

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Analisis Implementasi *Spiritual Marketing* pada Strategi pemasaran di Koperasi Syariah (Studi Kasus KSPPS Mitra Usaha Ideal Gresik Jatim)” ini merupakan penelitian yang dilakukan untuk menjawab rumusan masalah tentang bagaimana implementasi *spiritual marketing* pada strategi pemasaran di KSPPS Mitra Usaha Ideal Gresik Jatim

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif yang bersifat deskriptif dan yang menjadi subyek penelitian adalah KSPPS Mitra Usaha Ideal Jatim yang berada di jalan raya Bungah Gresik, sedangkan yang menjadi obyek penelitian adalah implementasi *spiritual marketing* pada strategi pemasaran di KSPPS Mitra Usaha Ideal Jatim. Sumber data penelitian adalah data primer dan data skunder, analisis data penelitian adalah reduksi data, penyajian data, serta kesimpulan/verifikasi sedangkan diperoleh melalui observasi, wawancara dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini adalah Penerapan *spiritual marketing* pada strategi pemasaran di KSPPS MUI sudah sejalan dengan prinsip-prinsip *spiritual marketing*. Penerapan tersebut tidak hanya diterapkan di aspek promosi saja tetapi juga diterapkan disemua aspek kegiatan KSPPS MUI. Sehingga penerapannya juga membawa dampak positif dan memberikan manfaat, baik itu manfaat untuk lembaga dan karyawan, manfaat untuk nasabahnya bahkan pesaingpun mendapatkan manfaat dan kebahagiaan. Dampak positif tersebut memberikan perubahan terhadap KSPPS MUI, selain itu juga menjadikan KSPPS MUI menjadi lebih baik, serta dapat merubah karakter atau kepribadian para karyawan. Tetapi tentu ada kendala dalam menerapkannya. Kendala yang dihadapi oleh KSPPS MUI disebabkan dari aspek SDM (Sumber Daya Manusia) yang dimiliki oleh KSPPS MUI. Yaitu latar belakang dari para karyawan atau AO KSPPS MUI bukan dari pondok pesantren dan jurusan ekonomi syariah. Jadi penerapannya kurang maksimal. Dalam prakteknya strategi pemasaran yang dilakukan oleh KSPPS MUI didasarkan pada nilai-nilai islam dan tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah Penerapan tersebut akan maksimal apabila manager selalu memberikan arahan kepada karyawan tentang *spiritual marketing*. Maka dari itu perlu adanya pengawasan/kontroling dari *manager*. Supaya penerapan *spiritual marketing* di KSPPS MUI tetap bisa dijalankan. Tidak hanya membekali SDM karyawan saja tetapi merubah *mind-set* masyarakat tentang lembaga keuangan syariah juga sangat penting, sehingga KSPPS MUI selalu jadi motivasi bermuamalah yang sesuai dengan syariah.

Kata kunci : Implementasi, *Spiritual Marketing*, Strategi Pemasaran

ABSTRACT

Thesis entitled "Analysis of Implementation of Spiritual Marketing on Marketing Strategy in Sharia Cooperative (Case Study KSPPS Mitra Usaha Ideal Gresik Jatim)" This is a study conducted to answer the formulation of the problem of how the implementation of spiritual marketing on marketing strategies at KSPPS Mitra Usaha Ideal Gresik East Java.

The research method used is descriptive qualitative and the subject of research is KSPPS Mitra Usaha Ideal Jatim located on the highway Bungah Gresik, while the object of research is the implementation of spiritual marketing on marketing strategy at KSPPS Mitra Usaha Ideal East Java. Sources of research data are primary data and secondary data, data analysis research is data reduction, data presentation, and conclusion.

The result of this research is the application of spiritual marketing on marketing strategy in KSPPS MUI is in line with the principles of spiritual marketing. Implementation is not only applied in the promotion aspect but also applied in all aspects of KSPPS MUI activities. So the application also brings a positive impact and provide benefits, both benefits for institutions and employees, the benefits for its customers and even competitorspun benefit and kebahaiaan. These positive impacts provide changes to KSPPS MUI, while also making KSPPS MUI better, and can change the character or personality of the employees. But of course there are obstacles in applying it. The obstacle faced by KSPPS MUI is caused by Human Resources (Human Resources) owned by KSPPS MUI. That is the background of the employees or AO KSPPS MUI is not from the boarding school and the department of Islamic economics. So the application is less than the maximum. In practice, the strategy of the KSPPS MUI is based on Islamic values and is not contrary to the principles of shariah. The application will be maximized if the manager always gives direction to the employees about spiritual marketing. Therefore it is necessary to supervise / control from the manager. So that the application of spiritual marketing in KSPPS MUI can still be run. Not only equip HR employees but change the min-set of society about syariah financial institution is also very important, so KSPPS MUI always be motivation bermuamalah in accordance with sharia.

Keywords: *Implementation, Spiritual Marketing, Marketing Strategy*

