

**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK
LEMBAGA KEUANGAN MIKRO SYARIAH DALAM
MENINGKATKAN KEUNGGULAN BERSAING
(Studi Kasus Pada KSPPS BMT NU Sejahtera Purwokerto)**



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Prof. Saifuddin Zuhri Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Oleh:
SITI AISYAH
NIM. 1717202100

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS NEGERI PROF. K.H SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO
2021**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Siti Aisyah

NIM : 1717202100

Jenjang : S. 1

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Perbankan Syariah

Program Studi : Perbankan Syariah

Judul Skripsi : Analisis Strategi Pengembangan Produk Lembaga Keuangan Mikro Syariah Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Pada KSPPS BMT NU Sejatera Purwokerto)

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali bagian-bagian yang dirujuk dari sumbernya.

Purwokerto, 15 Oktober 2021

Saya yang menyatakan,



Siti Aisyah

NIM. 1717202100



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK LEMBAGA KEUANGAN
MIKRO SYARIAH DALAM MENINGKATKAN KEUNGGULAN BERSAING
(STUDI KASUS PADA KSPPS BMT NU SEJAHTERA PURWOKERTO)**

Yang disusun oleh Saudari **Siti Aisyah NIM 1717202100** Jurusan/Program Studi **Perbankan Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Jumat** tanggal **22 Oktober 2021** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang Penguji


Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I.
NIP. 19851112 200912 2 007

Sekretaris Sidang/Penguji


Ida PW, S.E., Ak., M.Si., C.A
NIDN. 2004118201

Pembimbing/Penguji


Yoiz Shofwa Shofrani, S.P., M.Si.
NIP. 19781231 200801 2 027

Purwokerto, 27 Oktober 2021

Mengetahui/Mengesahkan
Dekan




Dr. H. Farid Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19730921 200212 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth: Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
di-
Purwokerto.

Assalamu'alaikum wr.wb

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudari Siti Aisyah NIM 1717202100 yang berjudul:

Analisis Strategi Pengembangan Produk Lembaga Keuangan Mikro Syariah Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Pada KSPPS BMT NU Sejahtera Purwokerto)

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Syariah (S.E.).

Wassalamu'alaiakum wr.wb

Purwokerto, 15 Oktober 2021

Pembimbing



Yoiz Shofwa Shafrani, SP., M.Si
NIP. 19781231 200801 2 027

MOTTO

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”

(Qs. Al-Insyirah : 5)

“Lakukan yang terbaik yang dapat kamu lakukan.”

-Siti Aisyah-



**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK LEMBAGA
KEUANGAN MIKRO SYARIAH DALAM MENINGKATKAN
KEUNGGULAN BERSAING**

**Siti Aisyah
NIM. 1717202100**

Email: 1717202100@mhs.iainpurwokerto.ac.id

Jurusan Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRAK

Pengembangan produk merupakan salah satu strategi yang diperlukan oleh Lembaga Keuangan Mikro Syariah agar dapat terus bertahan dan bersaing dengan lembaga keuangan lainnya. Dengan adanya pengembangan produk diharapkan dapat menciptakan produk unggulan yang dapat memenuhi kebutuhan dan selera pasar sehingga dapat meningkatkan keunggulan bersaing. Keunggulan bersaing yaitu kondisi dimana suatu perusahaan memiliki nilai yang lebih unggul dibandingkan pesaingnya. Untuk mencapai keunggulan bersaing diperlukan analisis strategi yang tepat baik dari segi produk maupun jasa yang ditawarkan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pengembangan produk dalam meningkatkan keunggulan bersaing di KSPPS BMT NU Sejahtera Purwokerto. Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif yang merupakan jenis penelitian lapangan. Teknik pengumpulan data melalui metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Objek dari penelitian ini adalah strategi pengembangan produk dalam meningkatkan keunggulan bersaing.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pengembangan produk pada KSPPS BMT NU Sejahtera Purwokerto dalam meningkatkan keunggulan bersaing yaitu melalui strategi imitasi dan mutasi. Strategi imitasi diterapkan pada produk simpanan wadiah, simpanan mudharabah, dan produk pembiayaan yang diimitasi dari produk perbankan konvensional. Sedangkan untuk menambah variasi produk yang dimiliki agar dapat meningkatkan daya saing, maka BMT ini menerapkan strategi mutasi dengan memodifikasi produk-produk simpanan wadiah menjadi beberapa produk simpanan dengan akad yang sama.

Kata Kunci: *Strategi pengembangan Produk, Lembaga Keuangan Mikro Syariah, Keunggulan Bersaing.*

***ANALYSIS OF PRODUCT DEVELOPMENT STRATEGIES FOR SHARIA
MICROFINANCE INSTITUTIONS IN INCREASING COMPETITIVE
ADVANTAGE***

**Siti Aisyah
NIM. 1717202100**

Email: 171717202100@mhs.iainpurwokerto.ac.id

Department of Islamic Banking
Faculty of Economics and Islamic Business
State Islamic University (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRACT

Product development is one of the strategies needed by Sharia Microfinance Institutions in order to continue to survive and compete with other financial institutions. With product development, it is expected to create superior products that can meet market needs and tastes so as to increase competitive advantage. Competitive advantage is a condition where a company has superior value compared to its competitors. To achieve competitive advantage, it is necessary to analyze the right strategy both in terms of products and services offered.

The purpose of this study was to find out how product development strategies in increasing competitive advantage in KSPPS BMT NU Sejahtera Purwokerto. This study uses a qualitative research methodology with a descriptive approach which is a type of field research. Data collection techniques through interviews, observation and documentation. The object of this research is product development strategy in increasing competitive advantage.

The results of this study indicate that the product development strategy at KSPPS BMT NU Sejahtera Purwokerto in increasing competitive advantage is through imitation and mutation strategies. The imitation strategy is applied to wadiah savings products, mudharabah deposits, and financing products that are imitated from conventional banking products. Meanwhile, to increase the variety of products owned in order to increase competitiveness, this BMT applies a mutation strategy by modifying wadiah savings products into several savings products with the same contract.

Keywords: *Product Development Strategy, Islamic Microfinance Institutions, Competitive advantage.*

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata yang dipakai dalam penelitian skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. Nomor 158/1987 dan Nomor : 0543b/U/1987.

1. Konsonan tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba'	B	be
ت	ta'	T	te
ث	Sa	S	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	je
ح	H	H	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	de
ذ	Zal	Z	zet (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	er
ز	Zai	Z	zet
س	Sin	S	es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	S	es (dengan titik di bawah)

ض	Dad	D	de (dengan titik di bawah)
ط	ta'	T	te (dengan titik di bawah)
ظ	za'	Z	zet (dengan titik dibawah)
ع	Ain	'	koma terbalik ke atas
غ	Gain	G	ge
ف	fa'	F	ef
ق	Qaf	Q	qi
ك	Kaf	K	ka
ل	Lam	L	'el
م	Mim	M	'em
ن	Nun	N	'en
و	Waw	W	we
هـ	ha'	H	ha
ء	Hamz ah	'	Apostrof
ي	ya'	Y	ye

2. Konsonan Rangkap karena syaddah ditulis rangkap.

عدة	ditulis	'iddah
-----	---------	--------

3. Ta'marbutah di akhir kata bila dimatikan ditulis h.

حكمة	Ditulis	Hikmah
جزية	ditulis	Jizyah

(ketentuan ini tidak dierlukan pada kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, salat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

- a. Bila diikuti dengan kata sanadang "al" serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرامة الاولياء	Ditulis	Karamah al- auliya'
----------------	---------	------------------------

- b. Bila ta'marbutoh hidup atau dengan harakat, *fathah* atau *kasrah* atau *dammah* ditulis dengan

زكاة فطر	Ditulis	Zakât al-fitr
----------	---------	---------------

4. Vokal pendek

◌َ	Fathah	ditulis	a
◌ِ	Kasrah	ditulis	i
◌ُ	Dammah	ditulis	u

5. Vokal panjang

1.	Fathah + alif	ditulis	a
	جاهلية	ditulis	jahiliyah
	Fathah + ya'	ditulis	a
	تنس	ditulis	tansa
	Kasrah + ya' mati	ditulis	i
	كريم	ditulis	karim
	Dammah + wawu mati	ditulis	u
	فروض	ditulis	furud

6. Vokal rangkap

	Fathah + ya' mati	ditulis	ai
	بينكم	ditulis	bainakum
	Fathah + wawu mati	ditulis	au
	قول	ditulis	qaul

7. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أنتم	ditulis	a'antum
أعدت	ditulis	u'iddat

8. Kata sandang alif + lam

- a. Bila diikuti huruf qomariyyah

القياس	ditulis	<i>al-qiyas</i>
--------	---------	-----------------

- b. Bila diikuti huruf syamsiyyah ditulis dengan menggunakan harus syamsiyyah yang mengikutinya, serta menggunakan huruf I (el)-nya.

السماء	ditulis	<i>As-Sama''</i>
--------	---------	------------------

9. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

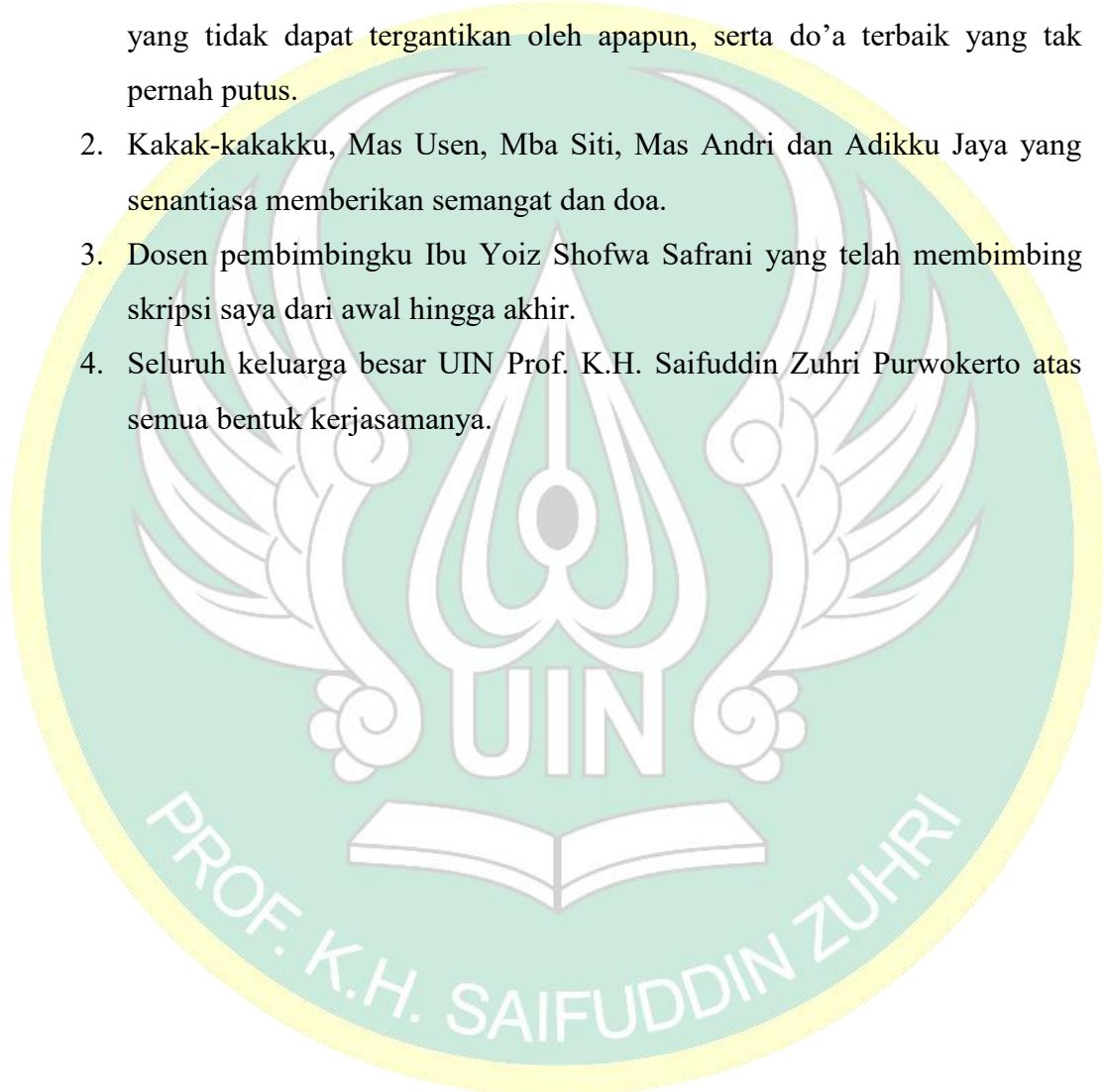
Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

ذوئ الفروض	ditulis	Zawi al-furud
------------	---------	---------------

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah dengan rasa syukur atas limpahan rahmat, hidayah dan karunia yang Allah SWT berikan, karya skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Ibu dan Bapakku tercinta, Ibu Tursinah dan Bapak Khamdani yang selalu mencurahkan seluruh perhatian, motivasi, kasih sayang dan pengorbanan yang tidak dapat tergantikan oleh apapun, serta do'a terbaik yang tak pernah putus.
2. Kakak-kakakku, Mas Usen, Mba Siti, Mas Andri dan Adikku Jaya yang senantiasa memberikan semangat dan doa.
3. Dosen pembimbingku Ibu Yoiz Shofwa Safrani yang telah membimbing skripsi saya dari awal hingga akhir.
4. Seluruh keluarga besar UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto atas semua bentuk kerjasamanya.



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan kesempatan kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul Analisis Strategi Pengembangan Produk Lembaga Keuangan Mikro Syariah Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Pada KSPPS BMT NU Sejahtera Purwokerto). Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW.

Pada kesempatan kali ini peneliti menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini. Dalam penulisan skripsi ini tidak lepas dari adanya bimbingan, bantuan dan dukungan dari berbagai pihak terimakasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada:

1. Dr. H. Moh.Roqib, M.Ag. Rektor UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. Fauzi, M.Ag. Wakil Rektor I UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag. Wakil Rektor II UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Dr. H. Sul Khan Chakim. S.Ag, M.M. Wakil Rektor III UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Yoiz Shofwa Shafrani SP., M.Si. Ketua Jurusan Perbankan Syariah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto dan selaku pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya untuk memberikan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini..
7. Segenap dosen dan staf administrasi UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
8. Segenap karyawan KSPPS BMT NU Sejahtera Cabang Purwokerto

9. Ibu dan Bapakku tercinta, Ibu Tursinah dan Bapak Khamdani yang selalu mencurahkan seluruh perhatian, motivasi, kasih sayang dan pengorbanan yang tidak dapat tergantikan oleh apapun, serta do'a terbaik yang tak pernah putus.
10. Kakak-kakakku, Mas Usen, Mba Siti, Mas Andri dan Adikku Jaya yang senantiasa memberikan semangat dan doa.
11. Terimakasih kepada sahabat penyusun, Kenny Setiowati, Meigawati, Lisa Uswatun Hasanah, yang telah mendengarkan keluh kesah penulis serta selalu memberikan semangat.
12. Terimakasih kepada sahabat dan teman-teman penyusun yang telah memberikan dukungan serta motivasi dari semester awal hingga akhir terkhusus Nurul, Meisi, Mia, Fadilla, Harni, Puji.
13. Keluarga besar Perbankan Syariah C angkatan 2017.
14. Teman seperjuangan yang telah memberikan motivasi dan bantuan sehingga terwujud skripsi ini.

Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan yang telah kalian berikan kepada penulis. Dengan terselesaikannya skripsi ini, penulis menyadari bahwa masih banyak kesalahan dan kekurangan dalam skripsi ini. Namun besar harapan penulis untuk mendapatkan masukan agar apa yang tertulis dalam skripsi ini dapat memberikan sumbangan, menjadi bahan masukan dan memberikan manfaat bagi semua pihak. Aamiin ya rabbal'amin.

Purwokerto, 15 Oktober 2021



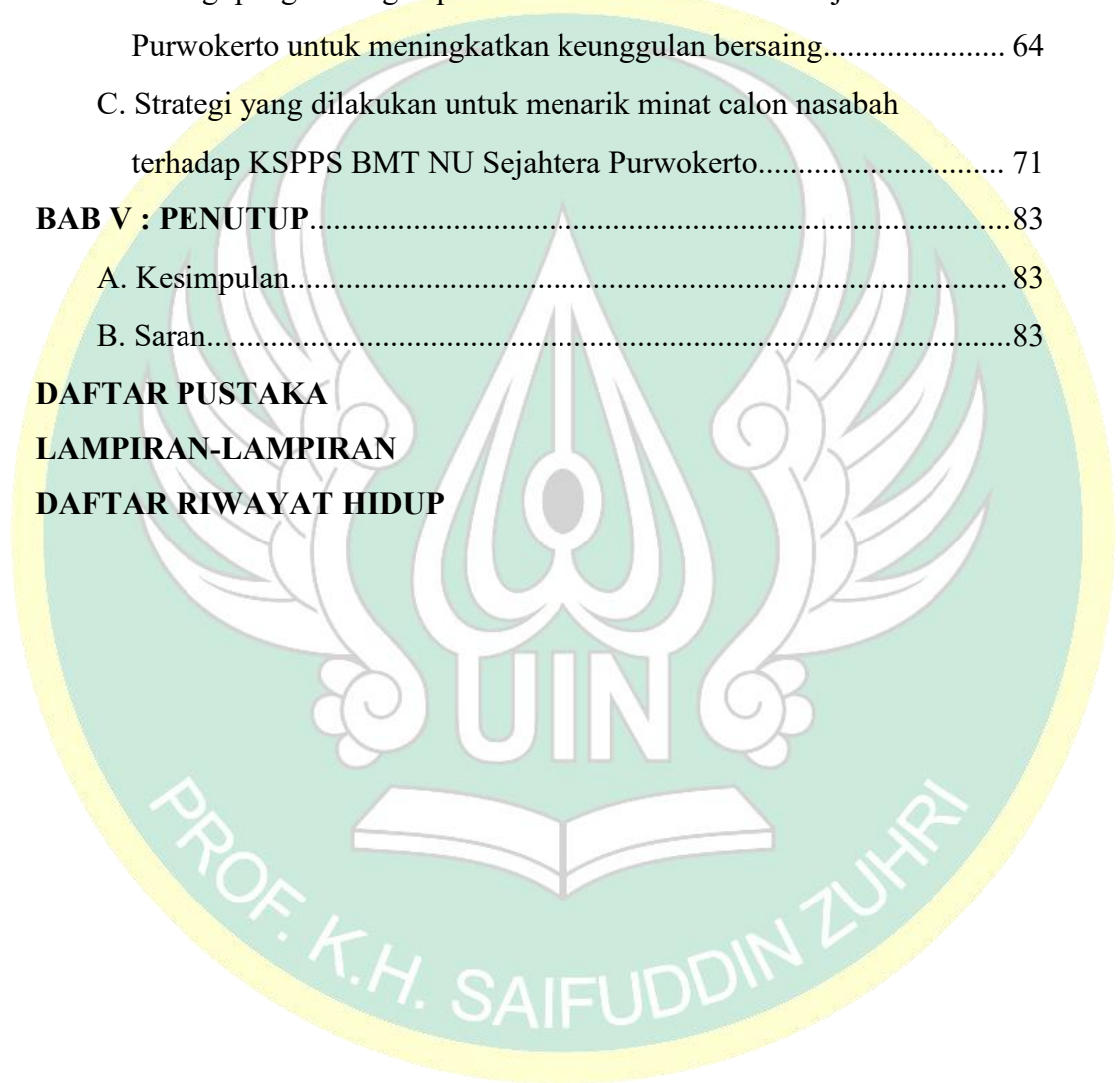
Siti Aisyah

NIM. 1717202100

DAFTAR ISI

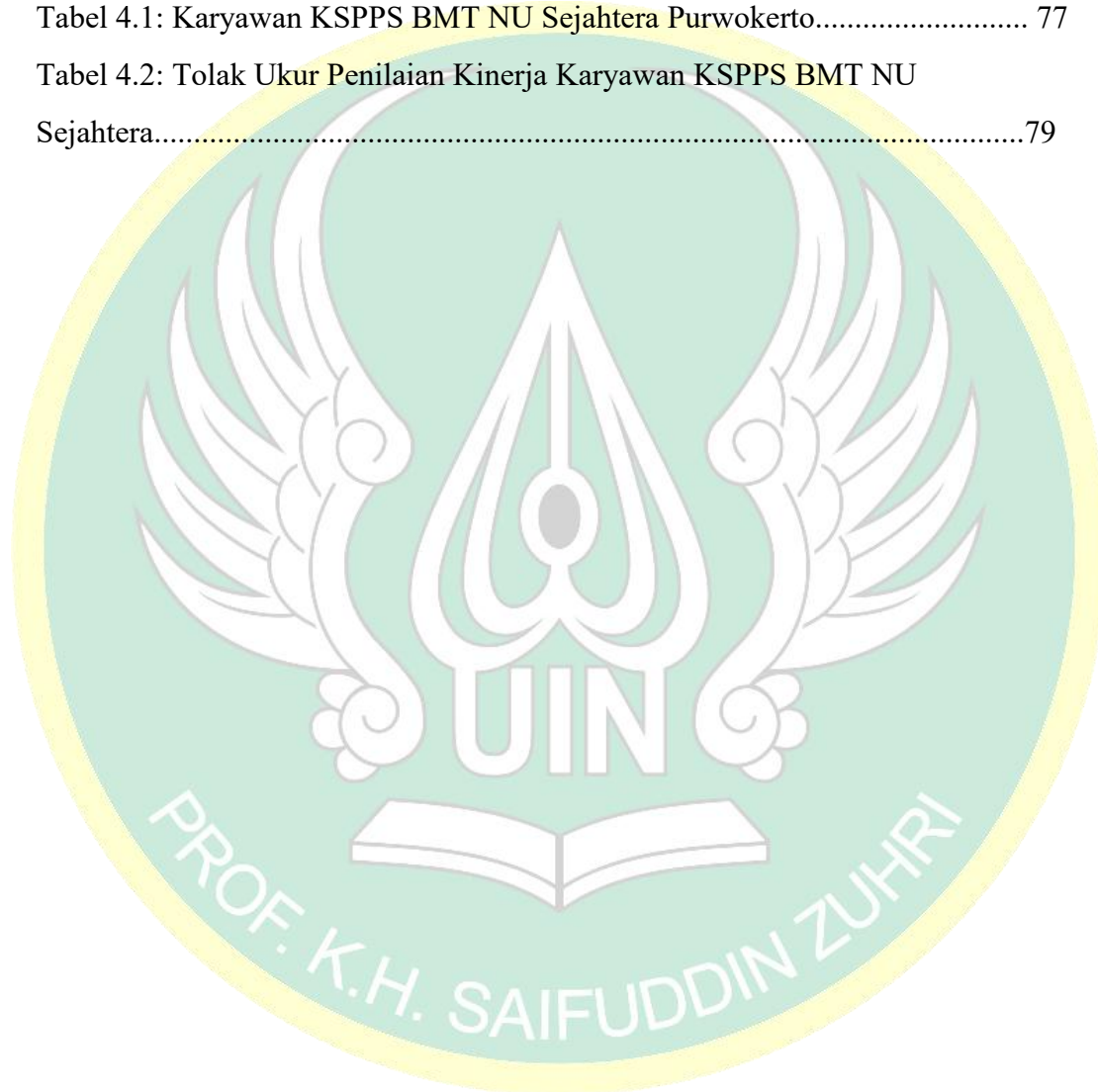
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
MOTTO	vi
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA	viii
PERSEMBAHAN	xiii
KATA PENGANTAR	xiv
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Definisi Operasional.....	6
C. Rumusan Masalah.....	8
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	8
E. Kajian Pustaka.....	9
BAB II : LANDASAN TEORI	29
A. Strategi Pengembangan Produk.....	29
B. Lembaga Keuangan Mikro Syariah.....	37
C. Keunggulan Bersaing.....	44
BAB III : METODOLOGI PENELITIAN	48
A. Jenis Penelitian.....	48
B. Waktu dan Tempat Penelitian.....	48
C. Subjek dan Objek Penelitian.....	48
D. Jenis Sumber Data.....	49

E. Metode Pengumpulan Data.....	49
F. Teknik Analisis Data.....	51
G. Uji Keabsahan Data.....	52
BAB IV : PEMBAHASAN.....	54
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	54
B. Strategi pengembangan produk di KSPPS BMT NU Sejahtera Purwokerto untuk meningkatkan keunggulan bersaing.....	64
C. Strategi yang dilakukan untuk menarik minat calon nasabah terhadap KSPPS BMT NU Sejahtera Purwokerto.....	71
BAB V : PENUTUP.....	83
A. Kesimpulan.....	83
B. Saran.....	83
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1: Jumlah Produk yang dimiliki BMT di Wilayah Banyumas.....	4
Tabel 1.2: Perkembangan Jumlah Nasabah dan Persentase Simpanan.....	5
Tabel 1.3: Perkembangan Jumlah Nasabah dan Persentase Pembiayaan	
Tabel 1.4: Penelitian Terdahulu.....	13
Tabel 4.1: Karyawan KSPPS BMT NU Sejahtera Purwokerto.....	77
Tabel 4.2: Tolak Ukur Penilaian Kinerja Karyawan KSPPS BMT NU Sejahtera.....	79



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1: Struktur Organisasi KSPPS BMT NU Sejahtera Purwokerto..... 55

Gambar 4.2: Pelatihan untuk karyawan KSPPS BMT NU Sejahtera.....78



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Data Lembaga Keuangan Mikro Syariah Di Wilayah Banyumas
- Lampiran 2 : Data perbandingan Produk yang dimiliki
- Lampiran 3 : Dokumentasi Wawancara
- Lampiran 4 : Panduan Wawancara
- Lampiran 5 : Usulan Menjadi Pembimbing
- Lampiran 6 : Surat Pernyataan Kesiapan Menjadi Pembimbing
- Lampiran 7 : Surat Mengikuti Seminar Proposal
- Lampiran 8 : Permohonan Judul Skripsi
- Lampiran 9 : Rekomendasi Seminar Proposal Skripsi
- Lampiran 10 : Surat Keterangan Lulus Seminar Propososal
- Lampiran 11 : Surat Bimbingan Skripsi
- Lampiran 12 : Kartu Bimbingan Skripsi
- Lampiran 13 : Surat Keterangan Lulus Komprehensif
- Lampiran 14 : Sertifikat Bahasa Arab
- Lampiran 15 : Sertifikat Bahasa Inggris
- Lampiran 16 : Sertifikat BTA/PPI
- Lampiran 17 : Sertifikat Aplikom
- Lampiran 18 : Sertifikat PPL
- Lampiran 19 : Sertifikat KKN
- Lampiran 20 : Daftar Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan ekonomi syariah pada dua dekade terakhir tergolong semakin pesat, hal ini ditandai dengan berdirinya berbagai lembaga keuangan syariah. Antonio (2005: 25-26) dalam Gemina (2013) menjelaskan bahwa berkembangnya bank-bank syariah di negara-negara Islam berpengaruh ke Indonesia. Salah satu lembaga tersebut ialah Lembaga Keuangan Mikro Syariah. Lembaga Keuangan Mikro Syariah merupakan lembaga perekonomian yang bergerak menghimpun dan menyalurkan pembiayaan kepada masyarakat kecil baik yang bersifat sosial (nirlaba) seperti Zakat, infak dan sedekah ataupun penyaluran dan pembiayaan modal usaha yang bersifat laba dengan sistem bagi hasil (Bakhri, 2017). Lembaga Keuangan Mikro Syariah terdiri dari berbagai lembaga diantaranya Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS), Baitul Maal Wat Tamwil (BMT), Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS), Lembaga Pengelola Zakat (BAZ & LAZ) dan Lembaga Pengelola Wakaf.

Bagi Bangsa Indonesia yang kebanyakan masyarakatnya bergerak di bidang usaha mikro kecil dan menengah, adanya LKMS sebenarnya dapat dijadikan solusi untuk meningkatkan perekonomian. Lembaga ini sangat cocok untuk menanggulangi masalah ekonomi berbasis ekonomi mikro. Hal ini disebabkan LKMS menggunakan prinsip-prinsip syariah dan bebas dari unsur riba yang diharamkan dalam islam. (Sudjana *et al.*, 2020) Akan tetapi dengan banyaknya lembaga keuangan yang hadir ditengah masyarakat, tidak menjadikan LKMS ini sebagai satu-satunya lembaga yang dipilih oleh masyarakat. Salah satu penyebabnya yaitu masyarakat sudah sangat selektif dalam memilih dan menggunakan jasa lembaga keuangan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Oleh karena itu, LKMS memerlukan sebuah strategi agar dapat bertahan dan bersaing dengan lembaga keuangan lainnya.

Berdasarkan perspektif Islam, konsep kompetisi atau keunggulan bersaing dijelaskan dalam Al-Baqarah ayat 148.

وَلِكُلِّ وَّجْهَةٌ هُوَ مُوَلِّيٰهَا فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ أَيْنَ مَا تَكُونُوا يَأْتِ بِكُمْ اللَّهُ جَمِيعًا إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ

“Dan setiap umat mempunyai kiblat yang dia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah kamu dalam kebaikan. Di mana saja kamu berada, pasti Allah akan mengumpulkan kamu semuanya. Sungguh, Allah Mahakuasa atas segala sesuatu.” (QS. Al-Baqarah : 148)

Ayat tersebut menjelaskan bahwa persaingan atau bersaing dalam kebaikan dapat dilakukan termasuk dalam kegiatan kekuasaan bisnis. Sehingga suatu organisasi bisnis atau dalam hal ini LKMS membutuhkan strategi untuk dapat bersaing dengan berbagai pihak seperti lembaga keuangan konvensional dan lkms lainnya. (Hasib, 2018)

Keunggulan bersaing merupakan keunggulan atau dominasi pihak tertentu saat pihak lain tidak memiliki apa yang dimiliki oleh pihak yang mendominasinya. Dominasi dapat berupa hal-hal yang terlihat oleh kasat mata atau dapat diobservasi secara langsung, maupun hal-hal yang tidak dapat diobservasi secara langsung. Definisi lain menyatakan bahwa keunggulan bersaing merupakan keunggulan yang dicapai oleh organisasi tertentu saat organisasi tersebut dapat memperoleh atau mengembangkan atribut-atribut tertentu yang memungkinkan perusahaan tersebut dapat menunjukkan kinerja yang lebih baik dibandingkan organisasi lainnya. Atribut ini dapat berupa akses terhadap sumber daya ataupun teknologi baru yang akhirnya dapat membuat organisasi tersebut menjadi unggul dibandingkan dengan organisasi lainnya.

Untuk mencapai keunggulan bersaing, yaitu posisi yang lebih unggul dibandingkan dengan kompetitor bukanlah hal yang mudah. Manajemen perlu memahami pola persaingan yang ada serta posisi perusahaan agar dapat

mengidentifikasi keunggulan apa saja yang dimiliki perusahaan dan akan terus dikembangkan. Perusahaan harus mampu membedakan produk yang dimiliki dengan produk pesaing agar dapat mengetahui kelemahan dari produk pesaing tersebut.

Salah satu strategi untuk meningkatkan keunggulan bersaing yang dapat digunakan oleh Lembaga Keuangan Mikro Syariah ini melalui strategi pengembangan produk. Pengembangan produk merupakan suatu strategi usaha yang direncanakan dan dilakukan untuk memperbaiki produk yang telah ada, atau untuk menambah banyaknya variasi produk yang dihasilkan dan dipasarkan. Pengembangan produk juga dapat diartikan kegiatan yang mengarah pada pembentukan ciri khas yang baru atau berbeda dari sebuah produk atau pemanfaatan bagi konsumen. Pengembangan tersebut membentang dari konsep yang sama sekali baru untuk memenuhi keinginan konsumen yang ditetapkan secara baru hingga modifikasi atau memperbaharui dari produk yang sudah ada sebelumnya, ini merupakan sebuah proses yang harus berkesinambungan untuk menahan masa penurunan dalam daur hidup intrinsik dari sebuah produk yang ada (A. Hart, 2005:163)

Pengembangan produk ini dapat digunakan sebagai salah satu upaya dalam menghadapi perubahan selera dan persaingan yang semakin meningkat. Hasil dari pengembangan produk inilah yang nantinya akan menentukan daya saing lembaga keuangan. Karena adanya pengembangan produk ini diharapkan akan menciptakan produk unggulan yang tentunya memiliki karakteristik yang berbeda dari pesaingnya sehingga diminati oleh calon nasabah dan anggota dari lembaga keuangan tersebut. Karakteristik produk sendiri merupakan kondisi yang berbeda dari suatu produk dibandingkan para pesaingnya yang dapat ditawarkan kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhan.

Tabel 1.1 Jumlah Produk yang dimiliki BMT di Wilayah Banyumas

NO	Lembaga Keuangan Mikro Syariah	Jumlah Produk Simpanan	Jumlah Produk Pembiayaan
1.	KSPPS BMT Nusa Ummat Sejahtera Purwokerto	11	2
2.	KJKS Dana Mentari Muhammadiyah Purwokerto	10	6
3.	KSPPS Mitra Insan Mandiri	6	2
4.	KSPPS Tunas Artha Mandiri Purwokerto	10	3
5.	KSPPS Bina Tamzis Utama	5	3

Berdasarkan data yang diperoleh dari Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Jawa Tengah, Kabupaten Banyumas memiliki 25 BMT yang tersebar di beberapa wilayah. Pada penelitian ini, peneliti mengambil sampel 5 BMT yang memiliki kemudahan akses informasi melalui website dari masing-masing lembaga. Dengan adanya website yang dimiliki akan memudahkan masyarakat untuk mencari dan memperoleh informasi kapanpun dan dimanapun mengenai lembaga keuangan mikro syariah yang sesuai dengan kebutuhan mereka sehingga lembaga tersebut akan lebih mudah dikenal masyarakat. Dari data diatas, lembaga keuangan mikro syariah yang mempunyai jenis variasi produk simpanan paling banyak yaitu KSPPS NU Sejahtera Purwokerto. Selain itu keragaman dan karakteristik dari setiap produk simpanan yang ditawarkan oleh lembaga ini juga mampu menarik minat masyarakat untuk mempercayakan dana yang mereka miliki sesuai dengan kebutuhan masing-masing. BMT ini juga memiliki produk unggulan yaitu Simpanan Khusus Berhadiah yang tidak dimiliki oleh keempat BMT tersebut. Dimana produk ini menawarkan hadiah bagi para nasabah tanpa

melalui proses undian. Hadiah tersebut diberikan di awal sesuai dengan keinginan nasabah atau anggota, sesuai dengan nominal simpanan dan jangka waktu. Untuk data jumlah nasabah dari tiap tahunnya yang mendaftar menjadi anggota semakin berkurang. Pada tahun 2018 jumlah nasabah yaitu sebanyak 94 nasabah, sedangkan untuk tahun 2019 hanya 31 nasabah dan tahun 2020 hanya ada 23 nasabah.

Tabel 1.2 Perkembangan Jumlah Nasabah Simpanan dan Persentase Simpanan KSPPS BMT NU Sejahtera Purwokerto Periode 2018-2020

Tahun	Jumlah Nasabah	Persentase Simpanan
2018	94	-
2019	31	-33%
2020	23	-0,3%

Sedangkan dari segi pembiayaan KSPPS BMT NU Sejahtera Purwokerto hanya memiliki 2 produk. Akan tetapi dengan 2 produk yang dimiliki ini, KSPPS BMT NU Sejahtera Purwokerto dapat menyalurkan dananya dengan optimal. Hal ini dibuktikan dengan perkembangan jumlah nasabah pembiayaan dan peningkatan prosentase pembiayaan.

Tabel 1.3 Perkembangan Jumlah Nasabah Pembiayaan dan Persentase Pembiayaan KSPPS BMT NU Sejahtera Purwokerto Periode 2018-2020

Tahun	Jumlah Nasabah	Persentase Pembiayaan
2018	31	-
2019	91	70,2 %
2020	47	-20,2 %

Dalam penelitian skripsi sebelumnya oleh Darmawan (2021) menyebutkan bahwa BMT NU Sejahtera Purwokerto sendiri sangat berperan bagi para pelaku UMKM dalam hal pengembangan usaha melalui produk-produk pembiayaan yang dimiliki. Dari data tersebut menunjukkan bahwa penyaluran pembiayaan oleh KSPPS BMT NU Sejahtera Purwokerto mengalami peningkatan yang cukup signifikan sebesar 70,2% dari tahun 2018 sampai 2019 diikuti dengan peningkatan jumlah nasabah pembiayaan dari 31 nasabah menjadi 91 nasabah. Namun, pada tahun 2020 mengalami penurunan sebesar 20,2% yang disebabkan oleh adanya pandemi *Covid-19* sehingga seluruh kegiatan operasional menjadi terkendala baik itu kegiatan penghimpunan dana maupun penyaluran dana. Penurunan tersebut terbilang cukup wajar karena masih ada 47 nasabah.

Atas dasar permasalahan tersebut maka penulis ingin meneliti dan menganalisis mengenai strategi pengembangan produk yang digunakan oleh KSPPS BMT Nusa Ummat Sejahtera Purwokerto dalam meningkatkan keunggulan bersaing melalui skripsi yang berjudul **“Analisis Strategi Pengembangan Produk Lembaga Keuangan Mikro Syariah Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing”**.

B. Definisi Operasional

Berdasarkan Skripsi ini berjudul Analisis Strategi Pengembangan Produk Lembaga Keuangan Mikro Syariah Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Pada KSPPS BMT NU Sejahtera Purwokerto). Untuk mempermudah pengertian dan maksud judul tersebut terlebih dahulu penulis jelaskan arti kata atau istilah dari kata-kata penting yang terdapat dalam judul, diantaranya yaitu:

1. Strategi

Istilah strategi berasal dari bahasa Yunani *strategia* (*stratos* = militer dan *ag* = memimpin), yang artinya seni atau ilmu untuk menjadi seorang jenderal. Strategi bisa diartikan sebagai suatu rencana untuk pembagian dan penggunaan kekuatan militer dan material pada daerah -

daerah tertentu untuk mencapai tujuan tindakan tertentu. (Tjiptono, 2008: 3). Strategi dirancang untuk memastikan tujuan utama perusahaan bisa diperoleh melalui pelaksanaan yang tepat dan juga merupakan rencana yang disatukan secara menyeluruh dan terpadu guna mengaitkan keunggulan strategi perusahaan.

2. Pengembangan Produk

Pengembangan produk adalah kegiatan yang mengarah pada ciri khas yang baru atau berbeda dari sebuah produk atau pemanfaatan konsumen. Pengembangan tersebut membentang dari konsep yang sama sekali baru untuk memenuhi keinginan konsumen yang ditetapkan secara baru hingga modifikasi atau memperbaharui dari produk yang sudah ada sebelumnya, ini merupakan sebuah proses yang harus berkesinambungan untuk menahan masa penurunan dalam daur hidup intrinsik dari sebuah produk yang ada (A. Hart, 2005:163)

3. Lembaga Keuangan Mikro Syariah

Lembaga Keuangan Mikro Syariah merupakan lembaga perekonomian yang bergerak menghimpun dan menyalurkan pembiayaan kepada masyarakat kecil baik yang bersifat sosial (nirlaba) seperti Zakat, infak dan sedekah ataupun penyaluran dan pembiayaan modal usaha yang bersifat laba dengan bagi hasil (Bakhri, 2017). Lembaga Keuangan Mikro Syariah terdiri dari berbagai lembaga diantaranya Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS), Baitul Mal Wat Tamwil (BMT), Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan (KSPPS), Lembaga Pengelola Zakat (BAZ & LAZ) dan Lembaga Pengelola Wakaf. Dan pada penelitian ini akan mengkaji mengenai lembaga Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan (KSPPS)

4. Keunggulan Bersaing

Keunggulan bersaing merupakan keunggulan atau dominasi pihak tertentu saat pihak lain tidak memiliki apa yang dimiliki oleh pihak yang mendominasinya. Dominasi dapat berupa hal-hal yang terlihat oleh kasat mata atau dapat diobservasi secara langsung, maupun hal-hal yang tidak

dapat diobservasi secara langsung. Definisi lain menyatakan bahwa keunggulan bersaing merupakan keunggulan yang dicapai oleh organisasi tertentu saat organisasi tersebut dapat memperoleh atau mengembangkan atribut-atribut tertentu yang memungkinkan perusahaan tersebut dapat menunjukkan kinerja yang lebih baik dibandingkan organisasi lainnya. Atribut ini dapat berupa akses terhadap sumber daya ataupun teknologi baru yang akhirnya dapat membuat organisasi tersebut menjadi unggul dibandingkan dengan organisasi lainnya.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang dijelaskan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana strategi pengembangan produk di KSPPS BMT NU Sejahtera Purwokerto untuk meningkatkan keunggulan bersaing?
2. Bagaimana strategi yang dilakukan untuk menarik minat calon nasabah terhadap KSPPS BMT NU Sejahtera Purwokerto?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai peneliti dalam penelitian ini adalah :

1. Tujuan Penelitian
 - a. Untuk mengetahui strategi yang digunakan dalam mengembangkan produk guna meningkatkan keunggulan bersaing di KSPPS BMT NU Sejahtera Purwokerto.
 - b. Untuk mengetahui bagaimana upaya yang telah ditempuh oleh KSPPS BMT NU Sejahtera Purwokerto dalam mengembangkan dan menarik minat calon nasabah.
2. Manfaat Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini, penulis berharap dapat memperoleh hasil yang bermanfaat sebagai berikut :

- a. Manfaat Teoritis

- 1) Sebagai tambahan informasi bagi penulis mengenai strategi pengembangan produk di KSPPS BMT NU Sejahtera Purwokerto
 - 2) Sebagai referensi bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian serupa mengenai strategi pengembangan produk
 - 3) Sebagai bahan kajian dalam pengembangan teori untuk mendalami prinsip-prinsip perbankan syariah terutama mengenai produk-produk lembaga keuangan syariah.
- b. Manfaat Praktis
- 1) Sebagai bahan masukan dan memberikan kontribusi positif bagi KSPPS BMT NU Sejahtera Purwokerto dan lembaga keuangan syariah lainnya dalam menerapkan strategi untuk mengembangkan produk sehingga dapat meningkatkan kualitas dan mutu daya saing terhadap lembaga keuangan lainnya.
 - 2) Penelitian ini diharapkan mampu menjadi acuan dan pengetahuan untuk penelitian-penelitian yang berkenaan dengan produk BMT

E. Kajian Pustaka

1. Telaah Pustaka

Telaah pustaka merupakan telaah terhadap hasil-hasil penelitian yang berkaitan dengan objek penelitian yang sedang dikaji. Kemudian, bagaimanakah hasilnya jika dikaitkan dengan tema penelitian yang akan dikerjakan dan apa serta bagian mana yang belum diteliti. Beberapa penelitian tersebut menjadi dasar pemikiran penulis dalam menyusun skripsi, diantaranya adalah :

Jurnal yang ditulis oleh Ahmad Sapudin, Mukhamad Najib dan Setiadi Djohar yang berjudul “Strategi Pengembangan Lembaga Keuangan Mikro Syariah (Studi Kasus pada BMT Tawfin Jakarta)”. Berdasarkan hasil dari pembahasan sebelumnya dapat disimpulkan bahwa analisis yang dilakukan dapat disimpulkan yaitu kinerja kesehatan BMT Tawfin diperoleh skor keseluruhan sebesar 51,70 dengan kriteria

Dalam Pengawasan yang termasuk dalam kategori tidak sehat. Kondisi tersebut disebabkan oleh kualitas aktiva produktif dan likuiditas yang kurang baik, kegiatan operasi yang tidak efisien dan kemandirian dan pertumbuhan yang rendah. Hasil analisis faktor-faktor strategis internal dan menunjukkan posisi BMT Tawfin berada pada sel V dengan strategi berupa menjaga dan mempertahankan (hold and maintain). Sedangkan hasil analisa faktor-faktor strategi internal dan eksternal menggunakan matriks SWOT menghasilkan prioritas strategi berupa 5 strategi WO (Weakness – Opportunities) yang kemudian dikolaborasi dengan blue ocean strategy menghasilkan 5 strategi usulan yaitu (1) Mengembangkan linkage program dengan lembaga keuangan dan perbankan syariah serta bersinergi dengan alumni FoSSEI dalam mendapatkan dana murah, (2) Menambah satu tenaga pemasaran yang memiliki kemampuan mengelola penghimpunan dan penempatan dana (funding dan lending), (3) Meningkatkan fungsi pengawasan manajemen risiko dalam kegiatan operasi melalui perbaikan Standar Operasi Manajemen dan Standar Operasi Prosedur, pembentukan Dewan Pengawas Syariah (DPS), peningkatan penanganan pembiayaan bermasalah dan pemberdayaan kembali komite-komite yang dibentuk dalam struktur organisasi, (4) Meningkatkan layanan kepada anggota, nasabah dan masyarakat (sosial) melalui peningkatan sarana dan prasana terutama layanan teknologi informasi yang dapat menjangkau dan memenuhi kebutuhan anggota dan nasabah, penyediaan produk jasa yang murah dan cepat namun tetap sesuai dengan prinsip syariah dan memberikan layanan penghimpunan dan pendistribusian zakat, infaq, shodaqah dan wakaf (ZISWAF), (5) Meningkatkan kompetensi SDM melalui pelatihan dan pembinaan dan memberikan penghargaan berbasis kinerja agar fokus terhadap pengembangan usaha sesuai dengan prinsip syariah.. Hasil uji dengan BOI Index atas new proposed strategy memenuhi kaidah BOI Index sehingga memiliki kelayakan sebagai Blue Ocean Strategy yang dapat

digunakan sebagai alternatif strategi yang tepat untuk pengembangan BMT Tawfin di masa yang akan datang. (Sapudin *et al.*, 2017)

Jurnal yang ditulis oleh Ferlangga Al Yozika dan Nurul Khalifah berjudul “Pengembangan Inovasi Produk Keuangan dan Perbankan Syariah dalam Mempertahankan dan Meningkatkan Kepuasan Nasabah”. Pengembangan inovasi produk perbankan syariah salah satunya adalah mengembangkan pembiayaan ke sektor korporasi dengan cara menerapkan 1) pembiayaan sindikasi, yakni pembiayaan yang diberikan kepada satu mudharib atau debitur oleh bankbank yang tergabung dalam satu kerjasama (musyarakah). 2) Inovasi dengan Trade Finance, fasilitas yang diberikan untuk membiayai kegiatan perdagangan debitur yang berkaitan dengan transaksi perdagangan luar negeri (ekspor-impor) maupun dalam negeri (jual beli). 3) Produk pengelolaan kas. 4) Pembiayaan Start up, adalah usaha dengan menggunakan basis teknologi informasi untuk produknya. 5) Business Development, yaitu salah satu fungsi manajemen perusahaan dalam upaya untuk mengembangkan bisnis yang dimiliki oleh perusahaan. (Yozika *et al.*, 2017)

Jurnal yang ditulis oleh Aam S. Rusydiana dan Irman Firmansyah dengan judul “Strategi Pengembangan Lembaga Keuangan Mikro Syariah di Indonesia : Pendekatan Matriks IFAS EFAS”. Hasil dari penelitian tersebut yaitu dalam memperoleh strategi pengembangan LKMS di Indonesia maka harus memperhatikan dua faktor yaitu faktor internal (sebagai faktor kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (sebagai faktor peluang dan ancaman. Hasil evaluasi faktor internal menunjukkan kekuatan tertinggi LKMS yaitu bebas riba dan kedzaliman ekonomi serta segmen usaha mikro kecil dan menengah. Sedangkan kelemahan yang paling tinggi yaitu biaya training SDM dan pelatihan entrepreneurship pada masyarakat. Hasil evaluasi faktor eksternal menunjukkan bahwa peluang tertinggi yaitu sektor yang dibiayai sangat fleksibel diikuti dengan minat masyarakat terhadap transaksi syariah sangat besar dan berkembangnya era otonomi daerah. Sedangkan faktor

ancaman tertinggi terdiri dari persaingan serta lemahnya regulasi dan legalitas LKMS. (Rusydia *et al.*, 2018)

Jurnal yang ditulis oleh Akhmad Mukhlisin dan Aan Suhendri dengan judul “Strategi Pengembangan Produk Bank Syariah Di Indonesia”. Hasil dari penelitian tersebut yaitu Strategi pengembangan produk merupakan bagian dari strategi korporasi (*corporate strategy*). Bank syariah banyak memberikan pilihan bagi masyarakat untuk memperoleh pembiayaan yang tidak hanya bergantung pada satu jenis bank dengan produk-produknya, jika bank syariah mampu membaca potensi wilayah dan kebutuhan penduduk tersebut telah dimiliki perbankan syariah, maka pengembangan produk perbankan syariah menjadi satu keniscayaan bagi bank syariah yang ada di wilayah tersebut agar mampu menjawab kebutuhan masyarakat. Kondisi ini dapat terjadi tidak terlepas dari dukungan Dewan Penasehat Syariah (DPS) yang harus aktif dan inovatif serta berada pada masing-masing bank yang ada di daerah. Serta strategi pemasaran produk mesti diselenggarakan dengan melakukan aliansi strategis dengan media massa (radio, televisi dan media cetak) dan penyelenggara kegiatan (*event organizer*) berupa pameran (*expo*), agar produk tersebut dikenal luas dan langsung dirasakan manfaatnya oleh masyarakat luas. Dalam ekspo tertentu seperti masyarakat dapat langsung mendaftar untuk kartu kredit syariah atau melakukan permohonan pembiayaan untuk pembelian produk syariah yang sedang dipamerkan. Melalui strategi ini bank syariah bisa mendapat banyak keberhasilan, baik dalam peningkatan portofolio maupun pemasaran produk baru. (Mukhlisin *et al.*, 2018)

Jurnal yang ditulis oleh Heni Werdi Apriyanti dengan judul “Model Inovasi Produk Perbankan Syariah Di Indonesia”. Hasil penelitian tersebut yaitu Inovasi produk merupakan salah satu strategi kunci dalam pengembangan perbankan syariah. Dengan pengembangan produk baru melalui proses peningkatan jaringan (WGPS), pemenuhan ketentuan syariah, pencapaian stabilitas keuangan, serta perbaikan dalam

aktivitas inovasi produk, bank syariah akan mampu menarik minat masyarakat, dan memperoleh customer based baru.

Perbankan syariah harus meningkatkan kerjasama dengan berbagai pihak, terutama OJK dalam memastikan bahwa masyarakat mengenal produk baru (literasi) dan menggunakan produk baru, dan jaringan lainnya dalam WGPS. Pengawasan ini seharusnya dilakukan oleh OJK baik dalam kerangka perlindungan konsumen, maupun peningkatan literasi terhadap produkproduk perbankan syariah. Fungsi yang seharusnya terus dijalankan adalah dengan melakukan edukasi, pelayanan informasi, serta perbaikan pelayanan pengaduan dan fasilitas lainnya bagi konsumen.

Untuk mendukung inovasi produk yang berkelanjutan, maka inovasi produk harus disertai dengan budaya pemasaran yang bagus melalui berbagai saluran yang ada oleh berbagai pihak, baik pemerintah, masyarakat, akademisi, dan pihak lain yang memiliki kepedulian dalam perkembangan industri perbankan syariah. Salah satu agenda yang seharusnya menjadi agenda bersama dalam WGPS perbankan syariah adalah diskusi dan workshop penguatan inovasi produk perbankan syariah, serta sinergi dalam produk bersama bank syariah di Indonesia. (Apriyanti, 2018)

Tabel 1.2 Penelitian Terdahulu

No.	Penulis, Judul, Tahun	Hasil Penelitian	Fokus Penelitian	Perbedaan dengan Penelitian sebelumnya
1.	Penulis : Ahmad Sapudin, Mukhamad Najib dan Setiadi	Berdasarkan hasil dari pembahasan bahwa kinerja kesehatan BMT Tawfin diperoleh	Peneliti fokus untuk meneliti bagaimana strategi pengembangan	Pada penelitian sebelumnya strategi pengembangan lembaga

	<p>Djohar</p> <p>Judul : “<i>Strategi Pengembangan Lembaga Keuangan Mikro Syariah (Studi Kasus pada BMT Tawfin Jakarta)</i>”</p> <p>Tahun : 2017</p>	<p>skor keseluruhan sebesar 51,70 dengan kriteria Dalam Pengawasan yang termasuk dalam kategori tidak sehat. Kondisi tersebut disebabkan oleh kualitas aktiva produktif dan likuiditas yang kurang baik, kegiatan operasi yang tidak efisien dan kemandirian dan pertumbuhan yang rendah. Hasil analisis faktor-faktor strategis internal dan menunjukkan posisi BMT Tawfin berada pada sel V dengan strategi berupa menjaga dan mempertahankan (hold and maintain).</p>	<p>produk pada Lembaga Keuangan Mirko Syariah yang digunakan pada KSPPS BMT NU Sejahtera Purwokerto untuk dapat meningkatkan keunggulan bersaing.</p>	<p>keuangan mikro syariah didasarkan pada penilaian terhadap kinerja kesehatan BMT, faktor faktor internal dan eksternal untuk kemudian menyusun rumusan dan alternatif strategi yang tepat untuk pengembangan BMT Tawfin, penelitian tersebut menggunakan matriks IFE, EFE, IE, SWOT dan strategi samudra biru. Sedangkan pada penelitian ini, peneliti fokus pada strategi pengembangan produk yang di diterapkan pada KSPPS BMT</p>
--	--	--	---	--

		<p>Sedangkan hasil analisa faktor-faktor strategi internal dan eksternal menggunakan matriks SWOT menghasilkan prioritas strategi berupa 5 strategi WO (Weakness – Opportunities) yang kemudian dikolaborasi dengan blue ocean strategy menghasilkan 5 strategi uslan yaitu (1) Mengembangkan linkage program dengan lembaga keuangan dan perbankan syariah serta bersinergi dengan alumni FoSSEI dalam mendapatkan dana murah, (2) Menambah satu tenaga pemasaran</p>		<p>NU Sejahtera Purwokerto agar dapat meningkatkan daya saing.</p>
--	--	--	--	--

		<p>yang memiliki kemampuan mengelola penghimpunan dan penempatan dana (funding dan lending), (3)</p> <p>Meningkatkan fungsi pengawasan manajemen risiko dalam kegiatan operasi melalui perbaikan Standar Operasi Manajemen dan Standar Operasi Prosedur, pembentukan Dewan Pengawas Syariah (DPS), peningkatan penanganan pembiayaan bermasalah dan pemberdayaan kembali komite-komite yang dibentuk dalam struktur organisasi, (4)</p>	
--	--	---	--

		<p>Meningkatkan layanan kepada anggota, nasabah dan masyarakat (sosial) melalui peningkatan sarana dan prasana terutama layanan teknologi informasi yang dapat menjangkau dan memenuhi kebutuhan anggota dan nasabah, penyediaan produk jasa yang murah dan cepat namun tetap sesuai dengan prinsip syariah dan memberikan layanan penghimpunan dan pendistribusian zakat, infaq, shodaqah dan wakaf (ZISWAF), (5) Meningkatkan kompetensi SDM</p>		
--	--	---	--	--

		<p>melalui pelatihan dan pembinaan dan memberikan penghargaan berbasis kinerja agar fokus terhadap pengembangan usaha sesuai dengan prinsip syariah.. Hasil uji dengan BOI Index atas new proposed strategy memenuhi kaidah BOI Index sehingga memiliki kelayakan sebagai Blue Ocean Strategy yang dapat digunakan sebagai alternatif strategi yang tepat untuk pengembangan BMT Tawfin di masa yang akan datang.</p>		
2.	Penulis : Aam S. Rusydiana dan	Dalam memperoleh	Peneliti fokus untuk meneliti	Perbedaan penelitian

	<p>Irman Firmansyah</p> <p>Judul : “<i>Strategi Pengembangan Lembaga Keuangan Mikro Syariah di Indonesia : Pendekatan Matriks IFAS EFAS</i>”</p> <p>Tahun : 2018</p>	<p>strategi pengembangan LKMS di Indonesia maka harus memperhatikan dua faktor yaitu faktor internal (sebagai faktor kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (sebagai faktor peluang dan ancaman. Hasil evaluasi faktor internal menunjukkan kekuatan tertinggi LKMS yaitu bebas riba dan kedzaliman ekonomi serta segmen usaha mikro kecil dan menengah. Sedangkan kelemahan yang paling tinggi yaitu biaya training SDM dan</p>	<p>bagaimana strategi pengembangan produk pada Lembaga Keuangan Mirko Syariah yang digunakan pada KSPPS BMT NU Sejahtera Purwokerto untuk dapat meningkatkan keunggulan bersaing.</p>	<p>sebelumnya yaitu terletak pada pola pendekatan yang diterapkan yaitu menggunakan pendekatan Matriks IFAS EFAS sedangkan pada penelitian ini peneliti tidak menentukan secara pasti pendekatan yang akan diterapkan.</p>
--	--	--	---	--

		<p>pelatihan entrepreneurship pada masyarakat. Hasil evaluasi faktor eksternal menunjukkan bahwa peluang tertinggi yaitu sektor yang dibiayai sangat fleksibel diikuti dengan minat masyarakat terhadap transaksi syariah sangat besar dan berkembangnya era otonomi daerah. Sedangkan faktor ancaman tertinggi terdiri dari persaingan serta lemahnya regulasi dan legalitas LKMS.</p>		
3.	<p>Penulis : Akhdad Mukhlisin dan Aan Suhendri</p>	<p>Hasil dari penelitian tersebut yaitu dalam mengembangkan</p>	<p>Peneliti fokus untuk meneliti bagaimana strategi</p>	<p>Perbedaan dengan penelitian sebelumnya</p>

	<p>dengan judul</p> <p>Judul :</p> <p><i>“Strategi Pengembangan Produk Bank Syariah Di Indonesia”</i></p> <p>Tahun : 2018</p>	<p>produknya, Bank Syariah harus mampu membaca potensi wilayah dan kebutuhan penduduk tersebut agar mampu menjawab kebutuhan masyarakat. Kondisi ini dapat terjadi tidak terlepas dari dukungan Dewan Penasehat Syariah (DPS) yang harus aktif dan inovatif serta berada pada masing masing bank yang ada di daerah. Serta strategi pemasaran produk mesti diselenggarakan dengan melakukan aliansi strategis dengan media massa (radio, televisi dan media cetak)</p>	<p>pengembangan produk pada Lembaga Keuangan Mirko Syariah yang digunakan pada KSPPS BMT NU Sejahtera Purwokerto untuk dapat meningkatkan keunggulan bersaing.</p>	<p>yaitu terletak pada objek penelitian dimana peneliti memilih bank syariah untuk diteliti sedangkan pada penelitian ini peneliti melakukan penelitian pada lembaga keuangan mikro syariah dengan lingkup yang lebih kecil dari bank syariah.</p>
--	---	--	--	--

		<p>dan penyelenggara kegiatan (event organizer) berupa pameran (expo), agar produk tersebut dikenal luas dan langsung dirasakan manfaatnya oleh masyarakat luas. Dalam ekspo tertentu seperti masyarakat dapat langsung mendaftar untuk kartu kredit syariah atau melakukan permohonan pembiayaan untuk pembelian produk syariah yang sedang dipamerkan. Melalui strategi ini bank syariah bisa mendapat banyak keberhasilan, baik dalam</p>	
--	--	--	--

		<p>peningkatan portofolio maupun pemasaran produk baru.</p>		
4.	<p>Penulis : Heni Werdi Apriyanti</p> <p>Judul : “<i>Model Inovasi Produk Perbankan Syariah Di Indonesia</i>”</p> <p>Tahun : 2018</p>	<p>Tuntutan konsumen dan persaingan pasar menuntut perusahaan untuk melakukan pengembangan produk. Pengembang produk mempunyai peran yang besar dalam meningkatkan volume penjualan. Oleh karena itu, perusahaan harus selalu memantau atau mengikuti perkembangan selera konsumen ataupun keluhan-keluhan dari pelanggan. Perusahaan juga harus mengawasi</p>	<p>Peneliti fokus untuk meneliti bagaimana strategi pengembangan produk pada Lembaga Keuangan Mirko Syariah yang digunakan pada KSPPS BMT NU Sejahtera Purwokerto untuk dapat meningkatkan keunggulan bersaing.</p>	<p>Perbedaan dengan penelitian sebelumnya yaitu terletak pada objek dan model inovasi yang diterapkan, peneliti membahas lembaga perbankan secara umum tidak menyebutkan salah satu lembaganya, dan untuk metode penelitian hanya didasarkan pada data sekunder.</p>

		<p>perubahan taktik dan strategi dari pesaing agar dapat mengantisipasi lebih dini tindakan yang perlu dilakukan berkaitan dengan produk yang dihasilkan perusahaan.</p>		
5.	<p>Penulis : Ferlangga Al Yozika dan Nurul Khalifah</p> <p>Judul : <i>“Pengembangan Inovasi Produk Keuangan dan Perbankan Syariah dalam Mempertahankan dan Meningkatkan Kepuasan Nasabah”</i></p> <p>Tahun : 2017</p>	<p>Pengembangan inovasi produk perbankan syariah salah satunya adalah mengembangkan pembiayaan ke sektor korporasi dengan cara menerapkan 1) pembiayaan sindikasi, yakni pembiayaan yang diberikan kepada satu mudharib atau debitur oleh bankbank yang</p>	<p>Peneliti fokus untuk meneliti bagaimana strategi pengembangan produk pada Lembaga Keuangan Mirko Syariah yang digunakan pada KSPPS BMT NU Sejahtera Purwokerto untuk dapat meningkatkan keunggulan bersaing.</p>	<p>Perbedaan dengan penelitian sebelumnya yaitu pada penelitian sebelumnya menggunakan metode literasi sedangkan pada penelitian ini menggunakan metode studi lapangan. Untuk jenis variabel yang diteliti pada penelitian sebelumnya</p>

		<p>tergabung dalam satu kerjasama (musyarakah). 2) Inovasi dengan Trade Finance, fasilitas yang diberikan untuk membiayai kegiatan perdagangan debitur yang berkaitan dengan transaksi perdagangan luar negeri (ekspor-impor) maupun dalam negeri (jual beli). 3) Produk pengelolaan kas. 4) Pembiayaan Start up, adalah usaha dengan menggunakan basis teknologi informasi untuk produknya. 5) Business Development, yaitu salah satu fungsi manajemen perusahaan dalam</p>	<p>yaitu inovasi produk yang digunakan dalam memperthankan dan meningkatkan kepuasan nasabah sedangkan pada penelitian ini variabel yang diteliti dalam rangka meningkatkan keunggulan bersaing.</p>
--	--	--	--

		upaya untuk mengembangkan bisnis yang dimiliki oleh perusahaan.		
--	--	---	--	--

2. Kerangka Teori

Kerangka teoritik menjelaskan dasar-dasar atau kaidah-kaidah teoritis serta asumsi-asumsi yang memungkinkan terjadinya penalaran untuk menjawab masalah yang ada dalam penelitian. Teori yang akan dijadikan sebagai dasar dalam penelitian dapat berasal dari teori-teori yang harus dipertanggungjawabkan melalui kajian literature kepustakaan dan menyebutkan sumbernya.

Dalam buku Hari Suminto (2002) yang berjudul Pemasaran Blak-blakan disebutkan bahwa terdapat lima jenis strategi yaitu strategi penetrasi pasar, strategi pengembangan produk, strategi pengembangan pasar, strategi intergrasi dan strategi diversifikasi.

Dalam jurnal “Pengembangan Produk Lembaga Keuangan Mikro Syariah yang Ideal oleh Auria Eka Mayasari dan Renny Oktafia menjelaskan bahwa Menurut Buchari Alma (2000:101) tujuan pengembangan produk adalah :

- a. Untuk memenuhi keinginan konsumen yang belum puas
- b. Untuk menambah omzet penjualan
- c. Untuk memenangkan persaingan
- d. Untuk meningkatkan keuntungan
- e. Untuk mencegah kebosanan konsumen (Mayasari *et al.*, 2019)

Dalam jurnal yang ditulis oleh Atika Firda Zahriya dan Jaka Isgiyarta yang berjudul “Analisis Kinerja Keuangan Syariah Dalam Penilaian Kesehatan Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Jawa Tengah menjelaskan bahwa Menurut Peraturan Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia Nomor:

16/Per/M.KUKM/IX/2015, Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) adalah koperasi yang kegiatan usahanya meliputi simpanan, pinjaman dan pembiayaan sesuai prinsip syariah, termasuk mengelola zakat, infaq/sedekah, dan wakaf. (Zahriya et al., 2019)

Dalam jurnal yang ditulis oleh Indi Masita Lisdawami dan Imron Mawardi dengan judul “Pengembangan Produk Funding KSPPS BMT Amanah Ummah Jawa Timur” menjelaskan bahwa Menurut Al-Suwailem (2006:104) ada 3 strategi dalam mengembangkan produk-produk keuangan yakni dimulai dari produk konvensional, dimulai dari produk syariah dan dari kebutuhan riil konsumen. Strategi pertama dengan memiliki produk konvensional (namun yang secara syariah dipertanyakan) sebagai referensi, dan kemudian menggunakan cara kerja syariah untuk membangun produk yang hampir sama. Strategi ini disebut strategi imitasi. Strategi kedua ini dimulai dari produk syariah yang sudah diterima di masyarakat kemudian membuat berbagai variasi baru dan memodifikasi pada produk tersebut, dan melihat bagaimana produk yang dihasilkan dapat digunakan kemudian menggunakan kriteria seleksi berdasarkan tingkat integrasi. Strategi bisa menghasilkan jumlah produk yang efektif dan tidak terbatas, mengingat bahwa titik awal produk sudah diterima dan sesuai syariah. Strategi ketiga dimulai dari melihat kebutuhan pelanggan/ masyarakat yang sebenarnya kemudian kembali melihat produk atau mendesain produk sesuai kebutuhan masyarakat/ pelanggan. Strategi ini bekerja dalam arah yang berlawanan dari strategi sebelumnya, dan karena itu keduanya saling melengkapi. (Lisdawami *et al.*, 2017)

Dalam jurnal yang ditulis oleh Laylani Lenggogeni dan Augusty Tae Ferdinand dengan judul “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keunggulan Bersaing dalam Upaya Meningkatkan Keputusan Pembelian” menjelaskan bahwa keunggulan bersaing adalah keunggulan atas pesaing yang didapat dengan menyampaikan nilai pelanggan yang lebih besar, melalui harga yang lebih murah atau dengan menyediakan

lebih banyak manfaat yang sesuai dengan penetapan harga yang lebih tinggi. (Kotler, 2000). Porter (1993) mengklasifikasikan strategi keunggulan dalam tiga kategori, yaitu keunggulan biaya, diferensiasi dan fokus. Keunggulan biaya adalah bagaimana perusahaan menetapkan harga paling rendah dibanding pesaingnya namun tetap tidak mengorbankan kualitas dari produk atau jasanya. Diferensiasi adalah bagaimana perusahaan dapat menciptakan produk atau jasa yang berbeda dengan pesaingnya. Fokus adalah perusahaan harus tertuju pada suatu segmen tertentu secara lebih mendetail. Strategi Porter mensyaratkan adanya penataan organisasi, prosedur pengendalian, sistem intensif yang berbeda. (Lenggogeni *et al.*, 2016)

Dalam Jurnal yang berjudul Strategi Meningkatkan Keunggulan Bersaing Melalui Kualitas Pelayanan pada PT Putra Usaha Mandiri Kota Batam oleh Hendri Herman menjelaskan Keunggulan kompetitif merupakan sejauh mana sebuah organisasi mampu menciptakan posisi dimana dapat mempertahankan pasar selama masih adanya pesaing. Perusahaan menciptakan keunggulan kompetitif melalui kemampuan kompetitif atau prioritas yang didefinisikan sebagai preferensi strategis atau dimensi dimana perusahaan memilih untuk bersaing di pasar yang ditargetkan. (Hendri Herman, 2018)

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi Pengembangan Produk

1. Pengertian Strategi

Istilah strategi berasal dari bahasa Yunani *strategia* (*stratos* = militer dan *ag* = memimpin), yang artinya seni atau ilmu untuk menjadi seorang jenderal. Strategi bisa diartikan sebagai suatu rencana untuk pembagian dan penggunaan kekuatan militer dan material pada daerah-daerah tertentu untuk mencapai tujuan tindakan tertentu. (Tjiptono, 2008: 3). Pada umumnya strategi dikenal sebagai alat untuk mencapai tujuan. Tujuan suatu perusahaan dapat dicapai apabila perusahaan memiliki strategi yang mantap untuk dapat memanfaatkan peluang, sehingga posisi atau kedudukan perusahaan di pasar dapat dipertahankan dan sekaligus ditingkatkan. (Sari *et al.*, 2020)

Salah satu tolak ukur keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuan salah satunya ditentukan oleh strategi, bagaimana strategi tersebut mampu menjadi solusi dalam mengatasi segala perubahan-perubahan internal maupun eksternal perusahaan. Strategi dirancang untuk memastikan tujuan utama perusahaan bisa diperoleh melalui pelaksanaan yang tepat dan juga merupakan rencana yang disatukan secara menyeluruh dan terpadu guna mengaitkan keunggulan strategi perusahaan.

Terdapat lima jenis strategi (Suminto, 2002: 20), yaitu:

a. Strategi penetrasi pasar

Penetrasi pasar atau penerobosan pasar merupakan usaha perusahaan meningkatkan jumlah nasabah baik secara kuantitas maupun kualitas pada pasar saat ini melalui promosi dan distribusi secara aktif. Strategi ini cocok untuk pasar yang sedang tumbuh dengan lambat.

b. Strategi pengembangan produk

Strategi pengembangan produk merupakan usaha meningkatkan jumlah konsumen dengan cara mengembangkan atau memperkenalkan produk-produk baru perusahaan. Inovasi dan kreativitas dalam penciptaan produk menjadi salah satu kunci utama dalam strategi ini. Perusahaan selalu berusaha melakukan pembaharuan atau pengenalan produk baru kepada konsumen. Perusahaan tiada henti terus melakukan eksplorasi terhadap kebutuhan pasar dan berupaya untuk memenuhi kebutuhan pasar tersebut.

c. Strategi pengembangan pasar

Strategi pengembangan pasar merupakan salah satu untuk membawa produk kearah pasar baru dengan membuka atau mendirikan atau anak-anak cabang baru yang dianggap cukup strategis atau menjalin kerjasama dengan pihak lain dalam rangka untuk menyerap konsumen baru. Manajemen menggunakan strategi ini bila mana pasar sudah padat dan peningkatan bagian pasar sudah sangat besar atau pesaing kuat.

d. Strategi intergrasi

Strategi integrasi merupakan strategi pilihan akhir yang biasanya ditempuh oleh para perusahaan yang mengalami kesulitan likuiditas sangat parah. Biasanya yang akan dilakukan adalah strategi diversifikasi horizontal, yaitu penggabungan perusahaan-perusahaan.

e. Strategi diversifikasi

Strategi diversifikasi baik konsentrasi maupun diversifikasi konglomerat. Diversifikasi yang dimaksud disini adalah perusahaan memfokuskan pada suatu segmen pasar tertentu dengan menawarkan berbagai varian produk perusahaan dimiliki. Sementara diversifikasi konglomerat adalah perusahaan memfokuskan dirinya

dalam memberikan berbagai varian produk perusahaan kepada kelompok konglomerat (korporat).

2. Pengembangan Produk

a. Pengertian Pengembangan Produk

Produk merupakan suatu barang atau jasa yang dapat ditawarkan ke dalam pasar yang bertujuan untuk dapat dibeli, digunakan atau dikonsumsi dan dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan. (Pratiwi, 2019) Pengembangan produk adalah kegiatan yang mengarah pada ciri khas yang baru atau berbeda dari sebuah produk atau pemanfaatan konsumen. Pengembangan tersebut membentang dari konsep yang sama sekali baru untuk memenuhi keinginan konsumen yang ditetapkan secara baru hingga modifikasi atau memperbaharui dari produk yang sudah ada sebelumnya, ini merupakan sebuah proses yang harus berkesinambungan untuk menahan masa penurunan dalam daur hidup intrinsik dari sebuah produk yang ada (A. Hart, 2005:163)

Beberapa definisi dan pengertian pengembangan produk menurut ahli :

- 1) Sondang P. Siagian (2007) mengatakan bahwa, pengembangan produk adalah upaya menarik minat pelanggan untuk membeli dan menggunakan produk baru yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut karena mereka merasa puas terhadap produk yang selama ini sudah diluncurkan, dipromosikan dan dijual diperusahaan yang bersangkutan.
- 2) Menurut Kotler dan Amstrong (2008), pengembangan produk strategi untuk pertumbuhan perusahaan dengan menawarkan produk memodifikasi atau produk baru ke segmen pasar yang ada sekarang pengembangan konsep produk menjadi produk fisik dalam upaya memastikan bahwa ide produk bisa diubah menjadi produk yang bisa diwujudkan secara efektif.

- 3) Menurut Simamora (2000), pengembangan produk adalah proses pencarian gagasan untuk barang dan jasa baru dan mengkonversikannya kedalam tambahan lini produk yang berhasil secara komersial. Pencarian produk baru didasarkan pada asumsi bahwa para pelanggan menginginkan unsur-unsur baru dan pengenalan produk baru akan membantu mencapai tujuan perusahaan.
- 4) Menurut Alma (2002), pengembangan produk adalah semua kegiatan yang dilakukan oleh pabrikan atau produsen dalam menentukan dan mengembangkan produknya, memperbaiki produk lama, memperbanyak kegunaan dari produk yang sudah ada dan mengurangi biaya produksi dan biaya pembungkus.

Jadi, dari beberapa pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa pengembangan produk merupakan strategi atau suatu usaha untuk meningkatkan daya saing perusahaan agar lebih kompetitif dalam menghadapi persaingan baik produk yang sudah ada maupun produk baru dengan cara menciptakan, memperbaiki atau menyesuaikan dengan kebutuhan dan kondisi pasar.

b. Tujuan Pengembangan Produk

Tujuan pengembangan produk yaitu untuk memberikan nilai maksimal bagi konsumen, memenangkan persaingan perusahaan dengan memilih produk yang inovatif, produk yang dimodifikasi serta mempunyai nilai yang tinggi baik dalam desain warna, ukuran, kemasan, merek, dan ciri-ciri lain. Menurut Buchari Alma (2000:101) dalam Mayasari (2019) tujuan pengembangan produk adalah :

- 1) Untuk memenuhi keinginan konsumen yang belum puas
- 2) Untuk menambah omzet penjualan
- 3) Untuk memenangkan persaingan
- 4) Untuk meningkatkan keuntungan
- 5) Untuk mencegah kebosanan konsumen

c. Tahap- tahap Pengembangan Produk

Menurut Kotler (2002: 382) tahap-tahap pengembangan produk terbagi menjadi delapan tahap yaitu :

1) Pemunculan Gagasan

Pengembangan produk berawal dari pencarian gagasan. Gagasan produk biasanya berasal dari berbagai sumber, diantaranya yaitu manajer pengembangan dan penelitian, pelanggan, ilmuwan, pesaing, pegawai, pesaing, saluran pemasaran dan manajemen puncak

2) Penyaringan Gagasan

Gagasan yang disampaikan oleh pihak-pihak di atas disortir menjadi tiga kelompok yaitu gagasan yang menjanjikan, gagasan yang pas-pasan, dan gagasan yang ditolak. Dalam menyaring gagasan, perusahaan harus memperhatikan dan menghindari dua kesalahan yaitu

3) Pengembangan dan Penyajian Konsep

Gagasan yang menarik harus disempurnakan menjadi konsep yang dapat diuji, gagasan produk adalah yang mungkin dapat ditawarkan oleh perusahaan ke pasar. Konsep produk adalah versi terinci dari suatu gagasan yang dinyatakan dalam istilah-istilah yang berarti bagi konsumen

4) Pengembangan Strategi Pemasaran

Perusahaan yang mengembangkan produk dengan melalui strategi pemasarannya perlu memperkenalkan produknya kepada pasar, yang mencakup tiga bagian pokok yaitu : Bagian pertama Menjelaskan ukuran, struktur dan perilaku pasar sasaran Rencana penentuan posisi produk, penjualan, pangsa pasar dan laba yang diinginkan dalam beberapa tahun yang akan datang. Bagian kedua mengikhtisarkan rencana harga produk itu Strategi distribusi Anggaran pemasaran untuk tahun pertama. Bagian ketiga menjelaskan penjualan jangka panjang,

menjelaskan sasaran laba, menjelaskan strategi bauran pemasaran selama jangka waktu itu

5) Analisis Bisnis

Setelah manajemen mengembangkan konsep produk dan strategi pemasaran, manajemen dapat mengevaluasi daya tarik bisnis. Manajemen perlu melakukan persiapan proyeksi penjualan, biaya, dan laba untuk menentukan apakah semua itu memenuhi tujuan perusahaan. Jika memenuhi, konsep itu dapat dilanjutkan ke tahap pengembangan produk.

6) Pengembangan Produk

Jika konsep produk dapat melewati pengujian bisnis, konsep itu akan berlanjut ke bagian litbang dan/atau rekayasa untuk dikembangkan menjadi produk fisik

7) Pengujian Pasar

Tahap dimana produk diberi merk, kemasan dan program atas tanggapan konsumen dan penyaluran terhadap masalah-masalah perlakuan, penggunaan dan pembelian barang ulang produk senyatanya serta pengkajian atas seberapa luas pasar sesungguhnya. Luasnya pengujian pasar yang harus diadakan akan bergantung pada dua segi yaitu biaya dan resiko penanaman modal disatu pihak dan pihak lainnya adalah keterbatasan waktu dan biaya penelitian

8) Tahap Komersialisasi

Tahap ini merupakan tahap peluncuran produk ke pasar dimana perusahaan yang berkapasitas sebagai produsen suatu produk akan memutuskan mengenai peluncuran produk ke pasar. Dalam tahap ini, kewajiban manajemen adalah menentukan kapan (when), kepada siapa (who), dan bagaimana (how) produk-produk itu dipasarkan. (Bakhri, 2017)

3. Strategi Pengembangan Produk

Setiap perusahaan harus mempunyai strategi dalam melakukan pengembangan produk. Pengembangan produk harus dibuat agar dapat mempertahankan dan meningkatkan daya saing. Hal-hal yang termasuk di dalam pengembangan produk diantaranya penentuan kualitas, ukuran, bentuk, daya tarik, labeling, cap tanda (branding), pembungkus (packaging), dan sebagainya untuk menyesuaikan selera yang sedang tumbuh. Hal ini bertujuan agar produk yang akan dikembangkan dapat sesuai dengan kebutuhan perusahaan dan konsumen yang sudah ada tetap tertarik dengan penawaran yang diberikan oleh suatu perusahaan serta menarik konsumen baru. Menurut Kotler dan Keller (2008), strategi pengembangan produk terdapat beberapa jenis, yaitu:

- a. Memperbaiki yang sudah ada. Dalam hal ini perusahaan menggunakan teknologi dan fasilitas yang ada untuk membuat variasi dan memperbaiki produk yang ada. Dalam menggunakan cara ini perusahaan tidak memiliki resiko besar, karena hanya akan melakukan perubahan yang menyeluruh. Modifikasi produk dapat dilakukan dengan cara memperbaiki produk yang sudah ada yang meliputi perbaikan mutu (Quality Improvement) dan perbaikan ciri – ciri khas (Feature Improvement) Menurut Lamb modifikasi mutu atau kualitas adalah perubahan dalam ketergantungan atau daya tahan produk. (Sari *et al.*, 2020)
- b. Memperluas lini produk. Jenis pengembangan produk dilakukan perusahaan dengan cara menambah item pada lini produk yang sudah ada atau menambah lini produk baru.
- c. Menambah produk yang ada. Perusahaan dalam hal ini menambah atau memberikan variasi pada produk yang telah ada dan juga memperluas segmen pasar dengan melayani berbagai macam konsumen atau pembeli yang memiliki selera yang berbeda-beda.

- d. Meniru strategi pesaing. Pada cara ini perusahaan meniru kebijakan pesaing yang dianggap menguntungkan, seperti halnya penetapan harga.
- e. Menambah lini produk. Biasanya perusahaan memerlukan dana besar dalam penambahan produk baru yang tidak ada kaitannya sama sekali dengan lini produk yang telah ada. Karena produk yang belum pernah diproduksi sebelumnya, serta dalam hal penggunaan fasilitas-fasilitas untuk mempromosikannya memerlukan proses yang baru pula.

Sedangkan menurut Tjiptono (2008), terdapat tiga strategi pengembangan produk, yaitu:

- a. Strategi peningkatan kualitas. Produsen dapat meningkatkan daya tahan produk atau dengan meningkatkan kehandalan dan kecepatan pelayan terhadap konsumen.
- b. Strategi peningkatan keistimewaan produk. Ada empat indikator yang dapat meningkatkan keistimewaan suatu produk, seperti kualitas bahan yang dipakai, keanekaragaman, kenyamanan dalam pemakaian suatu produk bagi penggunaannya dan aksesoris tambahan.
- c. Strategi peningkatan gaya produk. Produsen bisa meningkatkan nilai suatu produk dari segi pemilihan warna produk tersebut, rancangan atau desain yang menarik dan yang terakhir adalah kemasan yang dapat memberi nilai tambah bagi produk tersebut.

Menurut Al-Suwailem (2006:104) ada 3 strategi dalam mengembangkan produk-produk keuangan yakni dimulai dari produk konvensional, dimulai dari produk syariah dan dari kebutuhan riil konsumen.

- a. Strategi pertama dengan memiliki produk konvensional (namun yang secara syariah dipertanyakan) sebagai referensi, dan kemudian menggunakan cara kerja syariah untuk membangun produk yang hampir sama. Strategi ini disebut strategi imitasi.

- b. Strategi kedua ini memulai dari produk syariah yang sudah diterima di masyarakat kemudian membuat berbagai variasi baru dan memodifikasi pada produk tersebut, dan melihat bagaimana produk yang dihasilkan dapat digunakan kemudian menggunakan kriteria seleksi berdasarkan tingkat integrasi. Strategi bisa menghasilkan jumlah produk yang efektif dan tidak terbatas, mengingat bahwa titik awal produk sudah diterima dan sesuai syariah.
- c. Strategi ketiga dimulai dari melihat kebutuhan pelanggan/masyarakat yang sebenarnya kemudian kembali melihat produk atau mendesain produk sesuai kebutuhan masyarakat/ pelanggan. Strategi ini bekerja dalam arah yang berlawanan dari strategi sebelumnya, dan karena itu keduanya saling melengkapi. (Lisdawami *et al.*, 2017)

B. Lembaga Keuangan Mikro Syariah

1. Lembaga Keuangan Mikro Syariah

Lembaga Keuangan Mikro Syariah merupakan sebuah lembaga perekonomian mikro syari'ah yang bergerak menghimpun dan menyalurkan pembiayaan kepada masyarakat kecil, baik yang bersifat laba dengan sistem bagi hasil seperti pembiayaan modal usaha dan bersifat sosial (nirlaba) seperti Zakat, infak dan sedekah ataupun penyaluran. Lembaga keuangan mikro syariah (LKMS) terdiri dari berbagai lembaga diantaranya BPRS (Bank Perkreditan Rakyat Syariah), BMT (Baitul Mal Wat Tamwil), Lembaga Pengelola Zakat (BAZ dan LAZ), lembaga pengelola wakaf. Dan pada penelitian ini akan mengkaji mengenai lembaga BMT (Baitul Mal Wat Tamwil).

Lembaga Keuangan Mikro Syariah berfungsi sebagai pendukung peningkatan kualitas usaha ekonomi pengusaha mikro dan pengusaha kecil yang berdasarkan sistem syariah. Menurut Ridwan (2004) Teori pelaksanaan usaha LKMS berpegang teguh pada prinsip utama sebagai berikut :

- a. Keimanan dan Ketaqwaan pada Allah SWT mengimplementasikan pada prinsip-prinsip syariah dan muamalah islam kedalam kehidupan nyata.
 - b. Keterpaduan, yakni nilai-nilai spiritual dan moral menggerakkan etika bisnis yang dinamis, proaktif, progresif, adil dan berakhlak mulia.
 - c. Kekeluargaan, yakni mengutamakan kepentingan bersama diatas kepentingan pribadi. Semua pengelola dalam setiap tingkatan, pengurus dengan semua lininya serta anggota, dibangun rasa kekeluargaan sehingga akan tumbuh rasa saling melindungi dan menanggung
 - d. Kebersamaan, yakni kesatuan pola pikir, sikap dan cita-cita antar semua elemen LKMS. Antara pengelola dan pengurus harus memiliki satu visi misi dan bersama-sama anggota untuk memperbaiki kondisi ekonomi dan sosial.
 - e. Kemandirian, yakni mandiri diatas semua golongan politik. Mandiri juga berarti tidak tergantung dengan dana-dana pinjaman dan “bantuan” tetapi senantiasa proaktif menggalang dana masyarakat sebanyak-banyaknya.
 - f. Profesionalisme, yakni semangat kerja yang tinggi dan dilandasi dengan dasar keimanan. Kerja yang tidak hanya berorientasi pada kehidupan dunia saja, tetapi juga kenikmatan dan kepuasan rohani dan akhirat. Kerja keras dan kerja cerdas yang dilandasi dengan bekal pengetahuan yang cukup, keterampilan yang terus ditingkatkan serta niat dan ghirah yang kuat. Semua itu dikenal dengan kecerdasan emosional, spiritual dan intelektual. Sikap profesionalisme dibangun dengan semangat untuk terus belajar demi mencapai tingkat standar kerja yang tertinggi.
 - g. Istiqomah, konsisten, konsekuen, kontinuitas/berkelanjutan tanpa henti dan tanpa putus asa. Setelah mencapai suatu tahap maka maju lagi ke tahap berikutnya dan hanya kepada Allah SWT kita berharap.
- (Rusydia *et al.*, 2013)

Sesuai dengan fungsi dan jenis dana yang dapat dikelola oleh lembaga keuangan mikro syariah tersebut, selanjutnya melahirkan berbagai macam jenis produk pengumpulan dan penyaluran dana oleh LKMS.

Produk-produk LKMS tersebut sebagai berikut :

a. Produk Pengumpulan Dana

Produk pengumpulan dana adalah bentuk simpanan yang terikat dan tidak terikat atas jangka waktu panjang dan syarat-syarat tertentu dalam penyertaan dan penarikannya. Adapun akad yang mendasari berlakunya simpanan di LKMS adalah akad Wadi'ah dan akad Mudharabah. (Muhammad, 2000: 117-118):

1) Simpanan wadi'ah adalah titipan dana yang tiap waktu dapat ditarik pemilik atau anggota dengan cara mengeluarkan semacam surat berharga pemindahbukuan/transfer dan perintah membayar lainnya. Simpanan yang berakad wadi'ah ada dua, yaitu wadi'ah amanah dan wadi'ah yadhomanah.

- Wadi'ah amanah, yaitu penitipan barang atau uang tetapi LKMS tidak mempunyai hak untuk mendayagunakan titipan tersebut. Atas pengembangan produk ini, LKMS mensyaratkan adanya jasa (fee) kepada penitip (muwadi').
- Wadi'ah yad amanah, yaitu akad penitipan barang atau uang kepada LKMS, namun LKMS memiliki hak untuk mendayagunakan dana tersebut. Atas akad ini, penitip (muwadi') mendapatkan imbalan berupa bonus yang besarnya sangat tergantung dengan kebijakan manajemen LKMS.

2) Simpanan Mudharabah adalah simpanan pemilik dana yang penyeteran dan penarikannya dapat dilakukan sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati sebelumnya. Pada simpanan mudharabahtidak diberikan bunga sebagai pembentukan laba bagi LKMS, tetapi diberikan bunga bagi hasil. Variasi simpanan

yang berakad mudharabah antara lain Simpanan Idul Fitri, Simpanan Idul Adha (Qurban), Simpanan Haji, Simpanan Pendidikan, dan Simpanan Kesehatan. Selain kedua jenis simpanan tersebut, LKMS juga mengelola dana ibadah seperti Zakat, Infaq dan Shodaqoh (ZIS), yang dalam hal ini LKMS dapat berfungsi sebagai amil.

Selain kedua jenis simpanan tersebut, LKMS juga mengelolah dana ibadah seperti zakat, infaq dan shodaqah (ZIS) yang dalam hal ini LKMS dapat berfungsi sebagai amil. (Muhammad, 2000: 119)

b. Produk Penyaluran Dana

LKMS bukan sekedar lembaga keuangan non bank yang bersifat sosial, tetapi juga sebagai lembaga bisnis dalam rangka memperbaiki perekonomian umat, akad dana yang dikumpulkan dari anggota harus disalurkan dalam bentuk pinjaman kepada anggotanya. Pinjaman tersebut disebut juga pembiayaan, yaitu suatu fasilitas yang diberikan LKMS kepada anggotanya. (Mayasari *et al.*, 2019)

Orientasi pembiayaan yang diberikan LKMS adalah untuk mengembangkan dan atau meningkatkan pendapatan anggota dan LKMS. Sasaran pembiayaan ini adalah semua sektor ekonomi, seperti pertanian, industri rumah tangga, perdagangan dan jasa. Ada dua jenis akad dalam pembiayaan, yaitu akad syirkah dan akad jual beli, yang kemudian dikembangkan oleh LKMS menjadi berbagai jenis pembiayaan sebagai berikut (Muhammad, 2000: 119-120):

- 1) Pembiayaan Bai' u Bithaman Ajil (BBA), Pembiayaan berakad jual beli. Pembiayaan Bai' u Bithaman Ajil yaitu suatu perjanjian pembiayaan yang disepakati antara LKMS dengan anggotanya, yang mana LKMS menyediakan dananya untuk sebuah investasi dan atau pembelian barang modal dan usaha anggotanya yang kemudian proses pembayarannya dilakukan secara mencicil atau angsuran. Jumlah kewajiban yang harus dibayarkan oleh

peminjam adalah jumlah atas harga barang modal dan mark-up yang disepakati.

- 2) Pembiayaan Murabahah (MBA), pembiayaan berakad jual beli. Pembiayaan Murabahah (MBA) pada dasarnya merupakan kesepakatan antara LKMS sebagai pemberi modal dan anggota sebagai peminjam. Prinsip yang digunakan adalah sama seperti pembiayaan Bai'u Baithaman Ajil, hanya saja proses pengembaliannya dibayarkan pada saat jatuh tempo pengembaliannya.
- 3) Pembiayaan Murabahah (MDA), pembiayaan dengan akad syirkah. Pembiayaan Murabahah (MDA) adalah suatu perjanjian pembiayaan antara LKMS dan anggota, LKMS menyediakan dana untuk penyediaan modal kerja sedangkan peminjam berupaya mengelola dana tersebut untuk pengembangan usahanya. Jenis usaha yang dimungkinkan untuk memberikan pembiayaan adalah usaha-usaha kecil seperti pertanian, industri rumah tangga dan perdagangan.
- 4) Pembiayaan Musyarakah (MSA), pembiayaan dengan akad syirkah. Adalah penyertaan LKMS sebagai pemilik modal dalam suatu usaha yang mana resiko dan keuntungan ditanggung bersama secara berimbang dengan porsi penyertaan.
- 5) Pembiayaan Al Qardhul Hasan adalah perjanjian antara LKMS dengan anggotanya, hanya anggota yang dianggap layak yang dapat diberi pinjaman. Kegiatan yang dimungkinkan untuk diberikan pembiayaan ini adalah anggota yang terdesak dalam melakukan kewajiban-kewajiban non usaha atau pengusaha yang menginginkan usahanya bangkit kembali yang oleh karena ketidakmampuannya untuk melunasi kewajiban usahanya. (Bakhri, 2017)

2. Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS)

Menurut Peraturan Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia Nomor: 16/Per/M.KUKM/IX/2015, Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) adalah koperasi yang kegiatan usahanya meliputi simpanan, pinjaman dan pembiayaan sesuai prinsip syariah, termasuk mengelola zakat, infaq/sedekah, dan wakaf. (Zahriya *et al.*, 2019)

Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah memberikan kemudahan dalam hal penyediaan sumber modal untuk anggota maupun calon anggota terutama kalangan masyarakat menengah ke bawah yang membutuhkan pinjaman modal untuk menjalankan usahanya agar tidak terjebak dengan rentenir yang memberikan pinjaman dengan bunga yang tinggi. Selain itu KSPPS berperan untuk memajukan kesejahteraan, membangun serta meningkatkan potensi masyarakat dengan berlandaskan hukum syariah.

3. Baitul Maal Wattamwil (BMT)

LKMS BMT adalah sebutan ringkas dari Lembaga Keuangan Mikro Syariah Baitul Maal wat Tamwil atau Balai-usaha Mandiri Terpadu, sebuah Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) yang memadukan kegiatan ekonomi dan sosial masyarakat setempat. Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) adalah kelompok swadaya masyarakat sebagai lembaga ekonomi rakyat yang berupaya mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dengan sistem bagi hasil untuk meningkatkan kualitas ekonomi pengusaha kecil bawah dan kecil dalam upaya pengentasan kemiskinan (Harisman, 2003 :74).

Tujuan BMT yaitu meningkatkan kualitas usaha ekonomi untuk kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya. Sedangkan sifat BMT yaitu memiliki usaha bisnis yang bersifat mandiri, ditumbuhkembangkan dengan swadaya dan dikelola secara profesional serta berorientasi untuk kesejahteraan anggota dan masyarakat lingkungannya. BMT dapat didirikan dan dikembangkan dengan suatu

proses legalitas hukum yang bertahap. Awalnya dapat dimulai sebagai kelompok swadaya masyarakat dengan mendapatkan sertifikat operasi/kemitraan dari PINBUK (pusat inkubasi bisnis usaha kecil dan menengah) dan jika telah mencapai nilai aset tertentu segera menyiapkan diri kedalam badan hukum koperasi.

BMT mempunyai ciri-ciri: a) berorientasi bisnis, mencari laba bersama, meningkatkan pemanfaatan ekonomi paling bawah untuk anggota dan lingkungannya, b) bukan lembaga sosial tetapi dimanfaatkan untuk mengaktifkan penggunaan dana sumbangan sosial, zakat, infaq dan sadaqah bagi kesejahteraan orang banyak secara berkelanjutan, c) ditumbuhkan dari bawah berdasarkan peran partisipasi dari masyarakat sekitar, d) milik bersama masyarakat setempat dari lingkungan LKMS BMT itu sendiri, bukan milik orang lain dari luar masyarakat itu.

Peran BMT di masyarakat meliputi: a) motor penggerak ekonomi dan social masyarakat banyak, b) ujung tombak pelaksanaan sistem ekonomi syariah, c) penghubung antara kaum aghnia (kaya) dan kaum dhu'afa (miskin), d) sarana pendidikan informal untuk mewujudkan prinsip hidup yang barakah.

Fungsi BMT di masyarakat meliputi:

- a. Meningkatkan kualitas SDM anggota, pengurus, dan pengelola menjadi lebih professional, salaam, dan amanah sehingga semakin utuh dan tangguh dalam berjuang dan berusaha menghadapi tantangan global,
- b. Mengorganisir dan memobilisasi dana sehingga dana yang dimiliki oleh masyarakat dapat termanfaatkan secara optimal di dalam dan luar organisasi untuk kepentingan rakyat banyak,
- c. Mengembangkan kesempatan kerja,
- d. Mengukuhkan dan meningkatkan kualitas usaha dan pasar produk-produk anggota,
- e. Memperkuat dan meningkatkan kualitas lembaga-lembaga ekonomi dan sosial rakyat banyak. (Bakhri, 2017)

C. Keunggulan Bersaing

Menurut Hendri Herman (2018) Keunggulan bersaing merupakan perkembangan dari nilai yang mampu diciptakan perusahaan untuk pembelinya. Berdasarkan definisi di atas, maka keunggulan bersaing tidak dapat dipahami dengan memandang perusahaan sebagai suatu keseluruhan. Keunggulan bersaing berasal dari banyak aktivitas berlainan yang dilakukan perusahaan dalam mendesain, memproduksi, memasarkan, menyerahkan, mendukung produknya (Dirgantoro, 2010)

Keunggulan bersaing merupakan keunggulan atau dominasi pihak tertentu saat pihak lain tidak memiliki apa yang dimiliki oleh pihak yang mendominasinya. Dominasi dapat berupa hal-hal yang terlihat oleh kasat mata atau dapat diobservasi secara langsung, maupun hal-hal yang tidak dapat diobservasi secara langsung. Definisi lain menyatakan bahwa keunggulan bersaing merupakan keunggulan yang dicapai oleh organisasi tertentu saat organisasi tersebut dapat memperoleh atau mengembangkan atribut-atribut tertentu yang memungkinkan perusahaan tersebut dapat menunjukkan kinerja yang lebih baik dibandingkan organisasi lainnya. Atribut ini dapat berupa akses terhadap sumber daya ataupun teknologi baru yang akhirnya dapat membuat organisasi tersebut menjadi unggul dibandingkan dengan organisasi lainnya.

Menurut Fontaine dan Ahmad (2013: 15), keunggulan kompetitif dalam perspektif Islam bertujuan untuk meningkatkan kemampuan organisasi dan mendapatkan keuntungan yang lebih tinggi, sehingga perusahaan dapat bertahan dalam jangka panjang. Berdasarkan perspektif Islam, konsep kompetisi atau keunggulan bersaing dijelaskan dalam Al-Baqarah ayat 148. Ayat tersebut menjelaskan bahwa persaingan atau bersaing dalam kebaikan dapat dilakukan termasuk dalam kegiatan kekuasaan bisnis. Sehingga suatu organisasi bisnis atau dalam hal ini LKMS membutuhkan strategi untuk dapat bersaing dengan berbagai pihak seperti lembaga keuangan konvensional dan lkms lainnya. (Hasib, 2018)

Indikator keunggulan bersaing dapat diukur dengan:

1. Karakteristik produk

Karakteristik Produk adalah kondisi yang berbeda dari suatu produk dibandingkan para pesaingnya yang dapat ditawarkan kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhan. Setiap produk memiliki karakteristik yang berbeda-beda, dan setiap produsen selalu berusaha menciptakan produk yang memiliki karakteristik tersendiri sehingga konsumen memiliki persepsi khusus terhadap produk tersebut. Banyaknya variasi produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan merupakan langkah untuk menghadapi persaingan dalam merebut pangsa pasar. Karakteristik produk merupakan modal atau atribut penting, sejauh produk tersebut mampu memberikan keuntungan untuk memenuhi tujuan yang lebih besar. Dengan Kata lain, Karakteristik Produk adalah suatu pola yang akan menentukan suatu produk layak untuk dikonsumsi atau tidak. (Aprilyani *et al.*, 2020)

2. Kualitas produk

Kualitas produk merupakan salah satu indikator yang mempengaruhi minat konsumen. Menurut Tjiptono (2013), kualitas produk adalah kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan; kualitas yang mencakup produk, jasa, manusia, proses, serta lingkungan; kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah (misalnya apa yang dianggap merupakan kualitas saat ini mungkin dianggap kurang berkualitas pada masa mendatang)

3. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran berusaha menanamkan perusahaan dan produknya di benak pelanggan. Strategi ini bertujuan untuk mencapai *how to win the market*. Pemasaran berfokus pada menarik pelanggan, mendapatkan mereka untuk membeli, dan memastikan mereka cukup senang dengan pembelian mereka, dan mengupayakan agar mereka datang kembali untuk kembali bertransaksi.

Menurut Sunyoto, Danang (2012) Bauran pemasaran jasa terdiri atas sebagai berikut :

- a. *Product* (Produk) Merupakan keseluruhan konsep objek atau proses yang memberikan sejumlah nilai manfaat kepada konsumen. Produk secara umum di artikan sebagai sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Artinya apapun wujudnya, selama itu dapat memenuhi keinginan pelanggan dan kebutuhan kita katakana sebagai produk. Philip kotler mendefinisikan produk sebagai sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan. (Mardiyanto, 2021)
- b. *Price* (Harga). Keputusan bauran harga berkenaan dengan kebijakan strategis dan taktis, seperti tingkat harga, struktur diskon, cara pembayaran dan tingkat diskriminasi harga diantara berbagai kelompok pelanggan.
- c. *Promotion* (Promosi) adalah pemilihan bauran promosi yang terdiri dari: periklanan, penjualan perorangan, promosi penjualan dan hubungan masyarakat.
- d. *Place* (Tempat) merupakan keputusan atas dasar saluran distribusi, dalam hal ini berhubungan dengan bagaimana cara penyampaian jasa kepada nasabah dan dimana lokasi yang strategis.
- e. *People* (Orang). Dalam hubungannya dengan pemasaran jasa, maka people yang berfungsi sebagai service provider (penyedia layanan) sangat mempengaruhi kualitas jasa yang diberikan.
- f. *Process* (Proses) merupakan gabungan semua aktivitas, umumnya terdiri dari prosedur, jadwal pekerjaan, mekanisme, aktivitas dan hal-hal rutin, dimana jasa dihasilkan dan disampaikan kepada konsumen.
- g. *Customer service* (Layanan Konsumen). Pada pemasaran jasa lebih dilihat sebagai hasil dari kegiatan distribusi dan logistik, dimana pelayanan diberikan kepada konsumen untuk mencapai kepuasan. Layanan konsumen meliputi aktivitas untuk memberikan kegunaan waktu dan tempat termasuk pelayanan bertransaksi akan turut mempengaruhi kegiatan transaksi dan setelah transaksi, karena itu

kegiatan pendahuluannya harus sebaik mungkin sehingga konsumen memberikan respon yang positif yang menunjukkan loyalitas yang tinggi. (Zulkifli, 2019)



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan, yang menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Menurut Sugiyono (2007: 1) dalam Prasanti (2018), metode penelitian kualitatif merupakan suatu penelitian yang digunakan untuk meneliti pada objek yang alamiah dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara gabungan, analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi. Didalam penelitian deskriptif kualitatif ini penulis menggunakan studi pustaka mencari informasi lewat buku, majalah, koran dan literature lainnya untuk membantu sebuah landasan teori (Arikunto, 2006). Dalam hal ini Penulis menjelaskan dan memaparkan mengenai pengembangan produk dan keunggulan bersaing. Penulis juga menggunakan metode analisis yaitu menganalisa data-data yang berkaitan dengan permasalahan yang dihadapi, dalam hal ini Penulis menganalisa mengenai strategi pengembangan produk pada KSPPS BMT NU Sejahtera Purwokerto dalam meningkatkan keunggulan bersaing.

B. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dalam kurun waktu kurang lebih 4 bulan terhitung sejak Februari-Maret dan Juli-Agustus. Penelitian ini dilakukan di Kantor Cabang KSPPS BMT NU Sejahtera Purwokerto di Jln. Sultan Agung No.10, Karangklesem, Kec. Purwokerto Selatan, Kab. Banyumas, Jawa Tengah 53144.

C. Subjek dan Objek Penelitian

- a. Subjek Penelitian adalah seseorang atau sesuatu yang mengenainya ingin diperoleh keterangan atau orang pada latar penelitian yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. (Amirin,1986). Dalam Penelitian ini yang menjadi subjek Peneliti yaitu Manajer BMT.

- b. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, Objek penelitian adalah hal yang menjadi sasaran penelitian. Adapun yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah strategi pengembangan produk dalam meningkatkan keunggulan bersaing.

D. Jenis Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data yang bersumber dari data primer dan data sekunder. Menurut M Paramita (2017) pengertian data primer dan sekunder yaitu:

1. Data primer, yaitu data yang diperoleh dari responden dengan menggunakan observasi dan wawancara mendalam. Wawancara mendalam akan dilaksanakan kepada tokoh kunci/jumlah terbatas dari responden. Dalam penelitian ini, sumber data primer didapatkan secara langsung pada lokasi penelitian melalui wawancara dengan pihak yang menjadi objek penelitian pada KSPPS BMT NU Sejahtera Purwokerto yaitu Ibu Sarastiana Penitasari sebagai Manajer.
2. Data sekunder, yaitu data-data yang diperoleh dengan cara membaca, mempelajari, dan memahami melalui media lain yang bersumber dari literature-literatur yang terkait dengan kajian penelitian ini. Dalam penelitian ini data tersebut berupa informasi mengenai penelitian yang sedang diteliti yang diperoleh dari berbagai literature baik itu buku, jurnal maupun internet. Data primer dan data skunder kemudian diolah dan dianalisis untuk mendapatkan kesimpulan..

E. Metode Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi sebagai teknik pengambilan data memiliki ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik wawancara atau angket. Jika wawancara dan angket mengharuskan peneliti berkomunikasi dengan informan, maka observasi tidak terbatas pada orang, tetapi juga dapat dilakukan pada objek-objek yang lain, seperti alam, benda, ataupun suatu peristiwa. Melalui observasi peneliti dapat mendokumentasikan dan merefleksikan secara sistematis terhadap kegiatan dan interaksi subjek

penelitian. Semua yang dilihat dan didengar dalam observasi dapat dicatat dan direkam dengan teliti jika itu sesuai dengan tema dan masalah yang dikaji dalam penelitian. (Nugrahani, 2014 : 133) Peneliti melakukan observasi pada KSPPS BMT Nusa Ummat Sejahtera Purwokerto yang beralamat di Jl. Nasional 9 No. 58 Dusun I Sokaraja Tengah Kec. Sokaraja Kab. Banyumas.

2. Wawancara Mendalam (in-depth interview)

Dalam penelitian kualitatif, pada umumnya sumber data utamanya (primer) adalah manusia yang berkedudukan sebagai informan. Oleh sebab itu, wawancara mendalam merupakan teknik penggalian data yang utama yang sangat memungkinkan peneliti untuk mendapatkan data yang sebanyak-banyaknya, yang lengkap, dan mendalam. Pertanyaan dalam wawancara mendalam (in-depth interviewing) pada umumnya disampaikan secara spontanitas. Hubungan antara pewawancara dan yang diwawancarai adalah hubungan yang dibangun dalam suasana 'biasa', sehingga pembicaraan berlangsung sebagaimana percakapan sehari-hari, yang tidak formal.

Tujuan utama wawancara mendalam adalah untuk dapat menyajikan konstruksi saat sekarang dalam suatu konteks mengenai para pribadi, peristiwa, aktivitas, perasaan, motivasi, tanggapan atau persepsi, tingkat dan bentuk keterlibatan, dan sebagainya. Oleh sebab itu, dalam wawancara mendalam, informant dapat mengemukakan pendapatnya, dan pendapat itu dapat digunakan sebagai dasar bagi penelitian selanjutnya. Dalam hal ini penulis melakukan wawancara dan mengajukan beberapa pertanyaan kepada Ibu Sarastiana Penitasari selaku Manajer KSPPS BMT NU Sejahtera Purwokerto terkait dengan penelitian yang akan dilakukan. (Nugrahani, 2014 : 124-126)

3. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan yaitu metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dan menganalisis data. Penulis mengadakan penelitian terhadap beberapa literatur yang ada kaitannya dengan

penulisan skripsi ini, yaitu berupa skripsi atau penelitian terdahulu, buku, majalah, artikel, brosur, internet dan lain sebagainya. Langkah yang dilakukan dalam melaksanakan studi kepustakaan ini dengan cara membaca, mengutip untuk menganalisa dan merumuskan hal-hal yang dianggap perlu dalam memenuhi data pada penelitian ini. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan oleh penulis yaitu menggunakan model analisis interaktif. Menurut Miles dan Huberman (1984) model analisis interaktif yaitu dalam penelitian kualitatif memungkinkan dilakukan analisis data ketika peneliti berada di lapangan ataupun sesudah kembali dari lapangan baru diadakan analisis. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai. Bila jawaban yang diwawancarai setelah dianalisis terasa belum memuaskan, maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi, sampai tahap tertentu, diperoleh data yang dianggap kredibel. Setelah memperoleh data hasil wawancara yang dilakukan di lapangan, kemudian ditelaah dan ditarik kesimpulan berdasarkan data di lapangan dan teori pada studi kepustakaan. Ketiga langkah dalam komponen analisis interaktif adalah sebagai berikut.

1. Reduksi Data

Komponen pertama dalam analisis data kualitatif adalah reduksi data. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dalam reduksi data peneliti melakukan proses pemilihan atau seleksi, pemusatan perhatian atau pemfokusan, penyederhanaan, dan pengabstraksian dari semua jenis informasi yang mendukung data penelitian yang diperoleh dan dicatat selama proses penggalan data di lapangan. Proses reduksi ini dilakukan secara terus menerus sepanjang penelitian masih berlangsung, dan pelaksanaannya dimulai sejak peneliti memilih kasus yang akan dikaji. Ketika pengumpulan data berlangsung,

reduksi data dilakukan dengan membuat catatan ringkas tentang isi dari catatan data yang diperoleh di lapangan. Dengan demikian, data yang direduksi akan memberikan gambaran yang jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya.

2. Sajian Data

Komponen kedua dalam analisis kualitatif adalah sajian data. Sajian data adalah sekumpulan informasi yang memberi kemungkinan kepada peneliti untuk menarik simpulan dan pengambilan tindakan. Sajian data ini merupakan suatu rakitan organisasi informasi, dalam bentuk deskripsi dan narasi yang lengkap, yang disusun berdasarkan pokok-pokok temuan yang terdapat dalam reduksi data, dan disajikan menggunakan bahasa peneliti yang logis, dan sistematis, sehingga mudah dipahami.

3. Penarikan Simpulan/Verifikasi

Makna adalah hal penting dalam penelitian kualitatif. Peneliti harus berusaha menemukan makna berdasarkan data yang telah digali secara teliti, lengkap, dan mendalam. Bagaimana cara menarik simpulan untuk memperoleh makna peristiwa yang ditelitinya, perlu dipikirkan dengan hati-hati. Penarikan simpulan merupakan kegiatan penafsiran terhadap hasil analisis dan interpretasi data. Penarikan simpulan ini hanyalah salah satu kegiatan dalam konfigurasi yang utuh. (Nugrahani, 2014 : 173-176)

G. Uji Keabsahan Data

Triangulasi yaitu teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Tujuan dari triangulasi bukan untuk mencari kebenaran tentang beberapa fenomena, tetapi lebih pada peningkatan pemahaman peneliti terhadap apa yang telah ditemukan. Nilai dari teknik pengumpulan data dengan triangulasi adalah untuk mengetahui data yang diperoleh

convergent(meluas), tidak konsisten atau kontradiksi. Maka dari itu, dengan menggunakan triangulasi dalam pengumpulan data, maka data yang diperoleh akan lebih konsisten, tuntas dan pasti. Bila peneliti melakukan pengumpulan data dengan triangulasi, maka sebenarnya peneliti mengumpulkan data yang sekaligus menguji kredibilitas data, yaitu mengecek kredibilitas data dengan berbagai teknik pengumpulan data dan berbagai sumber data. Triangulasi teknik, berarti peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang berbeda-beda untuk mendapatkan data dari sumber yang sarna. Peneliti menggunakan observasi partisipatif, wawancara mendalam, dan dokumentasi untuk sumber data yang sarna secara serempak. (Sugiyono, 2016: 241)



BAB IV

PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Berdirinya KSPPS Nusa Ummat Sejahtera

Sejarah telah mencatat bahwa kelahiran NU pertama kali diawali dengan Nahdlatul Tujjar (1918) yang muncul sebagai lembaga gerakan ekonomi pedesaan, disusul kemudian dengan Taswirul Afkar (1922) yang merupakan gerakan keilmuan dan kebudayaan, dan Nahdlatul Wathon (1924) yang merupakan gerakan politik dalam bentuk pendidikan. Dengan demikian, bangunan NU didukung oleh tiga pilar utama yang bertumpuh pada kesadaran keagamaan faham Ahlul Sunnah Wal Jama'ah. Tiga pilar tersebut adalah (a) Wawasan Ekonomi Kerakyatan; (b) Wawasan Keilmuan dan Sosial Budaya; serta (c) Wawasan Kebangsaan.

Dalam pembangunan institusi perekonomian warga dan infrastruktur, NU mengalami kegagalan yang cukup mencolok baik dalam usaha perbankan maupun usaha-usaha produksi lainnya yang mencita-citakan keterlibatan warga di akar rumput (hasil muktamar NU XXX 37 : 1999 di Lirboyo Kediri). Kegagalan Yamualim dan beberapa komponen milik NU tidak boleh terulang kembali untuk yang kesekian kalinya. Untuk itu sifat profesionalisme di bidang ini harus benar-benar digarap serius. NU diharapkan tidak intervensi terlalu dalam. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka NU sebagai organisasi sosial keagamaan memandang perlunya membangun lembaga perekonomian yang berorientasi pada kepentingan Nahdliyyin/ummat.

Sehingga pada tanggal 29 Mei 2003 dengan akte pendirian koperasi no 180.08/315 dengan melalui anggotanya mendirikan koperasi "BUMI SEJAHTERA" yang berlokasi di Jalan Raya Manyaran-Gunungpati Km 10 Semarang. Dan di tahun 2008, tepatnya pada tanggal 25 April 2008 dengan akta pendirian koperasi nomor : 18.08/PAD/xiv.34/02 koperasi BUMI SEJAHTERA berganti nama menjadi koperasi 'NU SEJAHTERA' yang

berlokasi di Ruko Manyaran Blok I Jalan Abdul Rachman Saleh 308 Semarang.

Seiring perkembangan perbankan dan dunia koperasi, Koperasi 'NU SEJAHTERA' sebagai kepanjangan tangan dari Lembaga Perekonomian NU (LPNU) ikut berpartisipasi dalam memberikan kontribusi di sektor perekonomian masyarakat yang berlandaskan syariah islam. Meliputi simpanan wadiah, simpanan berjangka, pembiayaan dimana itu semua merupakan produk primer yang dikenalkan masyarakat.

Pada tanggal 16 Maret 2009, keberadaan koperasi 'NU SEJAHTERA' sudah ditingkat Propinsi dengan badan hukum nomor 05/PAD/KDK.11/III/2009. Setelah exist sampai saat ini atau kurang lebihnya dua tahun sejak berdirinya Koperasi 'NU SEJAHTERA' telah memiliki UJKS (Unit Jasa Keuangan Syariah) yaitu berupa Lembaga Keuangan Syariah BMT NU Sejahtera yang sudah mempunyai beberapa kantor cabang diantaranya Gunungpati, Manyaran, Genuk, Pudukpayung, Klipang, Mangkang, Magelang dan Kebumen. Kantor yang beralamat di Jalan Raya Semarang Kendal KM 15 No 99 Mangkang yang saat ini dijadikan sebagai kantor Pusat. Pada akhir tahun 2009 dibuka Kantor Cabang BMT NU Sejahtera di kota dan kabupaten lain yaitu Kendal, Boyolali, dan Ampel. Menyusul kemudian pada bulan Maret 2010 dibuka kembali kantor cabang BMT yaitu Sukoharjo dan Gombang. Pada tanggal 13 Juli 2011 baru saja diresmikan kantor cabang Demak, selanjutnya disusul dengan kantor cabang Wonogiri. Selanjutnya untuk kantor cabang Parakan, Purwokerto, Wonosobo, Sragen, Sukoharjo II serta Gubug diresmikan serentak pada tanggal 2 Juli 2012.

BMT NU Sejahtera Purwokerto dipimpin oleh Ibu Sarastiana Penitasari dan mempunyai enam karyawan. BMT ini berlokasi di Jalan Sultan Agung No. 10, Karangklesem, Purwokerto Selatan. Setelah berjalan kurang lebih 2 taun tepatnya pada tanggal 6 Oktober 2014, BMT Nusa Ummat Sejahtera telah memperoleh izin secara legal dari Pemerintah dan

berganti menjadi KSPPS BMT Nusa Ummat Sejahtera dengan badan hukum nomor 78/Lap-PAD/X/2014.

2. Visi dan Misi KSPPS BMT NU Sejahtera Purwokerto

Visi :

Menjadi koperasi pemberdayaan ekonomi umat yang mandiri dengan landasan syariah.

Misi :

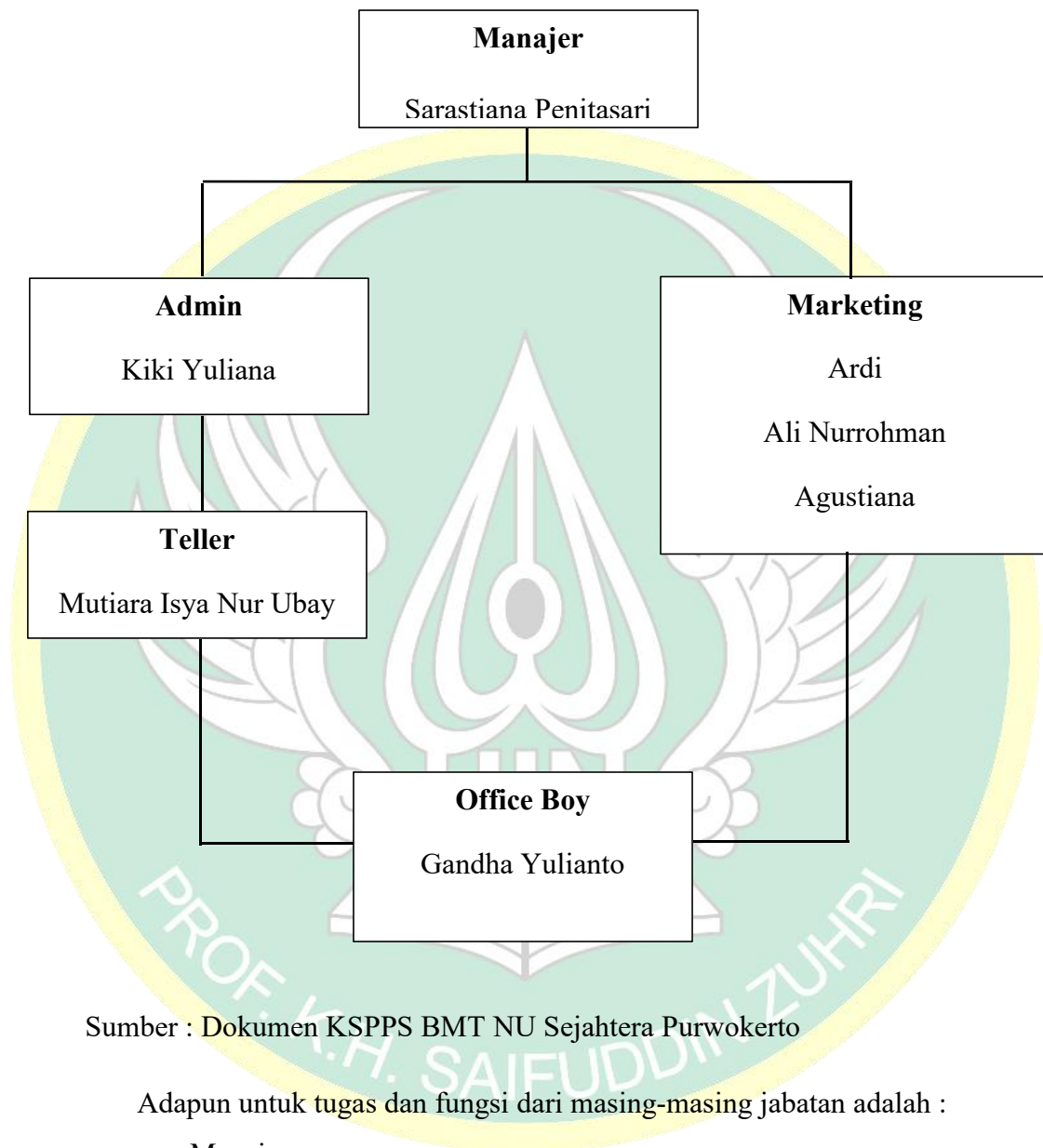
- a. Menjadi penyelenggara layanan keuangan syariah yang prima kepada anggota dan mitra usaha.
- b. Menjadi model pengelolaan keuangan umat yang efisien, efektif, transparan dan profesional.
- c. Mengembangkan jaringan kerjasama ekonomi syariah.
- d. Mengembangkan sistem ekonomi umat yang berkeadilan sesuai syariah.

3. Struktur Organisasi KSPPS BMT NU Sejahtera Purwokerto

Menurut Robbins dan Coulter struktur organisasi diartikan sebagai kerangka kerja formal organisasi yang dengan kerangka kerja itu tugas-tugas pekerjaan dibagi-bagi, dikelompokkan, dan dikoordinasikan (Darwansyah, 2013). Agar suatu organisasi atau lembaga dapat berjalan dengan efektif dan efisien maka diperlukan adanya struktur organisasi.

Struktur organisasi yang dimiliki oleh KSPPS BMT NU Sejahtera bersifat sentralisasi dimana semua keputusan, kebijakan serta wewenang menjadi tanggung jawab bersama dalam Rapat Anggota Tahunan (RAT). Sedangkan struktur organisasi pada setiap kantor cabang juga bersifat sentralisasi (terpusat), bedanya pada kantor cabang setiap keputusan, kebijakan serta wewenang menjadi tanggung jawab kepala cabang yaitu manajer.

Gambar 4.1: Struktur Organisasi KSPPS BMT NU Sejahtera Purwokerto



Sumber : Dokumen KSPPS BMT NU Sejahtera Purwokerto

Adapun untuk tugas dan fungsi dari masing-masing jabatan adalah :

a. Manajer

- 1) Mempersiapkan, mengusulkan, melakukan negosiasi, merevisi rencana kerja dan anggaran dalam rangka mencapai target bisnis yang ditetapkan.
- 2) Membina dan mengkoordinasi unit-unit kerja bawahannya untuk mencapai target yang telah ditetapkan.

- 3) Memfungsikan semua unit kerja di bawahnya dan pekerja binaannya dalam melaksanakan tugas atau pekerjaan sesuai dengan strategi yang telah ditetapkan guna mewujudkan pelayanan sebaikbaiknya bagi nasabahnya.
 - 4) Mengawasi semua bawahannya dan unit-unit kerja bawahannya dalam rangka melaksanakan dan mencapai sasaran dari rencana yang telah ditetapkan.
 - 5) Melaksanakan kegiatan pemasaran dana, jasa serta kredit dalam rangka memperluas pangsa pasar.
- b. *Admin*
- 1) Mencatat keluar masuknya uang dalam perusahaan.
 - 2) Pencatatan bukti penerimaan dan pengeluaran kas.
 - 3) Pengarsipan dan pendokumentasian bukti keuangan dengan benar selama periode tertentu.
 - 4) Melakukan audit dan pencocokan antara penerimaan dan pengeluaran sebelum tutup buku.
 - 5) Menguraikan sekaligus menganalisis keuangan perusahaan.
 - 6) Melakukan penggolongan dan pengelompokan keuangan berdasarkan pos.
- c. *Teller*
- 1) Mengatur dan bertanggung jawab atas dana kas yang tersedia.
 - 2) Memberikan pelayanan transaksi tunai.
 - 3) Bertanggung jawab atas kecocokan pencatatan transaksi dengan dana kas yang terjadi secara harian.
- d. *Marketing*
- 1) Bertanggung jawab dalam upaya menyalurkan dana bank dalam bentuk pembiayaan yang diberikan kepada masyarakat yang di nilai produktif.
 - 2) Melakukan analisa pembiayaan untuk menentukan layak tidaknya pengajuan pembiayaan dari masyarakat.

- 3) Bertanggung jawab atas kelancaran pengembalian dana yang telah disalurkan.
 - 4) Melakukan pengawasan dan pembinaan terhadap nasabah yang telah memperoleh fasilitas pembiayaan dari bank.
 - 5) Mencari nasabah potensial yang layak diberikan fasilitas pembiayaan.
 - 6) Melakukan penagihan terhadap nasabah yang telah memperoleh fasilitas pembiayaan dari bank.
 - 7) Mempromosikan berbagai produk untuk menarik minat nasabah dalam melakukan pembiayaan.
- e. *Office Boy*
- 1) Menjaga kebersihan kantor secara keseluruhan.
 - 2) Membantu penyimpanan arsip dokumen nasabah.
 - 3) Sewaktu-waktu apabila dibutuhkan, melakukan pengiriman (kurir) dokumen ke kantor cabang pembantu atau ke kantor lainnya.

1. Kegiatan BMT NU Sejahtera

Kegiatan yang dilakukan BMT NU Sejahtera adalah sebagai berikut:

a. Usaha

- 1) Menerima simpanan anggota dengan prinsip berbagi hasil (laba) berdasarkan syari'ah.
- 2) Memberi pembiayaan kegiatan usaha ekonomi (produktif).
- 3) Menerima titipan dan mengelola pemanfaatan zakat, infaq, shodaqoh menurut ketentuan syari'ah.

b. Non Usaha

- 1) Mendidik anggota untuk menyimpan/menabung dengan menyediakan pelayanan simpanan anggota.
- 2) Memberikan pembiayaan pengembangan usaha.
- 3) Membimbing anggota dalam perencanaan dan pengembangan usaha.

- 4) Membimbing anggota dalam pemanfaatan pembiayaan.
- 5) Menyediakan sarana produksi.
- 6) Memberikan latihan manajemen usaha maupun latihan teknis usaha.
- 7) Memberikan pembinaan rohani dan pengkajian keislaman bagi seluruh anggota.

c. Pengelolaan

- 1) Dikelola secara professional.
- 2) Mengutamakan jaminan usaha, sosial, lingkungan, tokoh masyarakat setempat dari pada jaminan uang atau harta benda.
- 3) Manajer BMT adalah lulusan D3 atau S1 yang telah dilatih secara intensif dalam hal konsepsi syari'ah dalam BMT, mekanisme kerja BMT, organisasi lingkungan BMT (dukungan peran serta modal lingkungan).

2. Produk-Produk KSPPS BMT NU Sejahtera Purwokerto

Adapun produk yang dimiliki oleh KSPPS ini adalah :

a. Penghimpunan Dana

- 1) Simpanan Wadiah merupakan titipan anggota yang menggunakan akad Wadi'ah Yad Dhamanah, dimana harus dijaga dan dikembalikan setiap saat anggota yang bersangkutan menghendaki. KSPPS bertanggungjawab atas pengembalian titipan tersebut. Dengan pembagian bonus setara 2,4% pertahun Untuk Nominal minimal Rp.10.000
- 2) Simpanan Umroh merupakan simpanan yang dipersiapkan untuk menunaikan ibadah umroh. Bonus setara 2,4% pertahun, dengan ketentuan sebagai berikut:
 - a) Setoran minimal Rp. 100.000,
 - b) Pengambilan setelah cukup untuk biaya umroh

- c) Fasilitas bagi jamaah berupa tas tenteng, bimbingan manasik dan souvenir, dengan biro perjalanan dari KBIH NU.
- 3) Simpanan Qurban / Aqiqoh merupakan simpanan sukarela yang dipersiapkan untuk melaksanakan ibadah qurban dengan menggunakan akad Wadiah Yad Dhamanah. Bonus setara 2,4% per tahun. Dengan ketentuan :
- a) Setoran awal Rp. 100.000,-
 - b) Pengambilan menjelang Idhul Adha atau keperluan aqiqah, apabila saldo simpanan telah cukup untuk membeli hewan qurban yang direncanakan.
- 4) Simpanan Pendidikan merupakan simpanan dengan menggunakan akad Wadiah Yad Dhamanah yang khusus diperuntukkan bagi siswa sekolah. Bonus setara 2,4% pertahun, dengan ketentuan:
- a) Setoran awal Rp. 10.000,-
 - b) Bila telah terkumpul Rp. 5.000.000,- atau lebih dan tidak diambil selama lima bulan akan mendapatkan tambahan bonus bagi pengelola di sekolah $0,1\% \times$ saldo terakhir setiap bulan dan beasiswa $0,5\% \times$ saldo terakhir setiap bulan.
 - c) Bila lebih dari 5 bulan, bonus tetap berlaku.
 - d) Simpanan digunakan untuk keperluan Tahun Ajaran Baru.
- 5) Simpanan Pelunasan Haji merupakan simpanan bagi calon haji yang sudah mendapatkan porsi untuk pelunasan BPIH. Ketentuannya sebagai berikut:
- a) Setoran minimal Rp. 1.000.000,- atau kelipatannya.
 - b) Nisbah (keuntungan) menyesuaikan simka (Simpanan Berjangka) umum
 - c) Bagi hasil dipergunakan untuk biaya manasik di KBIH NU. Bila sisa lebih akan dikembalikan kepada Anggota, bila

kurang maka Anggota dimohon untuk memberikan tambahan.

- d) Proses penyetoran pelunasan akan dibantu oleh KSPPS NU Sejahtera'
 - e) Syarat-syarat mengisi formulir dilampiri FC KTP, BPIH, dan Buku Tabungan Bank.
 - f) Dana simpanan tidak dapat diambil kecuali untuk pelunasan haji.
- 6) Simpanan Berjangka 1 Bulan merupakan simpanan yang menggunakan prinsip Mudharabah. Nisbah bagi hasil 60:40, dengan ketentuan sebagai berikut :
- a) Setoran minimal Rp. 1.000.000,-
 - b) Pengambilan setelah jatuh tempo, apabila diambil sebelum jatuh tempo maka dikenakan pinalti setara dengan 5%
 - c) Bagi hasil diberikan setiap bulan di rekening wadi'ah
- 7) Simpanan Berjangka 3 Bulan merupakan simpanan yang menggunakan prinsip Mudharabah. Nisbah bagi hasil 60:40. Ketentuan sebagai berikut :
- a) Setoran minimal Rp. 1.000.000,-
 - b) Pengambilan setelah jatuh tempo, apabila diambil sebelum jatuh tempo maka dikenakan pinalti setara dengan 5%
 - c) Bagi hasil diberikan setiap bulan di rekening wadi'ah
- 8) Simpanan Berjangka 6 Bulan merupakan simpanan yang menggunakan prinsip Mudharabah. Nisbah bagi hasil 60:40. Ketentuan sebagai berikut :
- a) Setoran minimal Rp. 1.000.000,-
 - b) Pengambilan setelah jatuh tempo, apabila diambil sebelum jatuh tempo maka dikenakan pinalti setara dengan 5%
 - c) Bagi hasil diberikan setiap bulan di rekening wadi'ah.

- 9) Simpanan Berjangka 12 Bulan merupakan simpanan yang menggunakan prinsip Mudharabah. Nisbah bagi hasil 60:40. Ketentuan sebagai berikut :
- Setoran minimal Rp. 1.000.000,-
 - Pengambilan setelah jatuh tempo, apabila diambil sebelum jatuh tempo maka dikenakan pinalti setara dengan 5%
 - Bagi hasil diberikan setiap bulan di rekening wadi'ah.
- 10) Simpanan Berjangka 24 Bulan merupakan simpanan yang menggunakan prinsip Mudharabah. Nisbah bagi hasil 60:40. Ketentuan sebagai berikut :
- Setoran minimal Rp. 1.000.000,-
 - Pengambilan setelah jatuh tempo, apabila diambil sebelum jatuh tempo maka dikenakan pinalti setara dengan 5%
 - Bagi hasil diberikan setiap bulan di rekening wadi'ah.
- 11) Simpanan Berjangka 36 Bulan merupakan simpanan yang menggunakan prinsip Mudharabah. Nisbah bagi hasil 60:40. Ketentuan sebagai berikut :
- Setoran minimal Rp. 1.000.000,-
 - Pengambilan setelah jatuh tempo, apabila diambil sebelum jatuh tempo maka dikenakan pinalti setara dengan 5%
 - Bagi hasil diberikan setiap bulan di rekening wadi'ah.
- b. Produk Penyaluran Dana
- 1) Pembiayaan Syariah Murabahah merupakan pembiayaan dengan sistem jual beli, KSPPS BMT NU Sejahtera Purwokerto membeli barang yang dibutuhkan Anggota, margin/batas keuntungan yang diambil KSPPS BMT NU Sejahtera Purwokerto ditentukan di awal dan disepakati oleh kedua belah pihak.
- Ketentuan :
- Mengisi formulir permohonan Anggota dan Pembiayaan
 - Melengkapi berkas persyaratan pembiayaan

- c) Menjadi Anggota mitra usaha
 - d) Membuka rekening setoran pokok
 - e) Bersedia menandatangani surat-surat terkait dengan pembiayaan
 - f) Bersedia membayar biaya yang dikeluarkan untuk proses pembiayaan.
- 2) Pembiayaan Syariah Mudhorobah merupakan pembiayaan dengan pola kerjasama antara dua pihak pertama, dimana pihak pertama menyediakan seluruh modal 100% (shohibul maal), sedangkan pihak lainnya sebagai pengelola usaha (mudhorib)
- Ketentuan :
- a) Mengisi formulir permohonan Anggota dan Pembiayaan
 - b) Melengkapi berkas persyaratan pembiayaan
 - c) Menjadi Anggota mitra usaha
 - d) Membuka rekening setoran pokok
 - e) Bersedia menandatangani surat-surat terkait dengan pembiayaan
 - f) Bersedia membayar biaya yang dikeluarkan untuk proses pembiayaan

B. Strategi pengembangan produk di KSPPS BMT NU Sejahtera Purwokerto untuk meningkatkan keunggulan bersaing

Kehadiran Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah sebagai salah satu lembaga keuangan mikro syariah cukup berperan dalam meningkatkan pemberdayaan ekonomi masyarakat menengah ke bawah dan para pelaku UMKM. Lembaga ini juga berperan dalam memberikan suatu pengetahuan atau pemahaman kepada para anggota mengenai sistem serta produk-produk yang digunakan dalam lembaga keuangan mikro syariah agar para anggota lebih mengetahui, meskipun sebagian besar dari mereka belum paham dengan ekonomi islam. Ada banyak sekali faktor yang mendorong minat masyarakat untuk memilih suatu lembaga keuangan. Penilaian

masyarakat tidak hanya terpaku pada masalah bunga, akan tetapi juga dipengaruhi oleh persoalan kualitas baik dari segi kualitas produk yang ditawarkan maupun kualitas pelayanan yang diberikan oleh lembaga keuangan tersebut. Semakin berkualitas produk yang dimiliki maka akan semakin sesuai dengan harapan nasabah dan kebutuhan nasabah akan produk tersebut akan terpenuhi. Dan tentu saja produk yang ditawarkan harus sesuai dengan prinsip-prinsip syariah dan terbebas dari unsur riba.

Setiap lembaga mempunyai strateginya masing-masing untuk dapat terus berkembang dan bersaing dengan lembaga keuangan lainnya. Hal ini juga dilakukan oleh KSPPS BMT NU Sejahtera dalam rangka meningkatkan keunggulan bersaing. Banyaknya variasi produk yang dimiliki oleh KSPPS BMT NU Sejahtera sangat memudahkan para anggotanya untuk melakukan simpanan dan pembiayaan sesuai dengan kebutuhan dan tujuan masing-masing. Selain itu produk yang ditawarkan memiliki karakteristik tersendiri, baik dari segi simpanan maupun pembiayaan yang membedakan dari produk pesaing. Semakin baik karakteristik produk yang ditampilkan oleh suatu produk diharapkan mampu menumbuhkan minat beli konsumen. (Herlina dkk, 2020)

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan dengan ibu Sarastiana Penitasari selaku manajer KSPPS BMT NU Sejahtera Purwokerto, sebagai kantor cabang dalam hal pengembangan produk untuk meningkatkan keunggulan bersaing BMT ini menggunakan strategi yang sama dengan kebijakan kantor pusat yaitu strategi imitasi dan strategi mutasi. (Wawancara 5 Juli 2021)

1. Strategi Imitasi

Suwailem (2006:105) menjelaskan dalam bukunya bahwa *“The first strategy is to have a conventional (but Islamically questionable) product as a reference, and then use Islamic contract to construct an equivalent product with almost identical properties”* (Lisdawami et al., 2017). strategi pertama yaitu dengan memiliki produk konvensional (namun yang secara syariah dipertanyakan) sebagai referensi, dan kemudian

menggunakan cara kerja syariah untuk membangun produk yang hampir sama sehingga disebut dengan strategi imitasi. Pada mulanya KSPPS BMT NU Sejahtera menerapkan strategi pengembangan produk dengan cara mengadopsi atau mengimitasi produk yang ada di lembaga keuangan konvensional kemudian dalam penerapannya disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah yang mengacu pada standar syariah (*shariah standards*) dan *shariah governance*, berpedoman pada standar internasional, pemenuhan integritas dan kualitas sumber daya manusia perbankan Islam, kesesuaian akad, dan tidak mendzalimi masyarakat sebagai konsumen sehingga menciptakan produk dengan karakteristik yang berbeda dengan pesaingnya. (Sukardi, 2012)

Strategi pengembangan produk imitasi yang diterapkan di KSPPS BMT NU Sejahtera yaitu pada produk penghimpunan dana dan penyaluran dana.

a. Penghimpunan dana

Dalam produk penghimpunan dana, strategi imitasi diterapkan pada produk simpanan wadiah dimana produk ini diadopsi atau diimitasi dari produk yang terdapat di lembaga keuangan konvensional seperti koperasi konvensional yaitu produk simpanan anggota. Produk simpanan atau tabungan ini sudah sangat familiar di kalangan masyarakat, meskipun tidak sesuai dengan syariah karena menggunakan sistem bunga yang mengandung unsur riba, sehingga produk ini tetap digunakan dengan nama yang berbeda yaitu simpanan wadiah dimana prinsip dan sistemnya tidak lagi menggunakan bunga tetapi dengan pemberian bonus.

Berbeda dengan produk tabungan konvensional, produk simpanan wadiah pada BMT ini merupakan simpanan anggota yang menggunakan akad Wadi'ah Yad Dhamanah, dimana harus dijaga dan BMT memiliki hak untuk mendayagunakan dana tersebut, namun harus dikembalikan kapanpun saat anggota yang bersangkutan menghendaki. Adapun untuk keunggulan produk ini

yaitu berupa imbalan bonus yang diberikan kepada penitip (muwadi') sebesar 2,4% pertahun dengan nominal penyetoran minimal Rp.10.000.

Selain simpanan wadiah, produk penghimpunan dana yang menggunakan strategi imitasi yaitu produk simpanan berjangka yang menggunakan akad mudharabah. Produk simpanan ini diimitasi dari produk tabungan deposito berjangka pada perbankan konvensional. Akan tetapi pada pelaksanaannya menggunakan prinsip syariah, yang mana menerapkan prinsip bagi hasil bukan bunga. Untuk meningkatkan daya saing dan memenuhi kebutuhan nasabah maka, simpanan berjangka ini dimodifikasi menjadi beberapa produk yang disesuaikan dengan jangka waktunya.

- 1) Simpanan Berjangka 1 Bulan merupakan simpanan yang menggunakan prinsip Mudharabah. Nisbah bagi hasil yang ditetapkan yaitu 60:40 dengan setoran minimal Rp. 1.000.000,-.
- 2) Simpanan Berjangka 3 Bulan merupakan simpanan yang menggunakan prinsip Mudharabah. Nisbah bagi hasil 60:40 dengan setoran minimal Rp. 1.000.000,-.
- 3) Simpanan Berjangka 6 Bulan merupakan simpanan yang menggunakan prinsip Mudharabah. Perbedaannya terletak pada besarnya nisbah bagi hasil yaitu 60:40 atau dengan setoran minimal Rp. 1.000.000,-.
- 4) Simpanan Berjangka 12 Bulan merupakan simpanan yang menggunakan prinsip Mudharabah. Nisbah bagi hasil yang ditetapkan yaitu 60:40 dengan setoran minimal Rp. 1.000.000,-.
- 5) Simpanan Berjangka 24 Bulan merupakan simpanan yang menggunakan prinsip Mudharabah. Nisbah bagi hasil yang ditetapkan yaitu 60:40
- 6) Simpanan Berjangka 36 Bulan merupakan simpanan yang menggunakan prinsip Mudharabah. Nisbah bagi hasil 60:40.

b. Penyaluran dana

Penerapan strategi imitasi pada produk penyaluran dana dengan cara mengimitasi produk yang ada pada perbankan konvensional yaitu produk kredit.

- 1) Pembiayaan Syariah Murabahah merupakan pembiayaan dengan sistem jual beli, KSPPS BMT NU Sejahtera Purwokerto membeli barang yang dibutuhkan Anggota, margin/batas keuntungan yang diambil KSPPS BMT NU Sejahtera Purwokerto ditentukan di awal dan disepakati oleh kedua belah pihak. Berbeda dengan produk yang ada di bank syariah, produk pembiayaan ini lebih menjangkau ke masyarakat menengah ke bawah dengan prosedur yang lebih memudahkan dan terbebas dari bunga.
- 2) Pembiayaan Syariah Mudhorobah merupakan pembiayaan dengan pola kerjasama antara dua pihak pertama, dimana pihak pertama menyediakan seluruh modal 100% (shohibul maal), sedangkan pihak lainnya sebagai pengelola usaha (mudhorib).

2. Strategi Mutasi

The second strategy is to start from acceptable Islamic products, and try different variations and modifications on them, and see how the resulting products could be used. Using the jargon of genetic algorithms (GA), existing product will be subjected to mutations and cross-over, then using a selection criterion based on degree of integration (Al-Suwailem, 2006:107). Strategi kedua yaitu strategi mutasi berasal dari produk syariah yang sudah diterima dimasyarakat kemudian dimodifikasi dengan menciptakan berbagai variasi produk baru yang sesuai dengan tujuan dan kebutuhan nasabah. Strategi ini digunakan untuk menciptakan produk unggulan yang dapat dengan mudah diterima oleh masyarakat.

Untuk dapat terus bertahan dan bersaing dengan lembaga keuangan lainnya, KSPPS BMT NU Sejahtera melakukan variasi pengembangan produk melalui strategi mutasi. Pengembangan sebuah produk dilakukan

dengan melihat peluang dan bagaimana kegunaan produk yang dihasilkan kemudian menggunakan kriteria seleksi berdasarkan tingkat integrasi. Pengembangan produk diharapkan mampu menjawab kebutuhan masyarakat dari berbagai kalangan dan kebutuhan, baik produktif maupun konsumtif. Keunggulan dari strategi ini bisa menghasilkan jumlah produk yang efektif dan tidak terbatas, mengingat bahwa titik awal produk sudah diterima dan sesuai syariah.

Dalam mengembangkan dan menambah variasi produk yang dimilikinya untuk memenuhi kebutuhan pasar dan meningkatkan keunggulan bersaing, KSPPS BMT NU Sejahtera Purwokerto memodifikasi dan menciptakan produk baru pada produk penghimpunan dana. Produk tersebut berupa :

- a. Simpanan Umroh merupakan simpanan yang dipersiapkan untuk menunaikan ibadah umroh. Produk ini menggunakan strategi mutasi yang secara prinsip merupakan pengembangan dari produk simpanan yang sudah ada yakni simpanan wadi'ah kemudian dimodifikasi dan disesuaikan dengan kebutuhan serta tujuan yaitu sebagai simpanan yang khusus dipersiapkan untuk menunaikan ibadah umroh yang dapat diambil ketika dana telah tercukupi. Karakteristik produk simpanan umroh ini adalah setoran yang rendah minimal Rp. 100.000, pembagian bonus setara dengan 2,4 % pertahun, pemberian fasilitas lain berupa tas tenteng, bimbingan manasik dan souvenir, serta dengan biro perjalanan dari KBIH NU.
- b. Simpanan Qurban / Aqiqoh merupakan simpanan sukarela yang dipersiapkan untuk melaksanakan ibadah qurban dengan menggunakan akad Wadiah Yad Dhamanah. Strategi pengembangan produk ini menggunakan strategi mutasi dimana produk ini dikembangkan dari produk simpanan wadiah yang kemudian dimodifikasi sesuai dengan kebutuhan yaitu untuk membeli hewan qurban ataupun keperluan aqiqah. Karakteristik yang dimiliki produk simpanan qurban/aqiqoh yaitu penyetoran dana dapat dilakukan

sewaktu-waktu dengan nominal setoran awal yaitu Rp. 100.000, pembagian bonus setara 2,4% per tahun. Sedangkan untuk pengambilan dapat dilakukan menjelang Idul Adha atau keperluan aqiqah, apabila saldo simpanan telah cukup untuk membeli hewan qurban yang direncanakan

- c. Simpanan Pendidikan merupakan simpanan dengan menggunakan akad Wadiah Yad Dhamanah. Oleh karena itu, produk ini disebut menggunakan strategi mutasi karena merupakan pengembangan dari produk yang sudah ada kemudian dimodifikasi dengan tujuan khusus yaitu diperuntukkan bagi siswa sekolah untuk memenuhi kebutuhannya memasuki tahun ajaran baru serta mengajarkan untuk gemar menabung. Melalui produk ini KSPPS BMT NU Sejahtera Purwokerto juga melakukan kerja sama dengan lembaga pendidikan untuk lebih memperluas pangsa pasar. Karena pada produk ini menawarkan beberapa keunggulan yaitu setoran awal hanya sebesar Rp. 10.000, apabila telah terkumpul Rp. 5.000.000,- atau lebih dan tidak diambil selama lima bulan akan mendapatkan tambahan bonus bagi pengelola di sekolah $0,1\% \times$ saldo terakhir setiap bulan dan beasiswa $0,5\% \times$ saldo terakhir setiap bulan serta pembagian bonus untuk nasabah setara 2,4% pertahun.
- d. Simpanan Pelunasan Haji merupakan simpanan bagi calon haji yang sudah mendapatkan porsi untuk pelunasan BPIH. Produk simpanan ini merupakan modifikasi dari produk yang telah ada yakni produk simpanan berjangka mudharabah sehingga disebut menggunakan strategi mutasi yang disesuaikan dengan tujuan produk yaitu simpanan untuk pelunasan bagi calon haji yang telah mendapatkan porsi. Karakteristik yang dimiliki produk ini yaitu penyetoran dilakukan minimal Rp. 1.000.000,- atau kelipatannya, bagi hasil dipergunakan untuk biaya manasik di KBIH NU. Apabila sisa lebih akan dikembalikan kepada Anggota, dan apabila kurang maka

Anggota dimohon untuk memberikan tambahan dan dana tidak dapat diambil kecuali untuk pelunasan haji.

- e. Simpanan Khusus Berhadiah merupakan produk unggulan yang melekat pada KSPPS BMT NU Sejahtera Purwokerto, uniknya dari produk ini menawarkan hadiah bagi para nasabah tanpa melalui proses undian. Hadiah tersebut diberikan di awal sesuai dengan keinginan nasabah atau anggota, sesuai dengan nominal simpanan dan jangka waktu. Produk ini menjadi ciri khas yang tidak dimiliki lembaga keuangan sejenis khususnya di wilayah Banyumas.

C. Strategi yang dilakukan untuk menarik minat calon nasabah terhadap KSPPS BMT NU Sejahtera Purwokerto

Ditengah persaingan yang ketat dengan lembaga keuangan konvensional maupun lembaga keuangan syariah lainnya, KSPPS BMT NU selalu berusaha untuk mempertahankan dan mengembangkan usahanya. Untuk mencapai keunggulan bersaing yaitu posisi yang lebih unggul dibandingkan dengan kompetitor, Manajemen perlu memahami pola persaingan yang ada serta posisi perusahaan agar dapat mengidentifikasi keunggulan apa saja yang dimiliki perusahaan dan akan terus dikembangkan. Menurut Hendri Herman (2018) Keunggulan bersaing merupakan perkembangan dari nilai yang mampu diciptakan perusahaan untuk pembelinya. Berdasarkan definisi di atas, maka keunggulan bersaing tidak dapat dipahami dengan memandang perusahaan sebagai suatu keseluruhan. Keunggulan bersaing berasal dari banyak aktivitas berlainan yang dilakukan perusahaan dalam mendesain, memproduksi, memasarkan, menyerahkan, mendukung produknya (Dirgantoro, 2010)

Tidak hanya melalui pengembangan produk saja, ada banyak faktor yang mempengaruhi keunggulan bersaing. Manajemen LKMS harus bisa mengikuti perkembangan teknologi yang ada di lingkungannya sehingga tidak ketinggalan zaman yang menyebabkan berkurangnya minat nasabah untuk bergabung. Cara yang ditempuh oleh BMT ini salah satunya dengan melakukan strategi pemasaran agar dapat menumbuhkan ketertarikan untuk

bergabung dengan lembaga ini. Strategi pemasaran dalam meningkatkan keunggulan bersaing yaitu suatu usaha yang dilakukan oleh perusahaan dalam menyalurkan dan memasarkan produk atau jasa yang dimiliki secara efektif dan efisien dibandingkan dengan produk dan jasa yang dimiliki pesaing.

Menurut Ibu Sarastina Penitasari, strategi yang dilakukan oleh KSPPS BMT NU Sejahtera Purwokerto untuk menarik minat nasabah yaitu melalui strategi pemasaran Marketing Mix. Marketing mix (bauran pemasaran) adalah kumpulan alat pemasaran taktis terkendali yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkannya di pasar sasaran. Strategi pemasaran berfokus untuk menarik pelanggan, mendapatkan mereka untuk membeli, dan memastikan mereka cukup senang dengan pembelian mereka, dan mengupayakan agar mereka datang kembali untuk kembali bertransaksi.

1. *Product* (Produk)

Produk secara umum di artikan sebagai sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Artinya apapun wujudnya, selama itu dapat memenuhi keinginan pelanggan dan kebutuhan kita katakan sebagai produk. Philip kotler mendefinisikan produk sebagai sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan. (Mardiyanto, 2021)

Upaya yang dilakukan oleh KSPPS BMT NU Sejahtera dari segi produk yaitu dengan terus melakukan pengembangan dan meningkatkan kualitas produk yang dimiliki. Lembaga ini berupaya menciptakan produk unggulan yang memiliki karakteristik tersendiri, sehingga mampu memenuhi kebutuhan masyarakat serta selera pasar yang dapat menarik minat masyarakat. KSPPS BMT Nusa Ummat Sejahtera memiliki pengaruh yang sangat signifikan dalam pemberian modal usaha melalui penghimpun dana masyarakat dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat. Dimana perkembangan ini mencakup produk pelayanan yang diberikan kepada anggota dengan bertujuan meningkatkan taraf

ekonomi masyarakat yang khususnya anggota yang melakoni usaha baik yang sedang menjalankan ataupun sedang merintis.

- a. Dalam segi simpanan, KSPPS ini menerima simpanan anggota dengan prinsip bagi hasil (laba) berdasarkan syari'ah. Produk yang dimiliki berupa simpanan wadiah yang dikembangkan dan dimodifikasi menjadi beberapa produk seperti simpanan umroh, simpanan qurban/aqiqoh, dan simpanan pendidikan. Pada produk dengan akad mudharabah yaitu simpanan berjangka dan simpanan pelunasan haji. KSPPS BMT NU Sejahtera Purwokerto juga memiliki produk unggulan yaitu produk simpanan khusus berhadiah yang tidak dimiliki oleh lembaga keuangan sejenis khususnya di wilayah Banyumas.
- b. Dalam segi pembiayaan dengan memberi pembiayaan kegiatan usaha ekonomi (produktif). Bentuk peran KSPPS BMT NU Sejahtera Purwokerto dalam hal pembiayaan yaitu adanya penyaluran modal yang efektif dan melakukan pendampingan usaha kepada para pelaku UMKM untuk meningkatkan dan mengembangkan usaha yang dikelolanya.

2. *Price* (Harga)

Keputusan bauran harga berkenaan dengan kebijakan strategis dan taktis, seperti tingkat harga, struktur diskon, cara pembayaran dan tingkat diskriminasi harga diantara berbagai kelompok pelanggan. Menurut Ibu Sarastina selaku Manajer KSPPS BMT NU Sejahtera, dalam segi simpanan, bagi hasil yang ditetapkan cukup tinggi terutama pada produk simpanan berjangka dengan nisbah yaitu 60:40. Untuk biaya administrasi sendiri hanya menetapkan sebesar Rp. 500. Pihak KSPPS memberikan transparansi mengenai margin dan pinalti yang diberikan ketika nasabah hendak menarik dananya sebelum jatuh tempo dan mengembalikan dana tersebut pada saat jatuh tempo sehingga memberikan keyakinan atas keamanan dalam menanamkan dana pada produk simpanan berjangka.

Sedangkan dalam segi pembiayaan KSPPS ini memberikan margin yang cukup rendah. Selain itu dalam mengatasi resiko pembiayaan bermasalah yang terjadi KSPPS ini menerapkan prinsip kekeluargaan sehingga ketika terjadi pembiayaan bermasalah berupaya mencari solusi terbaik dengan cara seperti memperpanjang jangka waktu pembiayaan agar dapat meringankan beban nasabah atau melakukan penundaan pembayaran margin sampai waktu tertentu dengan tetap membayar pokok pinjaman.

3. *Promotion* (Promosi)

Promosi adalah pemilihan bauran promosi yang terdiri dari: periklanan, penjualan perorangan, promosi penjualan dan hubungan masyarakat. Salah satu tujuan promosi yaitu memberikan segala jenis informasi produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru. Promosi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan produk di lembaga keuangan syariah (Andespa,2017). Promosi dapat dilakukan baik secara langsung maupun tidak langsung.

Untuk saat ini strategi promosi yang paling efektif dilakukan oleh KSPPS BMT NU Sejahtera yaitu promosi dari mulut ke mulut. Menurut Kotler (1997) *Word of Mouth* (WOM) artinya komunikasi dari mulut ke mulut, maksudnya proses komunikasi yang berupa pemberian rekomendasi baik secara individu maupun kelompok terhadap suatu produk atau jasa yang bertujuan untuk memberikan informasi. Komunikasi dari mulut ke mulut merupakan salah satu saluran komunikasi yang sering digunakan oleh perusahaan yang menghasilkan suatu produk baik barang maupun jasa, sehingga strategi ini dinilai sangat efektif dalam memperlancar proses marketing dan mampu memberikan keuntungan bagi perusahaan. (Nurlatifah *et al.*, 2017)

Dilihat dari aspek kemanfaatan *Word of Mouth* seperti telah dikemukakan oleh Kotler (1997) berpendapat bahwa ada dua manfaat yang diperoleh dari komunikasi dari *Word of Mouth* (mulut ke mulut),

yaitu: (a) Komunikasi dari mulut ke mulut bersifat lebih meyakinkan. Kata-kata yang keluar dari mulut merupakan satu-satunya promosi yang berasal dari konsumen oleh konsumen dan untuk konsumen; (b) Komunikasi dari mulut ke mulut tidak memerlukan biaya yang mahal. Selain manfaat juga *Word of Mouth* merupakan strategi marketing yang dapat digunakan dalam memasarkan produk.

Strategi ini diawali dengan penerapan sistem “jemput bola” dimana pihak BMT melakukan pendekatan dan bersosialisasi secara langsung kepada masyarakat seperti mendatangi lokasi pasar, kawasan pertokoan maupun rumah-rumah warga untuk menjelaskan produk yang dimiliki. Strategi ini dianggap efektif digunakan karena pihak BMT terjun langsung ke masyarakat sehingga lebih mudah untuk menganalisis kondisi pasar sesungguhnya. Dari analisis tersebut dapat diketahui apa yang dibutuhkan dan diinginkan untuk dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang yang dimiliki KSPPS BMT NU Sejahtera Purwokerto

Pihak BMT juga selalu berupaya memberikan pelayanan yang terbaik sehingga para nasabah merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan. Adanya kepuasan nasabah tersebut akan memberikan citra yang baik di kalangan masyarakat, sehingga para nasabah akan merekomendasikan kepada masyarakat yang lain untuk bergabung dengan KSPPS BMT NU Sejahtera Purwokerto. Untuk memperluas pangsa pasarnya pihak KSPPS melakukan promosi melalui media sosial serta menjalin kerja sama dengan berbagai lembaga seperti lembaga pendidikan, LAZIZNU, dan lembaga lainnya.

Dalam pemasaran produknya KSPPS BMT NU Purwokerto juga memberikan penawaran untuk produk tertentu dan pada momentum tertentu, seperti memberikan hadiah pada saat pembukaan rekening simpanan berjangka, atau untuk nominal tertentu contohnya diatas 100 juta.

4. *Place* (Tempat)

Penentuan lokasi merupakan keputusan atas dasar saluran distribusi, dalam hal ini berhubungan dengan bagaimana cara penyampaian jasa kepada nasabah dan dimana lokasi yang strategis. Lokasi yang tidak strategis tentunya akan mengurangi minat nasabah. Strategi yang dilakukan oleh KSPPS BMT NU Sejahtera Purwokerto yaitu :

- a. KSPPS BMT NU Sejahtera memiliki lokasi yang cukup strategis karena berada di wilayah yang dekat dengan pusat kota dan dikelilingi oleh UMKM. Sehingga akan lebih memudahkan pihak KSPPS dalam mempromosikan produk-produknya.
- b. KSPPS BMT NU Sejahtera Purwokerto memiliki kondisi kantor yang cukup memadai, mudah diakses menggunakan kendaraan pribadi maupun transportasi umum, menyediakan fasilitas-fasilitas yang memberikan kenyamanan bagi nasabahnya.
- c. Pada masa pandemi seperti saat ini, KSPPS BMT NU Sejahtera juga menerapkan protokol kesehatan seperti penyediaan *hand sanitizer*, mewajibkan penggunaan masker untuk semua karyawan dan nasabah yang datang ke kantor, serta memberikan penanda pada tempat duduk untuk berjaga jarak.

5. *People* (Orang)

Produk yang bagus tidak terlepas dari peran sumber daya manusia yang memadai dalam mengelolanya. Citra produk dapat rusak apabila suatu produk tersebut dikelola oleh sumber daya manusia yang salah ataupun tidak kompeten. Maka dari itu perusahaan memerlukan orang yang cocok dan ahli dibidangnya. (Batubara *et al.*, 2021)

Dalam hubungannya dengan pemasaran jasa, maka *people* yang berfungsi sebagai *service provider* (penyedia layanan) sangat mempengaruhi kualitas jasa yang diberikan. Beberapa strategi yang diterapkan yaitu :

- a. Sumber daya manusia yang dimiliki oleh KSPPS BMT NU Sejahtera Purwokerto merupakan staf-staf terpilih yang kompeten pada

bidangnya. Manajer KSPPS ini adalah lulusan D3 atau S1 yang telah dilatih secara intensif dalam hal konsepsi syari'ah dalam BMT, mekanisme kerja BMT, organisasi lingkungan BMT (dukungan peran serta modal lingkungan).

Tabel 4.1 Karyawan KSPPS BMT NU Sejahtera Purwokerto

NO	NAMA	JABATAN	PENDIDIKAN
1.	Sarastiana Penitasari	Manager	Sarjana
2.	Kiki Yuliana	Admin	Diploma
3.	Mutiara Isya Nur Ubay	Teller	Diploma
4.	Ardi	Marketing	Diploma
5.	Ali Nurohman	Marketing	Diploma
6.	Agustiana	Marketing	SMA
7.	Gandha Yulianto	Office Boy	SMP

- b. Mengikuti pelatihan karyawan yang diadakan di kantor pusat untuk dapat terus meningkatkan kompetensi yang dimiliki. Jenis pelatihan yang dilakukan oleh kantor pusat disesuaikan dengan jabatan dan tanggung jawab masing-masing karyawan dari seluruh cabang. Untuk pelatihan dilakukan minimal dua kali dalam satu tahun dan sifatnya wajib diikuti bagi manager kantor cabang maupun bagi karyawan. Apabila tidak mengikuti pelatihan tanpa keterangan akan dikenakan *punishment* atau hukuman berupa denda sebesar nominal yang telah disepakati.

Gambar 4.2 Pelatihan untuk karyawan KSPPS BMT NU Sejahtera



c. Menerapkan Standar Operasional Prosedur (SOP) dan penerapan budaya kerja yang dapat menciptakan karyawan tertib dalam menaati peraturan. Standar operasional prosedur yang dibentuk oleh KSPPS BMT Nusa Ummat Sejahtera Purwokerto antara lain:

- 1) Absensi harus tepat waktu. Jika tidak tepat waktu dikenai sanksi pemotongan uang makan dan transport.
- 2) Boleh mengambil cuti sebanyak 12 kali dalam setahun.
- 3) Berhalangan hadir harus disertai alasan yang jelas dan bukti Surat Keterangan Dokter apabila sakit. Jika tidak ada izin yang jelas dikenai sanksi potong gaji sebesar Rp. 300.000.-
- 4) Menggunakan seragam
- 5) Selalu menggunakan ID Card
- 6) Jam operasional kerja mulai hari Senin sampai Jumat pukul 08:00 sampai 16:30 WIB

Selain itu, KSPPS BMT NU Sejahtera Purwokerto juga memberikan penilaian kinerja terhadap karyawan menggunakan metode penilaian *grading* atau penggolongan mutu. Penilaian ini dilakukan oleh Manajer KSPPS BMT NU Sejahtera Purwokerto setiap satu tahun sekali pada bulan Desember, kemudian hasil penilaian tersebut

dikirim ke kantor Pusat. Tolak ukur yang digunakan dalam penilaian kinerja karyawan yaitu sebagai berikut :

Tabel 4.2 Tolak Ukur Penilaian Kinerja Karyawan KSPPS BMT NU Sejahtera

No.	Faktor Penilaian
1.	Kedisiplinan : Menjalankan Standar Operasional Prosedur
2.	Kejujuran : Tingkat kejujuran Karyawan dalam bekerja
3.	Prestasi : Hasil yang telah dicapai Karyawan
4.	Tanggung Jawab : Seberapa besar tanggung jawab karyawan terhadap BMT dan pekerjaannya
5.	Kesetiaan : Seberapa besar kesetiaan Karyawan terhadap BMT
6.	Kerjasama : Seberapa besar tingkat kerjasama antar Karyawan
7.	Kepemimpinan : Rasa kepemimpinan Karyawan terhadap Pekerjaan
8.	Orientasi target : Kemampuan Karyawan dalam mencapai target
9.	Pemahaman produk : Kemampuan Karyawan dalam memahami produk yang dimiliki BMT

Untuk tingkat penilaian dapat disebutkan dengan angka sebagai berikut :

- 1) Nilai > 90 : Baik sekali (*excellent*), yaitu apabila pencapaian hasil dari unsur yang dinilai dipandang jauh melebihi dari yang diharapkan.
- 2) Nilai 76-90 : Baik (*above average*), yaitu apabila pencapaian hasil dari unsur yang dinilai dipandang masih lebih besar tinggi dari yang diharapkan.
- 3) Nilai 61-75 : Cukup (*average*), yaitu apabila pencapaian hasil dari unsur yang dinilai dipandang memenuhi dari yang diharapkan.
- 4) Nilai < 60 : Kurang (*below average*) yaitu apabila pencapaian hasil dari unsur yang dinilai dipandang tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan yang diharapkan.

6. *Process* (Proses)

Proses merupakan gabungan semua aktivitas, yang umumnya terdiri dari prosedur, jadwal pekerjaan, mekanisme, aktivitas dan hal-hal rutin, dimana jasa dihasilkan dan disampaikan kepada konsumen.

a. Pelayanan yang baik

Berbicara mengenai kualitas pelayanan, ukurannya bukan hanya ditentukan oleh pihak yang melayani saja, akan tetapi hal tersebut juga ditentukan oleh pihak yang dilayani, karena merekalah yang menikmati layanan yang diberikan sehingga dapat mengukur kualitas pelayanan berdasarkan harapan-harapan mereka dalam memenuhi kepuasannya. Standar kepuasan konsumen sebenarnya sangat relatif ukurannya, khususnya untuk anggota dari institusi keuangan mikro. Kualitas pelayanan tergantung kepada perlakuan masing-masing institusi kepada anggotanya. KSPPS BMT NU Sejahtera Purwokerto selalu berupaya memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabah tanpa membedakan latar belakang nasabah tersebut. Semua nasabah dilayani secara baik dan profesional oleh pihak KSPPS BMT NU Sejahtera Purwokerto. Penerapan pelayanan yang dilakukan pada KSPPS BMT NU Sejahtera Purwokerto yaitu :

- 1) Menyapa dan memberikan salam kepada nasabah yang datang
- 2) Memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap agar nasabah tidak terlalu lama menunggu.
- 3) Menjelaskan prosedur dan program yang dimiliki dengan bahasa yang mudah dipahami serta informatif.
- 4) Menyelesaikan transaksi dengan baik dan tepat waktu.

Menurut salah satu nasabah Bu Umi mengenai pelayanan yang diberikan oleh KSPPS BMT NU Sejahtera Purwokerto bahwa :

Pelayanan yang diberikan cukup baik mba, karyawannya juga ramah, ketika memproses transaksi juga tidak terlalu lama untuk menunggu. Untuk informasi yang disampaikan juga cukup mudah dipahami, apabila ada yang tidak dipahami maka

akan dijelaskan oleh karyawan tersebut. Jadi menurut saya untuk segi pelayanan yang diberikan sudah cukup memuaskan.
(Wawancara, 23 Oktober 2021)

b. Prosedur yang praktis

Prosedur merupakan serangkaian tahap yang harus dilalui untuk mencapai sebuah target. Semua prosedur yang diterapkan harus sesuai dengan prinsip syariah. KSPPS BMT NU Sejahtera Purwokerto menerapkan prosedur yang sederhana, cepat dan mudah dipahami. Hal ini sangat membantu bagi masyarakat terutama pengusaha menengah ke bawah yang akan mengajukan pembiayaan, karena pada umumnya prosedur yang diterapkan pada bank lebih rumit dan panjang. Sehingga dengan adanya BMT ini dapat memudahkan masyarakat dan menjauhkan dari praktik riba.

Menurut wawancara yang dilakukan peneliti terhadap nasabah pembiayaan yaitu Bapak Sugiarto mengatakan bahwa :

Usaha yang saya miliki ini kan usaha kecil ya mba berupa warung sembako, jadi ketika saya mengajukan pembiayaan pada BMT ini untuk prosedurnya sangat memudahkan. Apalagi kan kalo warung kecil tidak memiliki administrasi yang lengkap. Maka dari pihak BMT juga akan membantu untuk memenuhi administrasi persyaratanya. (Wawancara 23 Oktober 2021)

c. Sistem bagi hasil yang menguntungkan

Pembiayaan yang diberikan oleh KSPPS BMT NU Sejahtera menganut prinsip *win-win solution*. Dimana keuntungan yang dibagikan akan semakin besar sesuai dengan peningkatan keuntungan anggota tersebut. Contohnya pada pembiayaan mudharabah, yang menerapkan sistem bagi hasil dan kerugian (profit and loss sharing) sesuai dengan kesepakatan bersama. Dengan hal ini pihak yang memberikan pembiayaan menanggung 100% dana pembiayaan yang diajukan/diusulkan oleh pengusaha (debitur) dalam bentuk pengadaan barang modal. Jika terdapat keuntungan maka

akan dibagi bersama. Jika terjadi kerugian maka institusi keuangan mikro syariah akan menarik kembali barang modal tadi, kecuali kalau kerugian tersebut terjadi karena kecerobohan atau kelalaian pihak pengusaha, maka bisa ditempuh tindakan lain. Pada prinsipnya pembiayaan yang diberikan tidak membebani anggota.

7. *Customer service* (Layanan Konsumen)

Kepuasan nasabah menjadi salah satu poin penting yang dapat membangun citra lembaga di kalangan masyarakat. Pada pemasaran jasa yang lebih dilihat sebagai hasil dari kegiatan distribusi dan logistik, dimana pelayanan diberikan kepada konsumen untuk mencapai kepuasan. Layanan konsumen meliputi aktivitas untuk memberikan kegunaan waktu dan tempat termasuk pelayanan bertransaksi akan turut mempengaruhi kegiatan transaksi dan setelah transaksi, karena itu kegiatan pendahuluannya harus sebaik mungkin sehingga konsumen memberikan respon yang positif yang menunjukkan loyalitas yang tinggi.

Pada hal ini KSPPS BMT NU Sejahtera Purwokerto senantiasa menjalin hubungan dan komunikasi yang baik dengan para nasabahnya, menerima kritik dan saran yang dapat meningkatkan kinerja, dan berupaya memberikan solusi terbaik untuk setiap hambatan yang terjadi. Salah satu contohnya dimana pihak KSPPS menyediakan petugas pendamping keliling yang akan melakukan kunjungan anggota untuk memberikan bimbingan dan konsultasi usaha pada nasabah pembiayaan. (Darmawan, 2021)

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang dilakukan oleh penulis mengenai strategi pengembangan produk lembaga keuangan mikro syariah dalam meningkatkan keunggulan bersaing pada KSPPS BMT NU Sejahtera Purwokerto, dapat disimpulkan bahwa :

1. Strategi pengembangan produk yang digunakan oleh KSPPS BMT NU Sejahtera Purwokerto dalam meningkatkan keunggulan bersaing yaitu melalui strategi imitasi dan mutasi. Dimana strategi imitasi sendiri merupakan strategi yang dilakukan dengan cara mengadopsi atau meniru produk yang ada di lembaga keuangan konvensional kemudian dalam penerapannya disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah sehingga menciptakan karakteristik produk yang berbeda untuk meningkatkan daya saing pada lembaga ini. Sedangkan strategi mutasi yaitu berasal dari produk syariah yang sudah diterima dimasyarakat kemudian dimodifikasi dengan menciptakan berbagai variasi produk baru yang sesuai dengan tujuan dan kebutuhan nasabah.
2. Dalam menarik minat calon nasabah yang dilakukan oleh KSPPS BMT NU Sejahtera yaitu melalui strategi pemasaran marketing mix dengan terus berupaya meningkatkan kualitas baik dari segi produk, pelayanan, promosi, harga, sumber daya manusia, dan menjalin komunikasi yang baik dengan nasabahnya.

B. Saran

1. Bagi pihak KSPPS BMT NU Sejahtera Purwokerto diharapkan dapat menciptakan produk baru yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah agar lebih meningkatkan daya saing terhadap lembaga keuangan lainnya serta terus meningkatkan kualitas baik dari segi jasa maupun produknya.

2. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat dilanjutkan dengan objek sudut pandang yang berbeda agar lebih memperkaya kajian atau literatur mengenai lembaga keuangan mikro syariah.



DAFTAR PUSTAKA

- Aprilyani, Rahma, Apri Budianto dan Nina Herlina. 2020. "Pengaruh Karakteristik Produk dan Kebijakan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen". *Business Management and Entrepreneurship Journal*, Vol. 2, No. 2
- Apriyanti, Heni Werdi. 2018. "Model Inovasi Produk Perbankan Syariah di Indonesia". *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 9, No. 1.
- Bakhri, Saiful. 2017. "Metafora Produk-Produk Lembaga Keuangan Mikro Syariah", dalam *Jurnal Studi Pendidikan Islami*, Vol. 4, No. 01.
- Dirgantoro, C. (2010). *Manajemen Strategik Konsep, Kasus, dan Implementasi*. Jakarta: Grasindo.
- Gemina, Dwi. 2011. "Strategi Pengembangan Produk Bank Syariah Di Indonesia", dalam *Jurnal Sosial Humaniora*, Vol. 2, No. 1.
- Hasib, F.F. 2018. "Analisis Strategi Pengembangan BMT : Studi Kasus Pada BMT Manfaat, Surabaya Jawa Timur. *Jurnal Syarikah*, Vol. 4, No.2.
- Herman, Hendri. 2018. Strategi Meningkatkan Keunggulan Bersaing Melalui Kualitas Pelayanan. *Jurnal Akuntansi Bareleng*, Vol. 3, No. 1.
- Darmawan, Khairy Ahmad. 2021. "Optimalisasi Peran BMT Nusa Ummat Sejahtera Purwokerto Guna Meningkatkan Pemberdayaan Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Purwokerto". *Skripsi*. Purwokerto : UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo.
- Lenggogeni, Laylani dan Augusty Tae Ferdinand. 2016. "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keunggulan Bersaing Dalam Upaya Meningkatkan Keputusan Pembelian". *Diponegoro Journal of Management*, Vol. 5, No. 3.
- Lisdawami, Indi Masita dan Imron Mawardi. 2017. "Pengembangan Produk Funding KSPPS BMT Amanah Ummah Jawa Timur". *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, Vol. 4, No. 11.
- Mardiyanto, Eko. 2021. "Implementasi Marketing Mix Dalam Pemasaran Perbankan Syariah". *Jurnal Pemikiran dan Penelitian Ekonomi Islam*, Vol. 9, No. 1.

- Mayasari, Auria Eka dan Reni Oktavia. 2019. "Pengembangan Produk Lembaga Keuangan Mikro Syariah yang Ideal". *Jurnal Ekonomi Islam*.
- Mukhlisin, Akhmad dan Aan Suhendri. 2018. "Strategi Pengembangan Produk Bank Syariah di Indonesia". *Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 3, No. 2.
- Norman A. Hart dan Jhon staplenton. 2005. *Kamus Marketing, Cet. ke-2*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Nugrahani, Farida. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*. Surakarta.
- Nurlatifah, Syifa Zakia dan R. Masykur. 2017. "Pengaruh Strategi Pemasaran Word Of Mouth (WOM) dan Produk Pembiayaan Syariah Terhadap Minat dan Keputusan Menjadi Anggota (Nasabah) Pada Baitul Tamwil Muhammadiyah (BTM) Kota Bandar Lampung". *Jurnal Manajemen Indonesia*, Vol. 17, No. 3.
- Paramita, Metti. 2017. "Analisis Sistem Pengembangan Sumber Daya Manusia di Lembaga Keuangan Mikro Syariah". *Jurnal Syarikah 3 (2)*: 343 - 357.
- Prasanti, Ditha. 2018. "Penggunaan Media Komunikasi Bagi Remaja Perempuan Dalam Pencarian Informasi Kesehatan". *Jurnal Lontar*, Vol. 6, No.1.
- Pratiwi, Nicki. 2019. "Strategi Bank Syariah Dalam Menghadapi Pengembangan Produk Gadai Emas". *Jurnal Nisbah*, Vol. 5, No.1.
- Rusydiana, Aam S dan Abrista Devi. 2013. "Mengurai Masalah dan Solusi Pengembangan Lembaga Keuangan Mikro Syariah di Indonesia : Pendekatan Metode BOCR ANP". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 3, No.1.
- Rusydiana, Aam S dan Irman Firmansyah. 2018. "Strategi Pengembangan Lembaga Keuangan Mikro Syariah Di Indonesia : Pendekatan Matriks IFAS dan EFAS". *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 9, No. 1.
- Sapudin, Ahmad, dkk. 2017. "Strategi Pengembangan Lembaga Keuangan Mikro Syariah (Studi Kasus pada BMT Tawfin Jakarta)". *Jurnal Jurnal Al-Muzara'ah*, Vol.5, No.1.
- Sari, Lina Karlinda, dkk. 2018. "Strategi Pengembangan Produk Guna Meningkatkan Penjualan". *Jurnal Ilmu Administrasi Niaga*, Vol. 7, No. 3.
- Simamora, Henry. 2000. *Manajemen Pemasaran Internasional*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sondang P. Siagian. 2007. *Manajemen Strategik*. Jakarta: PT Bumi Aksara

Sudjana, Krisna dan Rizkison. 2020. "Peran Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) dalam Mewujudkan Ekonomi Syariah yang Kompetitif". *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 6, No. 2.

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kualitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sukardi, Budi. 2012. "Kepatuhan Syariah (Shariah Compliance) dan Inovasi Produk Bank Syariah di Indonesia." *AKADEMIKA: Jurnal Pemikiran Islam*, Vol. 17, No. 2.

Suminto, Hari . 2002. *Pemasaran Blak-blakan*. Batam: Inter Aksara.

Tjiptono, Fandy . 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : CV. Andi Offset.

Yozika, Ferlangga Al dan Nurul Khalifah. 2017. "Pengembangan Inovasi Produk Keuangan dan Perbankan Syariah Dalam Mempertahankan dan Meningkatkan Kepuasan Nasabah". *Jurnal Edunomika*, Vol. 1, No. 2.

Zahriya, Atika Firda dan Jaka Isgiyarta. 2019. "Analisis Kinerja Keuangan Syariah Dalam Penilaian Kesehatan Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Jawa Tengah". *Diponegoro Journal of Accounting*, Vo. 8, No. 1.

Zulkifli. 2019. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bergabung Di BMT Mutiara Sakinah Pekanbaru". *Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, Vol. 2, Nomor 2.

<https://kspps nus.com/> diakses pada tanggal 5 Februari 2021 pada pukul 11.30

<http://koperasisyariahmitraiman.com/> diakses pada tanggal 24 Oktober 2021 pada pukul 10.11

<http://danamentaripurwokerto.blogspot.com/> diakses pada tanggal 24 Oktober 2021 pada pukul 10.45

<https://www.tam-syariah.com/> diakses pada tanggal 24 Oktober 2021 pada pukul 10.55

<https://www.tamzis.id/> diakses pada tanggal 24 Oktober 2021 pada pukul 11.15

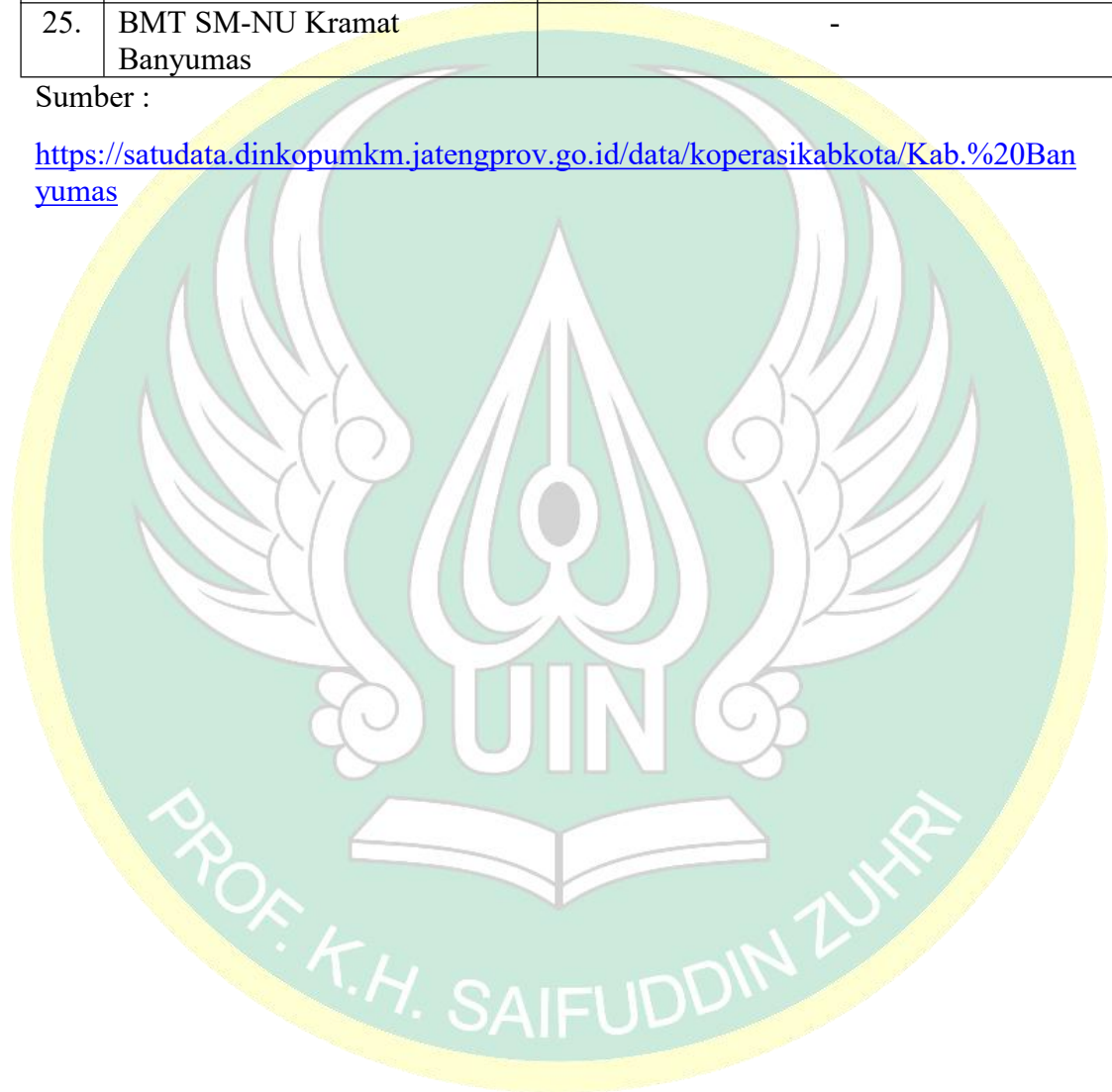
**Lampiran 1 : Data Lembaga Keuangan Mikro Syariah Di Wilayah
Banyumas**

NO.	LEMBAGA KEUANGAN MIKRO SYARIAH	Website
1.	KSPPS Satria Makmur Sejahtera	-
2.	KSPPS Berkah El Hikmah	-
3.	KSPPS Khomsa Ta Mubarak	-
4.	KSPPS BMT Buana Mas	-
5.	KSPPS Bangun Muamalah Bersama Multazam Barokah	-
6.	KSPPS Bangun Muamalah Bersama Multazam	-
7.	Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah BMT Amanah Indonesia	-
8.	Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah BMT Surya Mandiri	-
9.	Koperasi Simpan Pinjam Dan Pembiayaan Syariah Mitra Insan Mandiri	http://koperasisyariahmitraiman.com/
10.	Koperasi Simpan Pinjam Dan Pembiayaan Syariah Swadesi Berkah Sejahtera	-
11.	Koperasi Simpan Pinjam Dan Pembiayaan Syariah Zam-Zam Barokah Muhammadiyah	-
12.	Koperasi Simpan Pinjam Dan Pembiayaan Syariah Bina Muamalah Terpercaya Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto	-
13.	Koperasi Jasa Keuangan Syariah Al-Amin	-
14.	KJKS Dana Mentari Muhammadiyah	http://danamentaripurwokerto.blogspot.com/
15.	KJKS Maju Makmur	-
16.	KJKS Barokah	-
17.	KJKS BTM Sumbang	-
18.	KJKS Dana Mentari Sokaraja	-
19.	KJKS Berkah Mandiri	-
20.	KJKS BMTEI Mentari	-

21.	Koperasi LKM Syariah Baituttamwil Muhammadiyah Banyumas	-
22.	KSPPS BMT NU Sejahtera Purwokerto	
23.	KSPPS Tunas Artha Mandiri Purwokerto	https://www.tam-syariah.com/
24.	KSPPS Bina Tamsiz Utama	https://www.tamzis.id/
25.	BMT SM-NU Kramat Banyumas	-

Sumber :

<https://satudata.dinkopumkm.jatengprov.go.id/data/koperasikabkota/Kab.%20Banyumas>

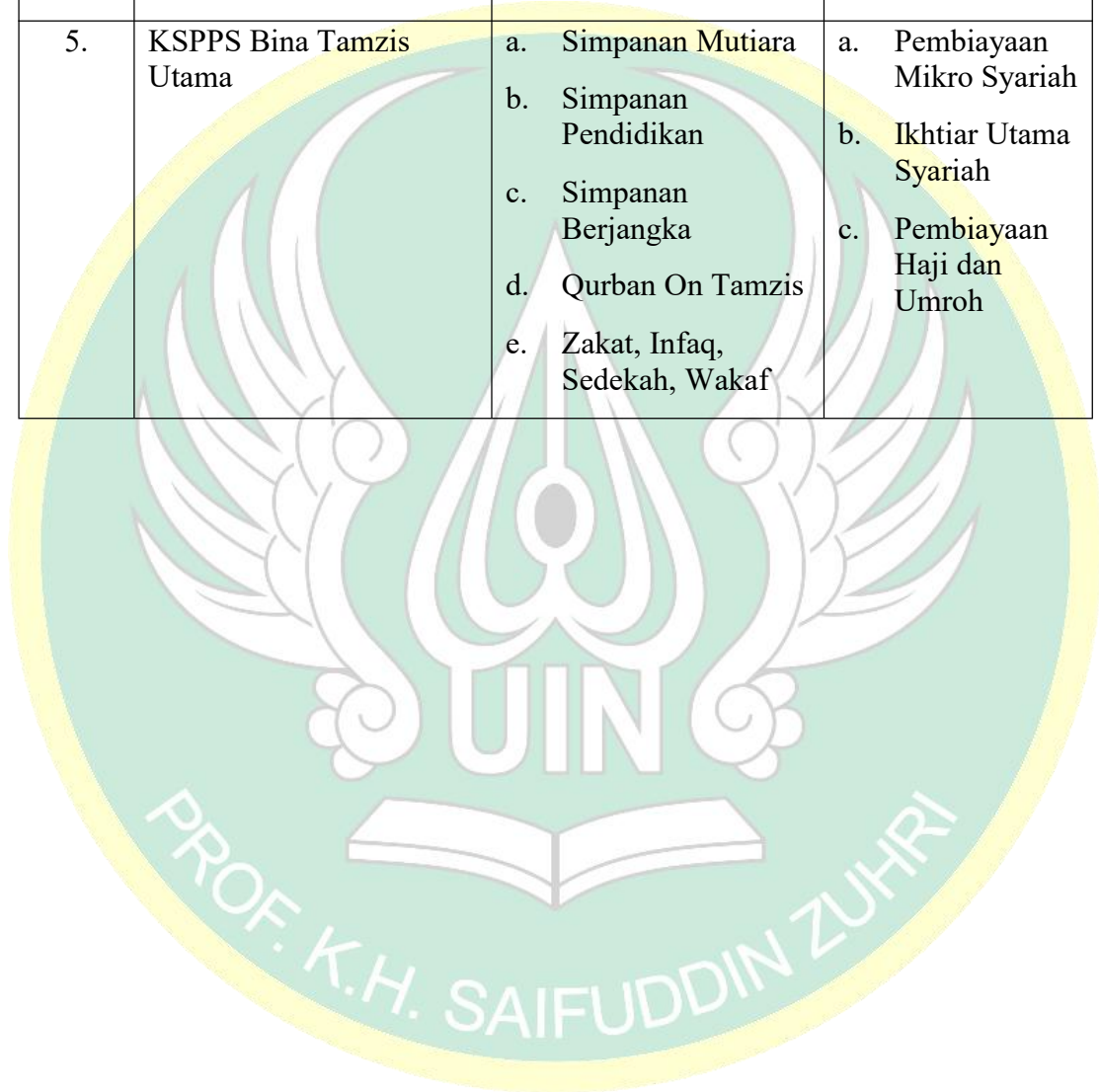


Lampiran 2 : Data perbandingan Produk yang dimiliki

No.	Lembaga Keuangan Mikro Syariah	Produk Simpanan	Produk Pembiayaan
1.	KSPPS BMT NU Sejahtera Purwokerto	<ul style="list-style-type: none"> a. Simpanan Wadiah b. Simpanan Umroh c. Simpanan Pendidikan d. Simpanan Qurban/Aqiqoh e. Simpanan Pelunasan Haji f. Simpanan Berjangka 1 Bulan g. Simpanan Berjangka 3 Bulan h. Simpanan 6 Bulan i. Simpanan 12 Bulan j. Simpanan 24 Bulan k. Simpanan 36 Bulan l. Simpanan Khusus Berhadiah 	<ul style="list-style-type: none"> a. Pembiayaan Mudharabah b. Pembiayaan Musyarakah
2.	KJKS Dana Mentari Muhammadiyah Purwokerto	<ul style="list-style-type: none"> a. Simpanan Umat b. Simpanan Pendidikan c. Simpanan Persiapan Qurban d. Simpanan Walimah e. Simpanan Hari Tua f. Simpanan Haji/ 	<ul style="list-style-type: none"> a. Pembiayaan Murabahah (Jual Beli) b. Pembiayaan Mudharabah (Bagi Hasil) c. Pembiayaan Ijarah (Sewa Beli) d. Pembiayaan

		<p>Umroh</p> <p>g. Simpanan Ibu bersalin</p> <p>h. Simpanan Berjangka</p> <p>i. Simpanan Wadiah dan ZIS</p>	<p>Musyarakah</p> <p>e. Pembiayaan Rahn (Gadai Syariah)</p> <p>f. Pembiayaan Al-Qardh (Pinjam Meminjam)</p>
3.	KSPPS Mitra Insan Mandiri	<p>a. SIMTRA</p> <p>b. SIMTRATAS</p> <p>c. SIMPEN (Simpanan Pendidikan)</p> <p>d. SIMQUR (Simpanan Qurban)</p> <p>e. SIMANA</p> <p>f. SIMJAKA (Simpanan Berjangka)</p>	<p>a. BAGIMUDA (Pembiayaan Mudharabah)</p> <p>b. BAGIMUSA (Pembiayaan Musyarakah)</p>
4.	KSPPS Tunas Artha Mandiri Purwokerto	<p>a. Simpanan Pokok Akad Mudharabah</p> <p>b. Simpanan Wajib Mudharabah</p> <p>c. Simpanan Karyawan Wadiah</p> <p>d. Simpanan Berjangka Mudharabah</p> <p>e. Simpanan Insan Syariah akad Wadiah</p> <p>f. Simpanan Sejahtera akad Wadiah</p> <p>g. Simpanan Prioritas akad Wadiah</p>	<p>a. Pembiayaan Murobahah</p> <p>b. Pembiayaan Ijarah dan Ijarah Multi jasa</p> <p>c. Pembiayaan berakad Qardh</p>

		<ul style="list-style-type: none"> h. Simpanan Hari Tua akad wadiah i. Simpanan Masa Depan j. Simpanan wajib pembiayaan akad wadiah 	
5.	KSPPS Bina Tamzis Utama	<ul style="list-style-type: none"> a. Simpanan Mutiara b. Simpanan Pendidikan c. Simpanan Berjangka d. Qurban On Tamzis e. Zakat, Infaq, Sedekah, Wakaf 	<ul style="list-style-type: none"> a. Pembiayaan Mikro Syariah b. Ikhtiar Utama Syariah c. Pembiayaan Haji dan Umroh



Lampiran 3 : Dokumentasi Wawancara



Wawancara dengan Bapak Sugiarto



Wawancara dengan Ibu Umi



Lampiran 4 : Panduan Wawancara

Lampiran Panduan Wawancara

1. Bagaimana awal berdirinya KSPPS BMT NU Sejahtera Purwokerto dimulai ?
2. pada tanggal berapa berdirinya BMT ini ?
3. pada tahun berapa mendapatkan badan hukum ?
4. bagaimana Visi dan Misi KSPPS BMT NU Sejahtera Purwokerto ini ?
5. produk apa saja yang ada di KSPPS BMT NU Sejahtera Purwokerto ?
6. akad apa yang sering digunakan KSPPS BMT NU Sejahtera Purwokerto ?
7. apa saja keunggulan produk KSPPS BMT NU Sejahtera Purwokerto?
8. produk apa yang paling diminati oleh nasabah BMT ?
9. bagaimana KSPPS BMT NU Sejahtera Purwokerto ini bersaing ?
10. apa keunikan KSPPS BMT NU Sejahtera Purwokerto ?
11. bagaimana cara mempertahankan produk-produk KSPPS BMT NU Sejahtera Purwokerto ?
12. bagaimana cara mengembangkan prdouk KSPPS BMT NU Sejahtera Purwokerto ?
13. bagaimana cara strategi bersaing KSPPS BMT NU Sejahtera Purwokerto ?
14. strategi apa yang digunakan pengembangan produk ?
15. apa metode yang digunakan dalam pengembangan produk KSPPS BMT NU Sejahtera Purwokerto ?
16. pola apa yang digunakan dalam pengembangan produk ?
17. bagaimana strategi yang dilakukan dalam menarik minat calon nasabah untuk bergabung dengan BMT ini?

Lampiran 5 : Usulan Menjadi Pembimbing



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40 A Purwokerto 53126
Telp : 0281-635624, 628250, Fax : 0281-636553, www.iainpurwokerto.ac.id

Nomor : 1957/In.17/FEBLJ.PS/PP.009/X/2020 Purwokerto 21 Oktober 2020
Lampiran : 1 lembar
Hal : Usulan menjadi pembimbing skripsi

Kepada:
Yth. Yoiz Shofwa Shafrani, SP., M.Si.
Dosen Tetap IAIN Purwokerto
Di
Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sesuai dengan hasil sidang penetapan judul skripsi mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto pada tanggal 19 Oktober 2020 dan konsultasi mahasiswa kepada Kaprodi pada tanggal 20 Oktober 2020 kami mengusulkan Bapak/Ibu untuk menjadi Pembimbing Skripsi mahasiswa:

Nama : Siti Aisyah
NIM 1717202100
Semester VII
Prodi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Analisis Strategi Pengembangan Produk Lembaga Keuangan Mikro Syariah Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing (Studi Kasus pada KSPPS BMT NU Sejahtera Cabang Purwokerto)

Untuk itu, kami mohon kepada Bapak/Ibu dapat mengisi surat kesediaan terlampir. Atas kesediaan Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Jurusan Perbankan Syariah

Yoiz Shofwa Shafrani, S.P., M.Si.
NIP. 19781231 200801 2 027

Lampiran 6 : Surat Pernyataan Kesiediaan Menjadi Pembimbing



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40 A Purwokerto 53126
Telp : 0281-635624, 628250, Fax : 0281-636553, www.iainpurwokerto.ac.id

SURAT PERNYATAAN KESEDIAAN MENJADI PEMBIMBING SKRIPSI

Berdasarkan surat penunjukan oleh Ketua Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto No. 1957/In.17/FEBI.J.PS/PP.009/X/2020 tentang usulan menjadi pembimbing skripsi.

Atas nama : Siti Aisyah NIM 1717202100

Judul Skripsi : Analisis Strategi Pengembangan Produk Lembaga Keuangan Mikro Syariah Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing (Studi Kasus pada KSPPS BMT NU Sejahtera Cabang Purwokerto).

Saya menyatakan bersedia / ~~tidak bersedia~~ *) menjadi pembimbing skripsi mahasiswa yang bersangkutan.

Purwokerto, 21 Oktober 2020

Yoiz Shofwa Shafrani, SP., M.Si.
NIP. 19781231 200801 2 027

Catatan: *Coret yang tidak perlu

Lampiran 7 : Surat Mengikuti Seminar Proposal



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.iainpurwokerto.ac.id

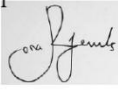




SURAT KETERANGAN MENGIKUTI SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Nomor : /In.17/FEBLJ.ES/PP.009/III/2021

Yang bertanda tangan di bawah ini, Ketua Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto menerangkan bahwa:

Nama : SITI AISYAH
NIM : 1717202100
Semester : VIII
Program Studi : PERBANKAN SYARIAH

Telah mengikuti seminar proposal pada:

NO	HARI/TANGGAL	PRESENTER	TANDA TANGAN PRESENTER	
1	13 Januari 2021	Rona Wahyu Nuzulla	1 	
2	13 Januari 2021	Rohadatul Ais		2 
3	13 Januari 2021	Annisa Imanda Pratiwi	3 	
4	13 Januari 2021	Fionda Putri Alivia		4 
5	3 Maret 2021	Wahyuni Saputri	5 	



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.iaipurwokerto.ac.id

Pernah menjadi pembahas mahasiswa atas nama:

Nama : Wahyuni Saputri
Judul Proposal : Analisis Produk Pembiayaan Arum BPKB Dalam Meningkatkan Usaha Mikro Nasabah Pegadaian Syariah (Studi Pada PT Pegadaian Syariah Cabang Plaza THB Bekasi)
Materi yang dibahas/ pertanyaan : Mengapa memilih lokasi tersebut sebagai lokasi penelitian dan adakah kendala yang dihadapi pada saat observasi dilapangan pada saat pandemi seperti ini

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat untuk mendaftar seminar proposal skripsi.

Purwokerto, 16 Maret 2021
Ketua Organisasi Perbankan Syariah

M. Hafidha Shafrani, SP., M.Si
NIP. 19781231 200801 2 027

Lampiran 8 : Permohonan Judul Skripsi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.iainpurwokerto.ac.id

Hal : Permohonan Persetujuan Judul Skripsi

Purwokerto 17 Maret 2021

Kepada:
Yth. Dekan FEBI
Institut Agama Islam Negeri Purwokerto
Di
Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Yang bertanda tangan di bawah ini, mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto:

1. Nama : Siti Aisyah
2. NIM : 1717202100
3. Semester : VIII
4. Prodi : Perbankan Syariah
5. Tahun Akademik : 2020/2021

Dengan ini saya mohon dengan hormat untuk menyetujui judul skripsi saya guna melengkapi sebagian syarat untuk menyelesaikan studi program S-1 pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.

Adapun judul skripsi yang saya ajukan adalah:

Analisis Strategi Pengembangan Produk Lembaga Keuangan Mikro Syariah Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing (Studi Kasus pada KSPPS BMT NU Sejahtera Purwokerto).

Sedangkan sebagai Dosen Pembimbing Skripsi adalah: Yoiz Shofwa Shafrani, SP., M.Si.

Demikian surat permohonan ini saya buat, atas perhatian dan perkenan Bapak, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alikum Wr. Wb.

Mengetahui,
Dosen Pembimbing

Yoiz Shofwa Shafrani, SP., M.Si
NIP. 19781231 200801 2 027

Hormat Saya,

Siti Aisyah
NIM.1717202100

Menyetujui

Ket. Perbankan Syariah



Yoiz Shofwa Shafrani, SP., M.Si
NIP. 19781231 200801 2 027

Tembusan:

1. Wakil Dekan I
2. Kasubbag AKA
3. Arsip

Lampiran 9 : Rekomendasi Seminar Proposal Skripsi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.iaipurwokerto.ac.id

REKOMENDASI SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Dengan ini kami Dosen Pembimbing dari mahasiswa:

Nama : Siti Aisyah
NIM : 1717202100
Semester : VIII
Prodi : Perbankan Syariah
Tahun Akademik : 2020/2021
Judul Proposal Skripsi : Analisis Strategi Pengembangan Produk Lembaga Keuangan Mikro Syariah Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing (Studi Kasus pada KSPPS BMT NU Sejahtera Purwokerto)

Menerangkan bahwa proposal skripsi mahasiswa tersebut telah siap untuk diseminarkan apabila yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan akademik. Kepada pihak-pihak yang terkait dengan seminar ini harap maklum.

Mengetahui,
Kepada Jurusan Perbankan Syariah



Shofwa Shafrani, SP., M.Si
NIP. 19781231 200801 2 027.

Purwokerto 17 Maret 2021
Dosen Pembimbing

Yoiz Shofwa Shafrani, SP., M.Si
NIP 19781231 200801 2 027

Lampiran 10 : Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Jend. Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp. 0281-635624 Fax. 0281-636553; febi.iainpurwokerto.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS SEMINAR PROPOSAL

Nomor: 888/In.17/FEBl.J.PS/PP.009/IV/2021

Yang bertanda tangan dibawah ini Ketua Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama:

Nama : Siti Aisyah
NIM : 1717202100
Program Studi : Perbankan Syariah
Pembimbing : Yoiz Shofwa Shafrani, SP., M.Si
Judul : Analisis Strategi Pengembangan Produk Lembaga Keuangan Mikro Syariah Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Pada KSPPS BMT NU Sejahtera Purwokerto)

Pada tanggal 08/04/2021 telah melaksanakan seminar proposal dan dinyatakan LULUS, dengan perubahan proposal/ hasil proposal sebagaimana tercantum pada berita acara seminar. Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat untuk melakukan riset penulisan skripsi.

Purwokerto, 09 April 2021
Ketua Jurusan Perbankan Syariah



Yoiz Shofwa Shafrani, SP., M.Si
NIP. 19781231 200801 2 027

Lampiran 11 : Surat Bimbingan Skripsi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.iainpurwokerto.ac.id

Nomor: 0757/In.17/FEBI.J.ES/PP.009/III/2021

Purwokerto 22 Maret 2021

Lamp : -

Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada:

Yth. Bapak/Ibu Yoiz Shofwa Shafrani, SP., M.Si

Dosen Tetap Institut Agama Islam Negeri Purwokerto

Di

Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Berdasarkan surat penunjukan pembimbing skripsi yang telah kami sampaikan dan surat pernyataan kesediaan menjadi pembimbing skripsi yang telah Bapak/Ibu tandatangani atas nama:

1. Nama : Siti Aisyah
2. NIM : 1717202100
3. Semester : VIII
4. Prodi : Perbankan Syariah
5. Alamat : Kalibagor RT 002 RW 003 Kel. Kalibagor
Kec. Kalibagor Kab. Banyumas
6. Judul Skripsi : Analisis Strategi Pengembangan Produk Lembaga Keuangan Mikro Syariah Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing (Studi Kasus pada KSPPS BMT NU Sejahtera Purwokerto)

Maka kami menetapkan Bapak/Ibu sebagai Dosen Pembimbing Skripsi mahasiswa tersebut. Mohon kejasama Bapak/Ibu untuk melaksanakan bimbingan skripsi sebaik-baiknya sebagaimana aturan yang berlaku.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alikum Wr. Wb.



Jurusan Perbankan Syariah

Shofwa Shafrani, SP., M.Si

NIP. 19781231 200801 2 027

Lampiran 12 : Kartu Bimbingan Skripsi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
 Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553, Website: febi.iainpurwokerto.ac.id

BLANGKO/KARTU BIMBINGAN

Nama : Siti Aisyah
 NIM : 1717202100
 Prodi/semester : Perbankan Syariah / VIII
 Dosen Pembimbing : Yoiz Shofwa Shafrani, SP., M.Si.
 Judul Skripsi : Analisis Strategi Pengembangan Produk Lembaga Keuangan Mikro Syariah Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing (Studi Kasus pada KSPPS BMT NU Sejahtera Purwokerto)

No	Bulan	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan*)	Tanda Tangan**)	
				Pembimbing	Mahasiswa
1	Oktober	Rabu, 28 Oktober 2020	Membahas mengenai Latar Belakang Masalah		
2	Februari	Senin, 08 Februari 2021	Membahas Rumusan Masalah		
3	Februari	Senin, 15 Februari 2021	Membahas mengenai Kajian Pustaka		

Purwokerto, 08 Maret 2021

Pembimbing,

Yoiz Shofwa Shafrani, SP., M.Si.
 NIP. 19781231 200801 2 027



Lampiran 13 : Surat Keterangan Lulus Komprehensif



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Jend. Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp. 0281-635624 Fax. 0281-636553; febi.iainpurwokerto.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS UJIAN KOMPREHENSIF

Nomor: 1425/In.17/FEBI.J.PS/PP.009/VI/2021

Yang bertanda tangan dibawah ini Ketua Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,

Institut Agama Islam Negeri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama:

Nama : Siti Aisyah

NIM : 1717202100

Program Studi : Perbankan Syariah

Pada tanggal 21/06/2021 telah melaksanakan ujian komprehensif dan dinyatakan LULUS,

dengan nilai : **82 / A-**

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat mendaftar ujian munaqasyah.

Dibuat di Purwokerto
Tanggal **22 Juni 2021**
Ketua Jurusan Perbankan Syariah



Yoiz Shofwa Shafrani, SP., M.Si.
NIP. 19781231 200801 2 027

Lampiran 14 : Sertifikat Bahasa Arab


IAIN PURWOKERTO

**وزارة الشؤون الدينية
الجامعة الإسلامية الحكومية بورنوكرتو
الوحدة لتنمية اللغة**

www.iainpurwokerto.ac.id 635624-0281 هاتفه 53126 بورنوكرتو رقمه 4، أحمد ياني رقمه 1، شارع جندول أحمد ياني رقمه 1، بورنوكرتو

الشهادة
الرقم: 17/199/PP/2018/UPT. Blis/17

تشهد الوحدة لتنمية اللغة بأن:

الاسم : ستي عائشة

رقم القيد : 1717202100

القسم : PSY

قد استحق/استحقت الحصول على شهادة إجادة اللغة العربية بجميع
مهاراتها على المستوى المتوسط وذلك بعد إتمام الدراسة التي عقدتها
الوحدة لتنمية اللغة وفق المنهج المقرر بتقدير:

71
_____ (جيد)
100

بورنوكرتو، 17 يناير 2018
الوحدة لتنمية اللغة،
KEMENTERIAN AGAMA
IAIN PURWOKERTO
الدكتور/موراج الماجستير
PANGEMBANGAN BAHASA
1997.3.7 1993.3.1.005: التوظيف

سيرة
مباحث
الشهادة

Lampiran 15 : Sertifikat Bahasa Inggris



Lampiran 16 : Sertifikat BTA/PPI

 IAIN PURWOKERTO	KEMENTERIAN AGAMA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO UPT MA'HAD AL-JAMI'AH Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40 A Purwokerto 53126 Telp : 0281-635624, 628250, Fax : 0281-636553, www.iainpurwokerto.ac.id
--	--

SERTIFIKAT

Nomor: B-205/In.17/UPT.MAJ/Sti.011/II/2018

Diberikan oleh UPT Ma'had Al-Jami'ah IAIN Purwokerto kepada:

SITI AISYAH
1717202100

MATERI UJIAN	NILAI
1. Tes Tulis	74
2. Tartil	70
3. Kitabah	70
4. Praktek	70

Sebagai tanda yang bersangkutan telah LULUS dalam Ujian Kompetensi Dasar Baca Tulis Al-Qur'an (BTA) dan Pengetahuan Pengamalan Ibadah (PPI).

Purwokerto, 26 Februari 2018
Mudir Ma'had Al-Jami'ah,

Drs. H. M. Mukti, M.Pd.I
NIP. 19570521 198503 1 002

NO SERI: MAJ-G1-2018-291



Lampiran 17 : Sertifikat Aplikom

SERTIFIKAT

APLIKASI KOMPUTER

KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
UPT TEKNOLOGI INFORMASI DAN PANGKALAN DATA
Alamat: Jl. Jend. Ahmad Yani No. 40A Telp. 0281-635624 Website: www.iainpurwokerto.ac.id Purwokerto 53126



IAIN PURWOKERTO

No. IN.17/UPT-TIPD/4428/X/2021

SKALA PENILAIAN		
SKOR	HURUF	ANGKA
86-100	A	4.0
81-85	A-	3.6
76-80	B+	3.3
71-75	B	3.0
65-70	B-	2.6

Diberikan Kepada:
SITI AISYAH
NIM: 1717202100

Tempat / Tgl. Lahir: Jakarta, 03 Januari 1998

Sebagai tanda yang bersangkutan telah menempuh dan **LULUS** Ujian Akhir Komputer pada Institut Agama Islam Negeri Purwokerto Program **Microsoft Office®** yang telah diselenggarakan oleh UPT TIPD IAIN Purwokerto.

MATERI PENILAIAN	
MATERI	NILAI
Microsoft Word	80 / B+
Microsoft Excel	75 / B
Microsoft Power Point	85 / A-







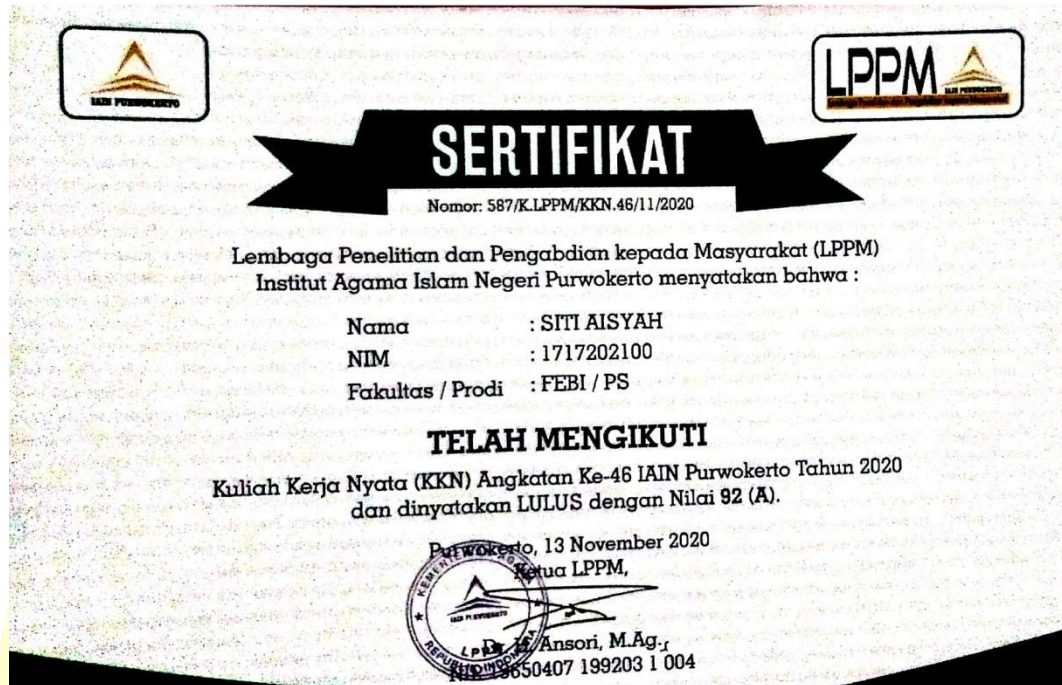
Purwokerto, 15 Oktober 2021
Kepala UPT TIPD
Dr. H. Fajar Hardoyono, S.Si, M.Sc
NIP.19801215 200501 1 003



Lampiran 18 : Sertifikat PPL



Lampiran 19 : Sertifikat KKN



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

1. Nama : Siti Aisyah
2. NIM : 1717202100
3. Tempat/ Tgl Lahir : Jakarta, 03 Januari 1998
4. Alamat Rumah : Kalibagor Rt 02 Rw 03 Kec. Kalibagor
5. Nama Orang Tua
 - Nama Ayah : Khamdani
 - Nama Ibu : Tursinah

B. Riwayat Pendidikan

1. SD Negeri 1 Kalibagor Tahun Lulus 2010
2. SMP Negeri 1 Kalibagor Tahun Lulus 2013
3. SMK Negeri 1 Banyumas Tahun Lulus 2016
4. S1 UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Tahun Masuk 2017

Purwokerto, 15 Oktober 2021



Siti Aisyah

UIN
PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI