian dan kebutuhan akan kajian yang lebih kontekstual, strategis, dan relevan dengan kondisi koperasi syariah di wilayah pedesaan.

Penelitian ini menyajikan perbedaan dan kebaruan, yaitu dengan menggunakan pendekatan analisis SWOT yang belum banyak digunakan pada penelitian sebelumnya, untuk menganalisis strategi pemasaran produk pembiayaan secara umum pada lembaga keuangan syariah non-bank di wilayah pedesaan seperti KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Sepulu Bangkalan. Penelitian ini penting dilakukan untuk mengungkap sejauh mana strategi pemasaran yang diterapkan berdampak pada kualitas pelayanan produk pembiayaan syariah di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Sepulu Bangkalan. Dengan menggunakan pendekatan analisis SWOT terhadap strategi pemasaran produk pembiayaan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh KSPPS BMT NU dalam memasarkan produk pembiayaannya. Melalui pendekatan analisis SWOT ini, diharapkan KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Sepulu Bangkalan dapat meningkatkan kinerja pemasaran dan pelayanan kepada masyarakat, serta merumuskan dan menyusun strategi pemasaran yang lebih

efektif, sehingga dapat menjadi referensi pengembangan pemasaran bagi cabang-cabang koperasi serupa di wilayah lainnya terutama di wilayah pedesaan.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk mengambil penelitian dengan judul "**Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan di KSPSS BMT NU Jawa Timur Cabang Sepulu Bangkalan: Analisis SWOT**".

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, dapat diidentifikasi beberapa permasalahan yang menjadi fokus dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Kurangnya implementasi pemasaran yang efektif di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Sepulu Bangkalan.
2. KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Sepulu Bangkalan belum sepenuhnya menjadi pilihan utama masyarakat dalam melakukan kegiatan simpan pinjam.
3. Minimnya sosialisasi dan edukasi yang dilakukan oleh KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Sepulu Bangkalan kepada masyarakat mengenai produk pembiayaan syariah yang ditawarkan KSPPS BMT NU.
4. Perlu analisis yang lebih mendalam tentang strategi pemasaran produk pembiayaan di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Sepulu Bangkalan menggunakan analisis SWOT.

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah dalam penelitian ini, diperlukan pembatasan masalah agar pembahasan dapat dilakukan secara terarah

dan tidak meluas. Pembatasan masalah ini bertujuan memfokuskan penelitian pada analisis strategi pemasaran produk pembiayaan di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Sepulu Bangkalan. Dalam penelitian ini, analisis SWOT digunakan sebagai alat untuk mengidentifikasi strategi pemasaran yang efektif melalui evaluasi terhadap kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) yang dihadapi oleh KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Sepulu Bangkalan dalam memasarkan produk pembiayaannya.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis merumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana implementasi pemasaran produk pembiayaan di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Sepulu Bangkalan?
2. Bagaimana strategi pemasaran produk pembiayaan di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Sepulu Bangkalan berdasarkan analisis SWOT?

E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian:

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dipaparkan, penelitian ini bertujuan untuk:

- a. Mengetahui implementasi pemasaran produk pembiayaan di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Sepulu Bangkalan.
- b. Menganalisis strategi pemasaran produk pembiayaan di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Sepulu Bangkalan berdasarkan analisis SWOT.

2. Kegunaan Penelitian:

a. Kegunaan Teoritis

- 1) Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan serta memperkaya referensi literatur dalam bidang manajemen pemasaran, khususnya terkait strategi pemasaran produk pembiayaan pada koperasi syariah.
- 2) Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori pemasaran syariah melalui penerapan analisis SWOT dalam perumusan strategi pemasaran di koperasi syariah.

b. Kegunaan Praktis

1) Bagi Penulis

Memberikan pengalaman serta meningkatkan pengetahuan dan pemahaman dalam menganalisis strategi pemasaran di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Sepulu Bangkalan menggunakan analisis SWOT.

2) Bagi Mahasiswa

Sebagai referensi dan sumber informasi bagi mahasiswa yang ingin melakukan penelitian atau penyusunan tugas akhir dengan mengangkat tema yang sama atau sejenis.

3) Bagi Perguruan Tinggi

Menambah ilmu dan wawasan bagi mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura, khususnya bagi mahasiswa fakultas keislaman ekonomi

syariah tentang pemasaran serta penerapan analisis SWOT di lembaga keuangan syariah.

4) Bagi KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Sepulu Bangkalan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan atau saran yang bersifat membangun untuk terus meningkatkan pemasaran produk-produk pembiayaannya, serta membantu manajemen KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Sepulu Bangkalan dalam merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif berdasarkan analisis SWOT.

F. Kajian Pustaka

Berdasarkan kajian yang telah dilakukan oleh peneliti dalam menyusun penelitian ini, peneliti telah menelusuri berbagai penelitian-penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan permasalahan yang diangkat oleh peneliti, dan menjadi pedoman dalam melakukan penelitian ini. Diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Skripsi Farhana (2023) yang berjudul "Analisis SWOT Terhadap Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan *Murabahah* Pada *Baitul Maal Wat Tamwil* (BMT) UGT Nusantara Capem Geger Kabupaten Bangkalan".¹⁵ Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran pembiayaan *murabahah* di BMT UGT Nusantara Capem Geger menerapkan bauran pemasaran (*marketing mix*) 7P. Berdasarkan hasil analisis SWOT, posisi BMT berada pada kuadran I, yang menunjukkan adanya peluang besar untuk berkembang. Oleh karena itu, strategi

¹⁵ Farhana, "Analisis SWOT Terhadap Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan *Murabahah* Pada *Baitul Maal Wat Tamwil* (BMT) UGT Nusantara Capem Geger Kabupaten Bangkalan", (Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2023).

yang direkomendasikan adalah strategi agresif, yaitu strategi *Strength–Opportunity* (SO), dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang yang dimiliki lembaga. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan deduktif dan induktif. Adapun perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian penulis terletak pada fokus kajian, di mana penelitian ini secara spesifik membahas strategi pemasaran pada satu jenis produk pembiayaan, yaitu pembiayaan *murabahah*. Sementara itu, penelitian penulis membahas strategi pemasaran produk pembiayaan secara umum. Persamaan kedua penelitian ini terletak pada fokus dan pendekatan penelitian, yaitu sama-sama menganalisis strategi pemasaran produk pembiayaan di BMT dengan menggunakan analisis SWOT, serta sama-sama dilakukan di wilayah Bangkalan, Jawa Timur.

2. Skripsi Hesti Ayu Dewi (2023) yang berjudul "Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan *Ijarah* Pada KSPPS BMT Damar Dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif".¹⁶ Hasil penelitian menunjukkan bahwa KSPPS BMT Damar menerapkan bauran pemasaran (*marketing mix*) 7P dalam memasarkan produk pembiayaan *ijarah*, menggunakan analisis 5C untuk menilai kelayakan calon nasabah pembiayaan *ijarah*, serta membangun citra produk (*brand image*) melalui strategi *marketing promotion relations*. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif dengan jenis penelitian lapangan (*field research*). Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian penulis terletak

¹⁶ Hesti Ayu Dewi, "Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan *Ijarah* Pada KSPPS BMT Damar Dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif", (Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2023).

pada fokus kajian, di mana penelitian ini bersifat lebih spesifik karena hanya membahas strategi pemasaran pada satu jenis akad, yaitu akad *ijarah*, dengan pendekatan teori bauran pemasaran. Sementara itu, penelitian penulis memiliki cakupan yang lebih luas karena membahas strategi pemasaran produk pembiayaan secara umum dengan menggunakan pendekatan analisis SWOT. Adapun persamaan kedua penelitian ini adalah sama-sama mengkaji strategi pemasaran produk pembiayaan pada KSPPS BMT.

3. Jurnal Fadia Austinnisa' dan Farid Ardyansyah (2023) yang berjudul "Strategi Pemasaran Syariah Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Pembiayaan Pensiunan Di BSI KCP Pasar Babat Lamongan".¹⁷ Hasil penelitian menunjukkan bahwa BSI KCP Pasar Babat Lamongan menerapkan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) 7P dalam memasarkan produk pembiayaan pensiunan, yang dipadukan dengan nilai-nilai pemasaran syariah berdasarkan sifat Rasulullah SAW, yaitu *shiddiq, fathanah, amanah, dan tabligh*. Strategi promosi yang diterapkan, seperti kunjungan langsung (*door to door*), penyebaran brosur, serta peningkatan kualitas layanan, dinilai paling efektif dalam meningkatkan minat nasabah terhadap pembiayaan pensiunan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan jenis penelitian lapangan (*field research*) dan pendekatan analisis deskriptif. Adapun perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian penulis terletak pada fokus kajian dan

¹⁷ Fadia Austinnisa' dan Farid Ardyansyah, "Strategi Pemasaran Syariah Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Pembiayaan Pensiunan Di BSI KCP Pasar Babat Lamongan", *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, Vol. 6, No. 3, 2023.

objek penelitian, di mana penelitian ini secara spesifik membahas pemasaran produk pembiayaan pensiunan pada lembaga keuangan syariah bank dengan pendekatan bauran pemasaran dalam perspektif syariah. Sementara itu, penelitian penulis memiliki cakupan yang lebih luas karena mengkaji strategi pemasaran produk pembiayaan secara umum pada lembaga keuangan syariah non-bank menggunakan pendekatan analisis SWOT. Persamaan dari kedua penelitian ini adalah sama-sama membahas strategi pemasaran produk pembiayaan pada lembaga keuangan syariah di wilayah Jawa Timur.

4. Jurnal Muallifatus Nabila dan Luluk Hanifah (2025) yang berjudul "Analisis SWOT Strategi Pemasaran Tabungan Simitra Mikro BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah".¹⁸ Hasil penelitian menunjukkan bahwa BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik menerapkan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) 4P dengan pendekatan inovatif, seperti program “Jemput Bola” dan “Grebek Pasar”, dalam upaya menarik minat nasabah. Berdasarkan hasil analisis SWOT, posisi BPRS berada pada kuadran I, yang menunjukkan bahwa lembaga tersebut memiliki kekuatan internal yang kuat serta peluang eksternal yang menjanjikan untuk berkembang. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan jenis penelitian lapangan (*field research*) dan pendekatan analisis deskriptif. Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada jenis produk dan lembaga

¹⁸ Muallifatus Nabila dan Luluk Hanifah, "Analisis SWOT Strategi Pemasaran Tabungan Simitra Mikro BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah", *DIRHAM: Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 5, No. 1, 2025.

yang dikaji. Penelitian ini berfokus pada produk tabungan sebagai simpanan nasabah berbasis syariah pada lembaga keuangan syariah bank, yaitu Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Sementara itu, penelitian penulis mengkaji produk pembiayaan sebagai pinjaman berbasis syariah pada lembaga keuangan syariah non-bank, yaitu Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS). Persamaan kedua penelitian ini terletak pada penggunaan analisis SWOT sebagai pendekatan untuk menganalisis strategi pemasaran produk pada lembaga keuangan syariah.

5. Jurnal Eny Latifah, Lutfi Auliyah, Yazid Al-Busthomi, dan Lailiyatul Azizah (2022) yang berjudul "Analisis SWOT Dalam Mengembangkan Unit Usaha Pada Koperasi Syariah".¹⁹ Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan unit usaha Koperasi Syariah BMT Sunan Drajat berdasarkan analisis SWOT mengungkapkan sejumlah faktor internal dan eksternal yang memengaruhi kinerja koperasi. Kekuatan utama yang dimiliki koperasi tersebut adalah adanya kolaborasi yang kuat antar pemangku kepentingan serta penetapan harga yang relatif terjangkau pada setiap unit usaha. Adapun tantangan yang dihadapi berasal dari tingginya tingkat persaingan dengan kompetitor, sementara kelemahan yang ditemukan meliputi keterbatasan sumber daya yang dapat diandalkan serta ketertinggalan dalam pemanfaatan dan pengembangan teknologi. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan

¹⁹ Eny Latifah, Lutfi Auliyah, Yazid Al-Busthomi, dan Lailiyatul Azizah, "Analisis SWOT Dalam Mengembangkan Unit Usaha Pada Koperasi Syariah", *JISEF: Journal Of International Sharia Economics and Financial*, Vol. 1, No. 2, 2022.

analisis deskriptif yang dikombinasikan melalui teknik triangulasi data. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada ruang lingkup kajian, di mana penelitian ini memiliki cakupan yang lebih luas karena membahas pengembangan seluruh unit usaha koperasi beserta berbagai jenis kegiatan usahanya. Sebaliknya, penelitian penulis memiliki ruang lingkup yang lebih sempit karena hanya berfokus pada strategi pemasaran produk pembiayaan. Adapun persamaan kedua penelitian ini adalah sama-sama bertujuan untuk merumuskan strategi yang tepat dalam pengembangan koperasi syariah dengan menggunakan pendekatan analisis SWOT.

G. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah pembahasan dalam penulisan tugas akhir, penelitian ini disusun ke dalam lima bab yang saling berkaitan, di mana setiap bab terdiri atas beberapa sub bab yang mendukung keterpaduan pembahasan. Adapun sistematika pembahasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN : Bab ini memuat uraian mengenai permasalahan yang diangkat, alasan dilaksanakannya penelitian, serta gambaran umum rencana penelitian, yang meliputi latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, kajian pustaka, serta sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI : Bab ini berisi teori-teori dan hasil penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai dasar konseptual dalam pembahasan strategi pemasaran produk pembiayaan di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Sepulu Bangkalan melalui analisis SWOT.

BAB III METODE PENELITIAN : Bab ini menjelaskan prosedur dan tahapan penelitian yang dilakukan, meliputi jenis penelitian, lokasi penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, serta metode analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN : Bab ini menyajikan deskripsi hasil penelitian dan analisis terhadap data yang diperoleh terkait strategi pemasaran produk pembiayaan di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Sepulu Bangkalan berdasarkan analisis SWOT.

BAB V PENUTUP : Bab ini berisi kesimpulan sebagai inti dari hasil penelitian serta saran yang diajukan peneliti sebagai rekomendasi atau masukan bagi pengembangan penelitian selanjutnya.