

ABSTRAK

Pembiayaan syariah berperan penting dalam mendorong pertumbuhan usaha produktif masyarakat, khususnya bagi UMKM. Sebagai salah satu penyedia layanan pembiayaan syariah, Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) memiliki peran strategis dalam mendukung perekonomian masyarakat. Keberhasilan layanan produk pembiayaan syariah sangat bergantung pada strategi pemasaran yang tepat. Salah satu cara untuk menentukan strategi yang tepat adalah menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT merupakan suatu metode yang mampu mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh KSPPS dalam pemasaran produk pembiayaannya. Sehingga KSPPS dapat meningkatkan kinerja pemasaran dan pelayanan kepada masyarakat, serta merumuskan dan menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana strategi pemasaran produk pembiayaan di KSPPS menggunakan analisis SWOT, dengan fokus pada KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Sepulu Bangkalan sebagai objek penelitian. Melalui penelitian *field research* (penelitian lapangan) dengan pendekatan kualitatif metode deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi nonpartisipan, wawancara semi terstruktur, dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi pemasaran produk pembiayaan di KSPPS BMT NU Sepulu mengintegrasikan empat elemen utama pemasaran, yaitu segmentasi pasar, target pasar, penciptaan posisi pasar, dan bauran pemasaran (*marketing mix 4p*) yang meliputi produk, harga, tempat, dan promosi. Hasil dari analisis SWOT terhadap strategi pemasaran produk pembiayaan di KSPPS BMT NU Sepulu menghasilkan nilai IFAS sebesar 2,73 (*strengths* 1,62 dan *weaknesses* 1,11). Sedangkan nilai EFAS sebesar 3,04 (*opportunities* 1,89 dan *threats* 1,15). Hal tersebut menempatkan KSPPS BMT NU Sepulu pada situasi yang menguntungkan, yaitu kuadran I (positif, positif). Dengan kekuatan dan peluang yang lebih dominan dibanding kelemahan dan ancaman. Rekomendasi strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*).

Kata Kunci: Produk Pembiayaan, KSPPS, Strategi Pemasaran, Analisis SWOT

ABSTRACT

Sharia financing plays an important role in encouraging the growth of productive community businesses, especially for UMKM. As one of the providers of sharia financing services, the Sharia Savings and Loans and Financing Cooperative (KSPPS) plays a strategic role in supporting the community's economy. The success of sharia financing product services depends heavily on the right marketing strategy. One way to determine the right strategy is to use a SWOT analysis. SWOT analysis is a method that can identify the strengths, weaknesses, opportunities, and threats faced by KSPPS in marketing its financing products. This allows KSPPS to improve marketing performance and services to the community, as well as formulate and develop more effective marketing strategies.

This study aims to analyze how the marketing strategy for financing products at KSPPS uses a SWOT analysis, focusing on KSPPS BMT NU East Java Sepulu Bangkalan Branch as the research object. Through field research with a qualitative descriptive method approach. Data collection techniques were carried out through non-participant observation, semi-structured interviews, and documentation.

The research results show that the implementation of financing product marketing at KSPPS BMT NU Sepulu integrates four key marketing elements: market segmentation, targeting, positioning, and the marketing mix 4p encompassing product, price, place, and promotion. A SWOT analysis of the financing product marketing strategy at KSPPS BMT NU Sepulu yielded an IFAS score of 2,73 (strengths 1,62 and weaknesses 1,11), while the EFAS score was 3,04 (opportunities 1,89 and threats 1,15). This places KSPPS BMT NU Sepulu in a favorable position, namely quadrant I (positive, positive). Strengths and opportunities outweigh weaknesses and threats. The recommended strategy to implement in this situation is to support an aggressive growth policy (growth-oriented strategy).

Keywords: *Financing Products, KSPPS, Marketing Strategy, SWOT Analysis*