

## BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

#### 1. Sejarah LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus

LKMS merupakan kelompok swadaya masyarakat sebagai lembaga ekonomi rakyat yang berupaya mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dengan berdasar prinsip syariah untuk meningkatkan kualitas ekonomi pengusaha kecil dalam upaya pengentasan kemiskinan. Berdasarkan definisi di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa LKMS adalah Suatu lembaga keuangan mikro yang menggabungkan unsur *profit motive* dan unsur nirlaba (sosial) dalam kegiatan usahanya yang dijalankan sesuai dengan ketentuan syariah.

Sifat usaha LKMS yang berorientasi pada bisnis dimaksudkan supaya pengelolaan LKMS dapat dijalankan secara profesional, sehingga mencapai tingkat efisiensi tertinggi. Dari sinilah LKMS akan mampu memberikan bagi hasil yang kompetitif kepada deposannya serta mampu meningkatkan kesejahteraan para pengelolahnya sejajar dengan lembaga lainnya. Sedangkan aspek sosial LKMS berorientasi pada peningkatan kehidupan nasabah dan masyarakat sekitar yang membutuhkan. Hal ini dilakukan oleh LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus.

LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus didirikan di lembaga Yayasan Assa'idiyah Al-Qudsy dengan nama Pesantren Assa'idiyah yang letaknya di Jalan Mbah Hamzah Kranyak Kirig Mejobo Kudus yang dalam operasionalnya terdapat struktur pemimpin pesantren yaitu:<sup>1</sup>

- a. KH. Nur Asid Said
- b. KH. Noor Khalim Anwar, S.Pd.I., M.Pd
- c. K. Nasiran Matori
- d. Ustadz Mohammad Hudallah, S.Pd.I
- e. Ustadz Susanto, S.Pd.I., M.Pd

---

<sup>1</sup>Dokumentasi LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus, dikutip tanggal 10 Desember 2018.

## 2. Visi dan Misi LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus

Adapun visi, misi dan motto LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus adalah sebagai berikut:<sup>2</sup>

- a. Visi
 

Menjadikan LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus sebagai lembaga keuangan syariah terpercaya pilihan ummat
- b. Misi
  - 1) Menjalankan keinginan usaha yang berpegang teguh pada ketentuan syari'ah
  - 2) Menjadi mediator antara *shahibul maal* dan *mudharib* dalam rangka kepentingan ekonomi bersama berdasarkan prinsip kemitraan, keadilan, keterbukaan dan amanah.
  - 3) Menggunakan sumber daya manusia yang profesional dalam menjalankan operasional lembaga keuangan syariah.
  - 4) Memberikan pelayanan yang cepat, tepat, ramah, dan Islami tanpa mengabaikan kehati-hatian

## 3. Produk-produk LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus

Adapun produk LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus adalah sebagai berikut:<sup>3</sup>

- a. Produk-produk simpanan (*funding*)
  - 1) Simpanan harian
 

Yaitu penerimaan dana dari para pedagang atau masyarakat umum yang diambil langsung oleh petugas lapangan atau pihak nasabah datang sendiri ke kantor LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus.

Pada jenis simpanan/tabungan ini dikategorikan juga prosedur penerimaan dan pengambilan dana. Syarat dan prosedur penerimaan simpanan/tabungan:

    - a) Dari pihak penabung memberikan foto copy identitas berupa KTP atau identitas lain yang masih berlaku kemudian mengisi formulir

---

<sup>2</sup>Dokumentasi LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus, dikutip tanggal 10 Desember 2018.

<sup>3</sup>Dokumentasi LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus, dikutip tanggal 10 Desember 2018.

permohonan tabungan yang sudah disediakan bagian pelayanan nasabah, setelah selesai petugas membuka rekening baru. Selanjutnya petugas memberi buku tabungan kepada nasabah dengan terlebih dahulu mengisi saldo awal Rp. 10.000,-. Untuk

penyimpan/penabung yang datang langsung ke kantor LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus langsung dilayani oleh petugas *front office* sedangkan untuk para pedagang yang ada di pasar-pasar akan dilayani oleh bagian lapangan/marketing dan melakukan pengambilan uang tiap hari atau mingguan dan selanjutnya.

- b) Marketing atau petugas *front office* melakukan penyetoran ke bagian kas dan melampirkan bukti setor simpanan secara lengkap
  - c) Bagian kas mencatat dalam buku kas harian berdasarkan nomor rekening yang sudah ada.
  - d) Setelah dilakukan pencatatan bukti setoran dijadikan satu dengan transaksi-transaksi lain sesuai dengan tanggal penerimaan.
- 2) Simpanan berjangka (deposito)

Yaitu jenis simpanan atau penerimaan dana dari pihak ke 3 (tiga) yang menginventasikan dananya kepada pihak bank dengan berjangka waktu atau menurut ketentuan aturan LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus.

Pelayanan deposito meliputi penyerotan dan penarikan atau pengambilan dana. Adapun tingkat margin/bagi hasilnya sebagai berikut:

Syarat-syarat dan prosedur penyetoran deposito antara lain:

- a) Pihak ketiga atau deposan menyerahkan foto copy KTP atau identitas lain yang masih berlaku serta mengisi formulir permohonan secara lengkap.
- b) Setoran minimal Rp. 1.000.000,00 kemudian bagian *costumer service*/pelayanan nasabah

mengadakan wawancara dengan deposan /investor meliputi:<sup>4</sup>

- 1) Tujuan penempatan
  - 2) Jangka waktu penempatan
  - 3) Nisbah bagi hasil deposito/simpanan berjangka
  - 4) Ketentuan yang harus dipatuhi sesuai dengan peraturan yang ada.
- c) Setelah diteliti dan sudah benar maka dibuatkan slip penerimaan uang deposito
  - d) Pihak ketiga kemudian menyerahkan dananya kepada pihak LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus melalui bagian kas sesuai dengan slip setoran deposito.
  - e) Sesuai dengan bukti penyetoran dari bagian kas (teller) dimasukkan dalam register dan dibuatkan sertifikat deposito bagian administrasi
  - f) Bagian kas mencatat dalam buku kas harian dan kemudian diberikan data ke bagian pembukuan untuk dilakukan pencatatan.

Sedangkan untuk pengambilan deposito/simpanan berjangka syarat dan prosedurnya:

- a) Pihak ketiga atau deposan terlebih dahulu melakukan pemberitahuan ke bagian kas bahwa dana yang diinvestasikan akan diambil dalam jangka waktu yang sudah ditetapkan
- b) Bagian kas menyiapkan dana sebesar deposito pengambilan tersebut sesuai tanggal yang sudah disepakati
- c) Pihak deposan menyerahkan sertifikat deposito kepada direksi melalui bagian kas untuk ditanda tangani sebagai bukti kebenarannya dan dibuatkan slip pengambilan dana deposito secara tunai

---

<sup>4</sup>Dokumentasi LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus, dikutip tanggal 10 Desember 2018.

- d) Bagian kas menerima slip pengambilan tunai untuk ditanda tangani oleh deposan dan menyerahkan dana tersebut sesuai dengan slip pengambilan
  - e) Bagian kas mencatat ke buku kas harian dengan melampirkan sertifikat deposito beserta slip pengambilannya untuk ditanda tangani direktur
  - f) Bagian pembukuan melakukan pencatatan berdasarkan data dari lampiran buku kas harian.<sup>5</sup>
- b. Produk-produk pembiayaan
- 1) Sistem pembiayaan angsuran tetap (mingguan)
  - 2) Sistem pembiayaan dengan jangka waktu sampai dengan 12 bulan
  - 3) Produk pembiayaan menggunakan akad *mudharabah*.

#### **4. Struktur Organisasi LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus**

Struktur organisasi adalah kerangka antara satu satuan organisasi yang di dalamnya terdapat karyawan. Tugas serta wewenang masing-masing mempunyai peran tertentu dalam ketentuan yang utuh. Struktur organisasi merupakan suatu petunjuk bagaimana tugas dan tanggung jawab antara anggota-anggotanya sehingga dapat memudahkan pimpinan dalam pengawasan maupun meminta pertanggung jawaban pada bawahannya. Adapun struktur organisasi yang ada di LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus adalah sebagai berikut:<sup>6</sup>

- a. Dewan Pengawas
- Ketua : H.M. Sulebi, S.Ag., M.Pd
  - Anggota : 1. Sugiyono, S.Pd
  - 2. H. Afif Noor, S.Ag

---

<sup>5</sup>Dokumentasi LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus, dikutip tanggal 10 Desember 2018.

<sup>6</sup>Dokumentasi LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus, dikutip tanggal 10 Desember 2018.

- b. Dewan Pengurus Syariah
  - Ketua : Mohammad Hudallah, S.Pd.I
  - Anggota : 1. H. Alamul Yaqin, SH., MH
  - 2. H. Abdul Khalim Anwar, S.Pd.I., M.Pd
- c. Pengurus
  - Ketua : Safu'an, S.Ag., M.Pd
  - Sekretaris : H. Ali Shodiqin, S.Pd.I., M.Pd
  - Bendahara : Ayu Akhirina
- d. Pengelola
  - Manager : Mashuri, S.Pd.I., M.Pd
  - Supervisor : Susanto, S.Pd.I., M.Pd
  - Pembuku : Siti Ana Norjanah, S.Pd
- e. Anggota
  - 1) Sujadi, S.Pd.I
  - 2) Alaqul Khoir, S.Kom
  - 3) Abdul Ghofur, S.Pd.I., M.Pd

## **B. Data Penelitian**

### **1. Implementasi Strategi Pemasaran LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus**

Strategi pemasaran diperlukan dalam suatu perusahaan dengan maksud agar semua rencana yang telah ditentukan bisa tercapai, LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus melakukan aktivitas penghimpunan dana dan penyaluran dana perlu dilakukan dengan cara-cara tertentu sehingga efisien dan dapat disesuaikan dengan rencana penggunaan dana tersebut.

Berdasarkan observasi yang peneliti lakukan pada LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus, kegiatan pemasaran jasa simpan pinjam syariah berawal menawarkan langsung kepada calon nasabah dan para nasabah untuk menjelaskan produk-produk melalui media cetak seperti brosur, surat kabar, ataupun dari nasabah lainnya. Salah satu cara yang efektif yang dilakukan untuk mencapai target pemasaran di LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus menggunakan pendekatan sistem jemput bola, yaitu petugas langsung mendatangi calon nasabah di rumah atau di tempat-tempat usaha mereka, sehingga para nasabah maupun calon nasabah tidak perlu bersusah payah untuk datang ke



kantor.<sup>7</sup> Demikian diharapkan LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus mendapat citra positif sehingga bisa menarik calon nasabah untuk menjadi nasabah baru.

Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Mashuri, bahwa strategi penghimpunan dana dilakukan melalui merekrut nasabah *lending* untuk menjadi nasabah *funding*, meskipun nasabah *funding* belum tentu menjadi nasabah *lending*.

Tingkat mendapatkan nasabah baru LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus bersifat *fluktuatif* (naik turun), sehingga hal tersebut berakibat pada laba yang diperoleh. Maka diperlukannya strategi pemasaran jasa simpan pinjam syariah agar penghimpunan dan penyaluran dana bisa menambah nasabah semakin banyak.

Salah satu strategi pemasaran jasa pinjam syariah yang digunakan pada LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus adalah strategi *marketing mix 7P*. Disini penulis akan meneliti strategi *marketing mix 7P* yang dilakukan LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus terhadap produk, harga, lokasi, promosi, proses, orang, dan bukti fisik untuk jasa simpan pinjam syariah.

Pernyataan tersebut dikuatkan dengan pernyataan Susanto, bahwa LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus dalam pemasaran menggunakan *marketing mix 7P*, yaitu produk, harga, lokasi, promosi, proses, orang, dan bukti fisik untuk jasa simpan pinjam syariah. Adapun gambaran implementasi strategi pemasarannya dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

---

<sup>7</sup>Hasil Observasi di LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus, tanggal 13 Desember 2018.

**Tabel 4.1**  
**Implementasi Strategi Pemasaran LKMS Assa Berkah**  
**Sejahtera Kudus**

No	Strategi Pemasaran	Indikatornya
1	Produk	Produk menggunakan akad syariah
2	Harga	Bagi hasil sesuai dengan kesepakatan
3	Lokasi	Lokasi dekat dengan jalan raya
4	Promosi	Media cetak dan media elektronik
5	Proses	Prosesnya cepat dan akurat
6	Orang	Karyawan yang selalu menjaga 5 S
7	Bukti fisik	Adanya fasilitas dalam kantor, seperti AC, MCK, tempat parkir

Melihat dari tabel di atas, dapat dijelaskan bahwa strategi pemasaran yang digunakan oleh LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus adalah strategi *Marketing Mix 7P* yang dilakukan lembaga keuangan syariah terhadap produk, harga, lokasi, promosi, proses, orang, dan bukti fisik. Berikut ini penjelasannya adalah:

a. *Product* (produk)

Produk pada lembaga keuangan syariah dengan konvensional tentunya yang dihasilkan berbeda dalam lembaga keuangan syariah bukan berupa barang melainkan berupa jasa. Jasa yang dihasilkan harus sesuai prinsip-prinsip syariah. Hal tersebut sesuai pernyataan Mashuri, bahwa strategi pemasaran LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus yaitu, sistem jempot bola, adanya jaringan komunikasi, Pada LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus memiliki beberapa produk dengan akad yang menguntungkan bagi para nasabah, antara lain: simpanan harian mubarakah, simpanan berjangka, dan lain sebagainya.

Pernyataan tersebut dikuatkan Susanto, yang mengatakan LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus supaya lebih menarik calon nasabah dan para nasabah terhadap lembaga keuangan syariah yang dihasilkan



untuk penambahan nasabah baru perlu melakukan inovasi produk yang dapat disesuaikan dengan keinginan dan kebutuhan nasabah, adanya sistem jemput bola. Produk penghimpunan dana simpanan maupun pembiayaan.

Pernyataan tersebut setelah dilakukan triangulasi data terdapat kesesuaian dengan pernyataan Ibu Iva Puji Astuti, menurut saya dengan adanya simpanan sangat membantu sekali untuk berjaga-jaga mempunyai tabungan, dan jika membutuhkan dana sewaktu-waktu dapat di ambil, sesuai kebutuhan dan keinginan serta dapat dijadikan jaminan dalam melakukan pembiayaan.

b. *Price* (harga)

Strategi penentuan harga sangat berpengaruh dalam pemberian nilai kepada anggota, mempengaruhi citra produk, dan keputusan nasabah untuk memanfaatkannya. Hal ini sesuai dengan pernyataan Mashuri, bahwa harga dalam hal ini adalah bagi hasil yang ditawarkan oleh lembaga sangat menarik sehingga bisa menjadi target untuk strategi pemasaran. Strategi harga yang digunakan LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus adalah strategi dalam menetapkan harga atau bagi hasil produk dengan ketentuan pihak lembaga keuangan yang sudah diatur tentunya sangat menguntungkan antara nasabah dengan pihak lembaga keuangan.

Pernyataan tersebut dikuatkan Susanto, yang mengatakan harga yang dimaksud di LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus ini adalah bagi hasil atau bonus yang diberikan oleh nasabah sesuai dengan ketentuan pihak lembaga keuangan yang sudah diatur sesuai ketentuan dan tentunya sangat menguntungkan pada calon nasabah. Sehingga bisa membantu untuk strategi dalam memberikan pelayanan jasa simpan pinjam syariah.

Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Ibu Iva Puji Astuti, sebagai nasabah bahwa produk Simpanan harian setoran penghimpunan dana ringan minimal Rp. 10.000, biaya administrasi untuk menjadi nasabah gratis tidak dipungut biaya lain-lain, penarikan dapat

diambil sewaktu-waktu karena karyawan sering datang ke tempat nasabah terus untuk melakukan penarikan dan tidak perlu repot-repot untuk datang ke kantor LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus.

c. *Place* (tempat)

LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus merupakan lembaga keuangan mikro yang menggunakan prinsip syariah dalam menjalankan operasinya dengan sistem *profit and sharing*. Dalam hal ini lokasi yang dipilih oleh LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus dekat dengan jalan raya dan mudah dijangkau oleh nasabah. Pernyataan Mashuri, dalam pendirian lokasi LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus sudah strategis karena dekat dengan jalan raya Desa Kirig Mejobo Kudus dan letak di tengah-tengah Yayasan Assa'idiyah (SMK Assa'idiyah) sehingga memberi efek yang lebih besar untuk menyakinkan nasabah menghimpun dana dan juga melakukan pembiayaan.

Dalam hal ini dapat menyakinkan calon nasabah dan para nasabah dalam menghimpun dana maupun pembiayaan di LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus mempermudah nasabah melakukan penarikan dan penyetoran.

d. *Promotion* (promosi)

LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus baru dikenal di sebagian wilayah Mejobo, oleh karena itu perlu adanya promosi agar dapat dikenal di seluruh daerah Mejobo dan sekitarnya. Media promosi atau pemasaran yang digunakan oleh LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus dalam perencanaan dan penerapan strategi promosi yaitu dengan:

1) *Advertising* (Iklan/Periklanan)

Salah satu faktor pendukung kesuksesan lembaga keuangan syariah adalah adanya promosi untuk memperkenalkan produk-produk pada masyarakat umumnya. Hal tersebut sesuai dengan dengan pernyataan Mashuri bahwa strategi pemasaran melalui media promosi atau pemasaran yang digunakan oleh LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus menggunakan media cetak, marketing terjun

langsung ke masyarakat untuk menjelaskan dan menawarkan pada calon nasabah atau para nasabah dengan ketentuannya. Selain itu, melalui surat kabar Radar Kudus.

2) *Sales Promotion* (Promosi Penjualan)

Promosi penjualan dilakukan sebagai usaha untuk meningkatkan penjualan atau untuk meningkatkan jumlah konsumen. Alat promosi yang dipakai LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus untuk penambahan nasabah baru produk penghimpun dana simpanan harian mubarakah berdasarkan akad *wadi'ah yad dhamanah* dan simpanan berjangka menggunakan akad *wadi'ah yad dhamanah*. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Mashuri, strategi promosi dalam jasa simpan pinjam melalui pemberian cendramata berupa, undian berhadiah, kupon, memberikan kalender supaya tertarik untuk bergabung menjadi nasabah dan lain sebagainya.

Menurut pernyataan Ibu Siti Sholikaturun, sebagai nasabah mengatakan saya mendapatkan hadiah payung, kalender, mendapatkan bagi hasil sesuai perhitungan nominal yang dihimpun dan mendapatkan setiap bulanya.

Pernyataan tersebut dikuatkan dengan pernyataan Ibu Maimunah, saya awal ikut bergabung menjadi nasabah mendapat hadiah payung, mendapatkan kalender.

3) *Personal Selling* (Penjualan Pribadi)

Penjualan pribadi (*personal selling*) adalah kegiatan perusahaan untuk melakukan kontak langsung dengan calon anggota. karena hal ini petugas karyawan dapat mengetahui keinginan dan selera calon nasabah. Maka petugas dapat menyesuaikan cara pendekatan atau komunikasinya dengan calon nasabah dan nasabah lama secara lebih tepat yang sesuai dengan konsumen yang bersangkutan. Hal tersebut sesuai pernyataan Susanto mengatakan strategi pemasaran jasa simpan pinjam dalam penjualan pribadi, pihak

LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus bertemu langsung dengan calon nasabah untuk menawarkan dan menjelaskan bagi hasil produk simpanan harian. Simpanan berjangka, jika calon nasabah memilih jangka waktu. Bagi hasil diberikan setiap bulannya ke nomer rekening masing-masing nasabah sesuai nominal dan jangka waktu yang disepakati diawal perjanjian.

Strategi ini terus digencarkan LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus dengan mendatangi langsung setiap nasabah dan calon nasabah untuk menawarkan produk simpanan harian yang berdasarkan *akad wadi'ah yad dhamanah* dan simpanan berjangka berdasarkan *akad wadi'ah yad dhamanah* yang berpotensi untuk penambahan nasabah baru pada LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus.

#### 4) *Publications* (Publisitas)

Strategi promosi lainnya adalah promosi melalui kegiatan amal. Kegiatan amal oleh LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus berusaha untuk menciptakan hubungan masyarakat yang baik melalui kegiatan seperti pameran bakti sosial serta kegiatan lainnya. Publisitas yang baik, usaha yang terencana untuk membentuk dan mempengaruhi pandangan dan sikap masyarakat. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Mashuri bahwa kegiatan amal oleh LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus adalah dengan memberikan bantuan berupa materi/barang yang khususnya menjadi nasabah apabila ada yang sakit untuk menjenguknya dan bertakziah apabila ada nasabah atau saudara yang meninggal dunia. Karena LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus dengan menggunakan sistem kekeluargaan.

Dengan kegiatan seperti ini, masyarakat akan mengerti bahwa LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus sangat peduli dengan kesejahteraan umat khususnya para nasabahnya. Sehingga akan terciptanya citra yang positif yang sangat baik dari

masyarakat nasabah dan secara tidak langsung memberikan pengaruh terhadap penambahan nasabah baru.

e. *People* (orang)

LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus secara selektif memilih petugas sesuai kriteria yang handal untuk ada dikedudukan masing-masing sesuai dengan kemampuan tugasnya, bekerja secara profesional dan amanah. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Mashuri, bahwa strategi pemasaran jasa simpan pinjam yaitu pihak LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus sudah selektif merekrut karyawan yang handal serta memiliki kapasitas kemampuan yang sesuai dengan bidangnya, harus menampilkan karyawan yang menarik dan ramah tamah, sopan dan santun, mempunyai ketrampilan dan pengetahuan percaya diri mampu memasarkan atau menjelaskan produk-produk yang ada di lembaga sesuai dengan prinsip-prinsip Islami.

Manager bertanggung jawab atas terlaksananya program kerja, mengendalikan pemasaran, administrasi dan pembukuan serta teller dan manajemen level dibawahnya, teller harus mampu memeriksa dan mengawasi jalannya kebijakan sistem keuangan yang sudah ditentukan lembaga keuangan syariah, mampu melayani atau membantu nasabah semua keluhan maupun saran. Sedangkan marketing harus bertanggung jawab tugas yang menyangkut bidang pemasaran dan penarikan. Mendorong semua karyawan memberikan pelayanan yang terbaik dan bersikap sopan santun.

f. *Process* (proses)

Proses merupakan pelayanan *service* yang diberikan untuk calon nasabah maupun para nasabah yang menunjukkan sikap respek, sopan santun, yang akan meningkatkan citra positif terhadap nasabah terhadap penyedia jasa. Hal ini sesuai pernyataan Mashuri, bahwa pedoman utama kami sebagai manajemen LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus adalah, bersikap sopan serta santun dengan memberikan salam (*assalamu'alaikum*), sapa, dan

senyum kepada setiap nasabah baik nasabah yang datang ke kantor maupun nasabah yang ada di luar kantor.

Pernyataan tersebut dikuatkan dengan pernyataan Fitriyah, sebagai teller mengatakan karyawan memiliki pengetahuan yang luas tentang produk sehingga dalam menanggapi calon nasabah atau para nasabah untuk bergabung di LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus dengan sopan santun, ramah dan percaya diri.

Proses akan meningkatkan kepercayaan, rasa aman, bebas dari resiko atau bahaya yang tidak diinginkan, sehingga membuat nasabah merasa puas dan percaya terhadap lembaga keuangan. Adapun pernyataan Ibu Sholikatur, mengatakan karyawan LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus sangat sopan santun, ramah serta memiliki kepercayaan yang tinggi untuk menjelaskan kepada saya tentang simpanan syarat ketentuan menjadi anggota, bagi hasil, ketentuan penarikan, kemudahan bertransaksi dan keutamaan lainnya.

Hal tersebut juga sesuai dengan Ibu Maimunah mengatakan karyawannya ramah tamah, murah senyum, sopan dan santun untuk menjelaskan persyaratan menjadi nasabah yang di penuhi, ketentuan bagi hasil, ketentuan pengambilan uang sesuai jangka waktu yang disepakati di awal, dan hal menarik seputar pembiayaan maupun simpanan.

g. *Physical Evidence* (bukti fisik)

Bukti fisik dapat berupa fasilitas fisik seperti gedung, ruangan kantor, penataan lampu, aroma ruangan dan kenyamanan ruangan dan sarana prasarana lainnya. Hal tersebut sesuai pernyataan Mashuri, bahwa adanya area parkir yang memadai, adanya kursi tunggu di dalam kantor, tersedia tempat ibadah, tersedia fasilitas telepon, adanya meja teller yang selalu siap membantu setiap permasalahan nasabah dan membantu dalam solusi penyelesaian permasalahan LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus sehingga mampu untuk strategi penambahan nasabah baru.



Pernyataan tersebut dikuatkan dengan pernyataan Fitriyah, menjaskan bahwa fasilitas fisik BMT Mubarakah Kudus sudah memadai, adanya penyejuk udara, televisi, adanya kursi tunggu yang memadai.

Sehingga membuat nasabah merasa nyaman dan aman merasa seperti di rumah sendiri karena sarana dan prasarana yang memadai. Sebagaimana wawancara dengan Ibu Sholikaton mengatakan fasilitas fisik LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus sudah memadai, bersih, wangi dan nyaman ada kursi tunggu dan televisinya.

Adanya upaya strategi yang dilakukan pada LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus sehingga diharapkan nasabah tidak terpengaruh atau tetap akan berkomitmen menjadi nasabah sehingga bisa menambah nasabah baru. Hal tersebut sesuai pernyataan Ibu Maimunah, bahwa tergantung pada pemasaran yang menjelaskan produk yang di miliki pada lembaga keuangan, apabila sesuai kebutuhan saya ikut bergabung. Akan tetapi, saya masih konsisten untuk bergabung menjadi nasabah LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus.

## **2. Kelebihan dan Kelemahan Implementasi Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif di LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus dengan Analisis SWOT**

Untuk melakukan strategi pemasaran produk LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus tidak lurus begitu saja, tetapi ada kelebihan dan kelemahan pada strategi pemasaran untuk meningkatkan keunggulan kompetitif. Adapun kelebihan dan kelemahan strategi pemasaran untuk meningkatkan keunggulan bersaing di LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus dapat dipahami dalam wawancara dengan Mashuri menjelaskan bahwa terdapat kelebihan dan kelemahan strategi pemasaran untuk meningkatkan keunggulan bersaing di LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus yaitu adanya persaingan yang dekat dengan suatu produk saingan, dimana terlibat produk saingan yang agak unggul, adanya usaha menjadi “*leader*” dalam suatu jenis

produk tertentu, disamping untuk menaikkan *prestise* serta adanya kemunduran dalam permintaan terhadap produk yang sudah ada, terutama karena adanya perbedaan harga dengan produk lain yang lebih murah. Akibatnya perlu dilakukan analisa mengapa dengan bahan baku yang sama, tetapi produk jadinya mempunyai harga yang lebih murah.

Lain halnya wawancara yang dilakukan peneliti kepada Susanto mengatakan kelemahan ketika LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus adalah kurang cepatnya dalam mengeluarkan produk. Terkadang LKMS lain *lauching* produk baru seperti arisan, selang beberapa bulan kemudian LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus juga mengeluarkan produk yang serupa. Terkadang peminatnya di LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus sedikit karena sudah daftar di kompetitor lainnya. Dalam mengeluarkan produk Arisan LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus kurang begitu cepatnya dalam mengeluarkan produk arisan karena sudah di dahului kompetitor lainnya. Sementara kelebihan adalah kepercayaan nasabah, menjaga kepercayaan nasabah yang bergabung di LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus nasabah sehingga nasabah menjadi loyal meskipun banyak lembaga keuangan lain yang semakin berkembang. Selain itu, kelebihan lainnya adalah ketika promosi ada hadiah-hadiah yang menarik, produk menarik contoh: arisan wisata, biasanya yang suka *traveling* sangat berminat sama produk arisan wisata.

Adapun bentuk kelebihan dan kelemahan strategi pemasaran untuk meningkatkan keunggulan kompetitif di LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus dengan Analisis SWOT dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4.2**  
**Kelebihan dan Kelemahan Implementasi Strategi Pemasaran**  
**Untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif LKMS Assa**  
**Berkah Sejahtera Kudus**

No	Kelebihan	Kelemahan
1	Dekat dengan anggota	Adanya lembaga pesaing atau kompetitor
2	Adanya produk yang belum ada pada kompetitor	Banyaknya produk yang sama dengan kompetitor
3	Harga yang bersahabat dengan anggota	Harga yang beda dengan kompetitor
4	Adanya kepercayaan pada anggota	
5	Adanya komitmen pada anggota	

Untuk mendapatkan hasil yang optimal diperlukan analisis SWOT untuk kemajuan LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus. Strategi pemasaran untuk meningkatkan keunggulan kompetitif di LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus dengan analisis SWOT adalah sebagai berikut:

- a. Peluang
 

Prospek tkan keunggulan kompetitif di cukup baik dari segi usaha maupun dari segi kerjasama dimana anggota yang bagian dari tkan keunggulan kompetitif di memiliki kemudahan dalam perekonomian. Dan prospeknyapun dalam masyarakat disambut hangat karena mempunyai tujuan yang baik dalam memajukan perekonomian umat.
- b. Kelemahan
 

Dalam pengadaan aktivitas usaha pengurus dihadapi pada kendala kredit macet dan penunggakan yang sulit diatasi. Namun cara penyelesaian yang diterapkan dengan menghubungi dan mendatangi lokasi dan pada calon anggota yang melakukan penunggakan diberikan sanksi berupa denda sebesar 5% dari jumlah tunggakan. Kendala yang dihadapi pada unit usaha pada

keunggulan kompetitif di adalah kendala sumberdaya manusia dan kendala operasional.

c. Ancaman

Ancamanya yaitu: 1) Banyak persaingan dari lembaga-lembaga serupa terutama bank besar yang membuka unit unit simpan pinjam. 2) Kurangnya pemahaman masyarakat tentang syariah, sehingga menyamakan konsep konvensional dengan syariah. 3) Anggapan sebagian masyarakat yang masih negatif terhadap LKMS atau BMT. 4) Tidak adanya lembaga penjamin simpanan di LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus

d. Kekuatan

Peluang jasa keuangan dan ekonomi berbasis syariah (keuangan syariah) terbuka lebar. Apalagi dengan adanya bonus demografi, dimana kelas menengah tumbuh berkembang dengan pesat. Kebutuhan kelas menengah untuk menabung dan berinvestasi serta terhadap layanan.

## C. Pembahasan

### 1. Analisis tentang Implementasi Strategi Pemasaran LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus

Memasarkan produk-produk bank merupakan bagian dari kegiatan bank yang bisa dikatakan sangat penting. Hal ini akan menjadi hal yang sangat penting dalam meningkatkan *income* untuk bank itu sendiri. Semakin banyak produk yang diminati oleh masyarakat, maka pastinya juga akan memberikan jumlah *income* perusahaan yang lebih besar pula. Mengingat pentingnya hal ini, setiap bagian *marketing* bank harus benar-benar mengetahui strategi pemasaran bank yang tepat untuk mendapatkan kepercayaan dari para nasabah atau klien.

Perbankan merupakan salah satu jenis industri jasa sehingga konsep pemasarannya lebih cenderung mengikuti konsep untuk produk jasa. Perbedaan perbankan dengan industri jasa lainnya adalah banyaknya ketentuan dan peraturan pemerintah yang membatasi penggunaan konsep-konsep pemasaran, mengingat industri perbankan merupakan industri yang sangat dipengaruhi oleh tingkat

kepercayaan masyarakat. *Marketing mix* adalah pembauran pemasaran yang terdiri dari 4P, yaitu:

a. *Product*

Produk perbankan adalah instrumen/perangkat yang dibeli dan dijual oleh bank. Produk yang dibeli bank terdiri dari berbagai jenis yang disesuaikan dengan keinginan dan kebutuhan anggota.<sup>8</sup>

b. *Price*

Harga terhadap produk dan jasa bank syariah adalah kontra prestasi dalam bentuk margin, bagi hasil, *fee* untuk pembiayaan, penghimpunan dana, dan jasa yang di berikan. Bagi hasil yang ditentukan dalam bentuk *nisbah* (porsi bagi hasil antara bank dengan nasabah) tidak mutlak menentukan besarnya pembagian bagi hasil, tetapi lebih ditentukan oleh kinerja bank. Bisa saja terjadi nasabah suatu bank dengan nisbah yang lebih besar mendapat realisasi bagi hasil yang lebih kecil dari bank yang menawarkan nisbah lebih kecil.<sup>9</sup>

c. *Promotion*

Promosi adalah pemberitahuan pada konsumen tentang produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan, melalui iklan yang dapat menggunakan banyak fasilitas media yang tersedia. Kegiatan promosi pada produk dan jasa bank pada umumnya dilakukan melalui iklan di media massa, atau televisi. Konsep kegiatan promosi secara menyeluruh, meliputi *advertising, sales promotion, public relation, sales training, marketing research, dan development*.<sup>10</sup> Promosi merupakan kegiatan *marketing mix* yang terakhir. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang sama pentingnya dengan ketiga kegiatan dalam *marketing mix*, baik produk, harga, dan lokasi. Dalam kegiatan bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung.

---

<sup>8</sup>Ikatan Bankir Indonesia, *Strategi Sukses Bisnis Bank*, (Jakarta: 2015), 169.

<sup>9</sup>Ikatan Bankir Indonesia, *Strategi Sukses Bisnis Bank*, 170-171.

<sup>10</sup>Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep, dan Strategi* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002), 182-

d. *Place*

Penentuan lokasi kantor beserta sarana dan prasarana pendukung menjadi sangat penting, hal ini disebabkan nasabah mudah menjangkau setiap lokasi yang ada serta mendistribusikan barang atau jasa. Demikian pula sarana dan prasarana harus memberikan rasa yang nyaman dan aman kepada seluruh konsumennya.<sup>11</sup>

Namun *marketing mix* perusahaan jasa khususnya pada perusahaan jasa keuangan perbankan ditambah 3P lagi, yaitu:

a. *People*

Layanan *face to face* kepada nasabah harus menampilkan karyawan yang menarik dan ramah tamah serta memiliki kapasitas TASK (*talent, attitude, skill, dan knowledge*). Setiap karyawan bank syariah harus memiliki motif berkiprah untuk ibadah dalam rangka berdakwah, menguasai operasional perbankan, memahami prinsip syariah yang menjadi fundamen bisnis serta bersikap melayani.<sup>12</sup>

b. *Process*

Proses meliputi sistem dan prosedur, termasuk persyaratan ataupun ketentuan yang diberlakukan oleh bank terhadap produk dan jasa bank. Sistem dan prosedur akan merefleksikan penilaian, apakah pelayanan cepat atau lambat. Pada umumnya nasabah lebih menyenangi proses yang cepat, walaupun bagi bank akan menimbulkan risiko yang lebih tinggi. Penggunaan teknologi yang tepat guna serta kreativitas yang prima diperlukan, untuk suatu proses yang cepat namun aman.

c. *Physical evidence*

Berbeda dengan “*place*” yang merupakan saluran distribusi, “*physical evidence*” merupakan keadaan atau suatu kondisi, termasuk dekorasi ruangan, *lightening system, layout* ruangan, dan kebisingan ruangan. sebagai contoh, *banking hall* suatu bank

---

<sup>11</sup>Kasmir dan Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis* (Jakarta: Prenada Media, 2003), 112.

<sup>12</sup>Ikatan Bankir Indonesia, *Strategi Sukses Bisnis Bank*, 134.



degan suasana gelap, terdapat aroma yang tidak sedap, *layout* ruangan yang tidak tertata, akan membuat *mood* nasabah menjadi beda ketika nasabah tersebut berada di *banking hall* yang memiliki dekorasi ruangan yang baik, pencahayaan yang cukup, aroma ruangan yang sedap, dan *layout* yang tertata rapi. *Physicall evidance* merupakan bagian dari bauran pemasaran yang tidak boleh diabaikan.<sup>13</sup>

Melihat dari uraian di atas, dapat peneliti analisis bahwa bauran pemasaran pada produk dan jasa di LKSM Assa Berkah Sejahtera Kudus dapat dilihat sebagai berikut:

a. *Product* ( produk )

Strategi produk LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus yaitu, sistem jemput bola, adanya jaringan komunikasi, Pada LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus memiliki beberapa produk dengan akad yang menguntungkan bagi para nasabah, antara lain: simpanan harian mubarakah, simpanan berjangka, dan lain sebagainya yang menggunakan prinsip syariah.

b. *Price* (harga)

Strategi harga yang digunakan LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus adalah strategi dalam menetapkan harga atau bagi hasil produk dengan ketentuan pihak lembaga keuangan yang sudah diatur tentunya sangat menguntungkan antara nasabah dengan pihak lembaga keuangan

c. *Promotion* (promosi)

LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus baru dikenal di sebagian wilayah Mejobo, oleh karena itu perlu adanya promosi agar dapat dikenal di seluruh daerah Mejobo dan sekitarnya. Media promosi atau pemasaran yang digunakan oleh LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus dalam perencanaan dan penerapan strategi promosi yaitu dengan:

1) *Advertising* (Iklan/Periklanan)

Strategi pemasaran melalui media promosi atau pemasaran yang digunakan oleh LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus menggunakan media

---

<sup>13</sup>Kasmir dan Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis*, 174.

cetak, marketing terjun langsung ke masyarakat untuk menjelaskan dan menawarkan pada calon nasabah atau para nasabah dengan ketentuannya. Selain itu, melalui surat kabar Radar Kudus.

2) *Sales Promotion* (Promosi Penjualan)

Alat promosi yang dipakai LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus untuk penambahan nasabah baru produk penghimpun dana simpanan harian mubarakah berdasarkan akad *wadi'ah yad dhamanah* dan simpanan berjangka menggunakan akad *wadi'ah yad dhamanah*. Strategi promosi dalam jasa simpan pinjam melalui pemberian cendramata berupa, undian berhadiah, kupon, memberikan kalender supaya tertarik untuk bergabung menjadi nasabah dan lain sebagainya.

3) *Personal Selling* (Penjualan Pribadi)

Strategi pemasaran jasa simpan pinjam dalam penjualan pribadi, pihak LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus bertemu langsung dengan calon nasabah untuk menawarkan dan menjelaskan bagi hasil produk simpanan harian. Simpanan berjangka, jika calon nasabah memilih jangka waktu. Bagi hasil diberikan setiap bulannya ke nomer rekening masing-masing nasabah sesuai nominal dan jangka waktu yang disepakati diawal perjanjian.

4) *Publications* (Publisitas)

Strategi promosi lainnya adalah promosi melalui kegiatan amal. Kegiatan amal oleh LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus berusaha untuk menciptakan hubungan masyarakat yang baik melalui kegiatan seperti pameran bakti sosial serta kegiatan lainnya. Publisitas yang baik, usaha yang terencana untuk membentuk dan mempengaruhi pandangan dan sikap masyarakat, yaitu dengan memberikan bantuan berupa materi/barang yang khususnya menjadi nasabah apabila ada yang sakit untuk menjenguknya dan bertakziah apabila ada nasabah atau saudara yang meninggal dunia. Karena LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus

dengan menggunakan sistem kekeluargaan. Dengan kegiatan seperti ini, masyarakat akan mengerti bahwa LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus sangat peduli dengan kesejahteraan umat khususnya para nasabahnya. Sehingga akan terciptanya citra yang positif yang sangat baik dari masyarakat nasabah dan secara tidak langsung memberikan pengaruh terhadap penambahan nasabah baru.

d. *Place* (tempat)

Lokasi LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus sudah strategis karena dekat dengan jalan raya Desa Kirig Mejobo Kudus dan letak ditengah-tengah Yayasan Assa'idiyah (SMK Assa'idiyah) sehingga memberi efek yang lebih besar untuk menyakinkan nasabah menghimpun dana dan juga melakukan pembiayaan

e. *People* (orang)

LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus secara selektif memilih petugas sesuai kriteria yang handal untuk ada dikedudukan masing-masing sesuai dengan kemampuan tugasnya, bekerja secara profesional dan amanah. Strategi pemasaran jasa simpan pinjam yaitu pihak LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus sudah selektif merekrut karyawan yang handal serta memiliki kapasitas kemampuan yang sesuai dengan bidangnya, harus menampilkan karyawan yang menarik dan ramah tamah, sopan dan santun, mempunyai ketrampilan dan pengetahuan percaya diri mampu memasarkan atau menjelaskan produk-produk yang ada di lembaga sesuai dengan prinsip-prinsip Islami.

f. *Process* (proses)

Proses merupakan pelayanan *service* yang diberikan untuk calon nasabah maupun para nasabah yang menunjukkan sikap respek, sopan santun, yang akan meningkatkan citra positif terhadap nasabah terhadap penyedia jasa. Manajemen LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus adalah, bersikap sopan serta santun dengan memberikan salam (*assalamualaikum*), sapa, dan senyum kepada setiap nasabah baik nasabah

yang datang ke kantor maupun nasabah yang ada di luar kantor.

g. *Physical Evidance* (bukti fisik)

Di LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus terdapat area parkir yang memadai, adanya kursi tunggu di dalam kantor, tersedia tempat ibadah, tersedia fasilitas telepon, adanya meja teller yang selalu siap membantu setiap permasalahan nasabah dan membantu dalam solusi penyelesaian permasalahan LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus sehingga mampu untuk strategi penambahan nasabah baru

Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami bahwa strategi pemasaran LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus menggunakan *marketing mix* 7P, yaitu produk, harga, lokasi, promosi, proses, orang, dan bukti fisik dengan prosedur rutin/cara yang telah ditentukan untuk menyampaikan pesan dengan menggunakan bahasa, alat, data dan orang dalam melakukan kegiatan usaha strategi pemasaran LKMS yang dilakukan dengan kegiatan usaha penyimpanan dan pembiayaan.

## **2. Analisis tentang Kelebihan dan Kelemahan Implementasi Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif di LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus dengan Analisis SWOT**

Sebagai lembaga keuangan mikro yang mempunyai keberpihakan terhadap masyarakat ekonomi lemah, banyak tantangan dan permasalahan yang timbul dan dihadapi dalam perkembangan LKMS, baik yang bersifat internal maupun eksternal. Selain kelemahan internal LKMS yang telah disebut di atas, LKMS juga dihadapkan pada tantangan yang lebih berat. LKMS tidak dapat lagi mengandalkan modal kepercayaannya pada sentimen masyarakat tentang isu-isu syariah, seperti keharaman riba dan sistem bunga serta menjalankan sistem ekonomi berdasarkan syariah Islam. Apalagi Bank Syariah dan Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) dengan fasilitas dan permodalannya yang kuat semakin mempersempit ruang gerak LKMS, karena itu mau tidak mau LKMS harus

meningkatkan kinerja usahanya agar mampu bersaing dan bertahan hidup.

Keunggulan kompetitif atau bersaing adalah kemampuan perusahaan untuk memformulasi strategi pencapaian peluang profit melalui maksimisasi penerimaan dari investasi yang dilakukan. Sekurang-kurangnya ada dua prinsip pokok yang perlu dimiliki perusahaan untuk meraih keunggulan kompetitif yaitu adanya nilai pandang pelanggan dan keunikan produk.

Sebagaimana yang ada di LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus telah melakukan strategi pemasaran. Strategi pemasaran produk yang dilakukan adalah melakukan perbaikan produk yang ada, atau untuk menambah banyaknya produk baru. Sehingga LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus tampaknya tidak mau kalah dari lembaga keuangan syariah lainnya dalam hal pengembangan produk. Alasannya, juga wajib memberikan layanan terbaik dan mudah bagi mitranya. Selain itu, ketatnya persaingan saat ini membuat LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus harus mampu menciptakan produk-produk yang tepat dengan ukuran sederhana sesuai prinsip-prinsip syariah.<sup>14</sup>

Untuk melakukan strategi pemasaran produk LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus tidak lurus begitu saja, tetapi ada kelebihan dan kelemahan pada strategi pemasaran untuk meningkatkan keunggulan kompetitif. Mashuri selaku Manager LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus, menjelaskan bahwa terdapat kelebihan dan kelemahan strategi pemasaran untuk meningkatkan keunggulan bersaing di LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus yaitu adanya persaingan yang dekat dengan suatu produk saingan, adanya kemunduran dalam permintaan terhadap produk yang sudah ada.

Lain halnya wawancara yang dilakukan peneliti kepada Susanto selaku Supervisor LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus, mengatakan bahwa kelemahan ketika LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus adalah kurang

---

<sup>14</sup>Hasil Observasi di LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus, tanggal 10 Desember 2018.



cepatnya dalam mengeluarkan produk. Sementara kelebihanya adalah kepercayaan nasabah, menjaga kepercayaan nasabah yang bergabung di LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus nasabah sehingga nasabah menjadi loyal meskipun banyak lembaga keuangan lain yang semakin berkembang. Selain itu, kelebihan lainnya adalah ketika promosi ada hadiah-hadiah yang menarik, produk menarik contoh: arisan wisata.

Melihat hasil observasi dan wawancara tersebut, maka dapat peneliti analisis bahwa strategi pengembangan produk yang dilakukan oleh LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus menggunakan pendekatan yang dikemukakan Porter, terdapat dua faktor yang diperhitungkan dalam menciptakan strategi bersaing yang tepat. Pertama, didasarkan pada keunggulan kompetitif organisasi. Menurut Porter, keunggulan kompetitif hanya akan diperoleh lewat salah satu dari dua sumber: bisa dari keunggulan menciptakan biaya rendah (*cost leadership*), atau dari kemampuan organisasi untuk menjadi berbeda (*differentiation*) dibandingkan para pesaingnya. Faktor kedua adalah cakupan produk-pasar (*competitive scope*) dimana organisasi saling bersaing satu sama lain dalam pasar yang luas dan sempit.

Sehingga strategi pengembangan produk yang dilakukan LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus cukup dirasakan oleh nasabahnya. Sehingga ini membuat LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus makin dicintai dan dipercaya oleh masyarakat karena produk-produknya sangat dibutuhkan sekali oleh masyarakat. Hal ini terlihat banyak sekali pilihan produk yang ada di LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus sehingga membuat masyarakat mudah untuk membutuhkannya, misalkan pembiayaan *mudharabah* yang sangat membantu dalam pengembangan usaha masyarakat.

Sehingga dalam pandangan ekonomi syariah bahwa aktivitas organisasi apapun bentuknya pada hakikatnya adalah aktivitas manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Sementara, Allah SWT tidak membiarkan pemenuhan terhadap seluruh kebutuhan manusia, baik berupa kebutuhan jasmani dan naluri diserahkan kepada



keinginan hawa nafsu dan akal manusia semata. Sebab, hawa nafsu itu umumnya mengajak kepada keburukan (*ammaratun bi al-su'*) kecuali yang dirahmati Allah SWT. Demikian pula, akal manusia sangatlah lemah. Manusia seringkali menyangka sesuatu baik padahal sebenarnya buruk, demikian sebaliknya.

Untuk itu, Allah SWT telah mengutus Rasul-Nya dalam rangka menjelaskan kepada manusia mana yang baik dan mana yang buruk terhadap seluruh aktivitas pemenuhan kebutuhan tersebut. Itulah yang merupakan tolok ukur. Dalam pernyataan lain, tolok ukur dan aturan Islam yang telah Allah SWT turunkan kepada Rasulullah SAW dalam al-Qur'an dan hadisnya serta ijma' dan qiyas. Banyak sekali ayat al-Qur'an menegaskan hal tersebut. Misalnya, firman Allah SWT dalam surat an-Nisa ayat 65:

فَلَا وَرَبِّكَ لَا يُؤْمِنُونَ حَتَّىٰ يُحَكِّمُوكَ فِيمَا شَجَرَ بَيْنَهُمْ ثُمَّ لَا يَجِدُوا فِي أَنفُسِهِمْ حَرَجًا مِّمَّا قَضَيْتَ وَيُسَلِّمُوا تَسْلِيمًا

Artinya: “Maka demi Tuhanmu, mereka (pada hakekatnya) tidak beriman hingga mereka menjadikan kamu hakim terhadap perkara yang mereka perselisihkan, kemudian mereka tidak merasa dalam hati mereka sesuatu keberatan terhadap putusan yang kamu berikan, dan mereka menerima dengan sepenuhnya.” (Qs. An-Nisa:65)<sup>15</sup>

Melihat dari ayat di atas, maka dapat dipahami bahwa pada dasarnya untuk melakukan pengambilan keputusan dalam pengembangan perlu adanya strategi. Oleh karena itu, strategi pengembangan dalam ekonomi syari'ah tak lepas dari adanya analisis produk.

Dengan demikian, dapat dipahami bahwa secara garis besar, lingkungan perusahaan terdiri dari lingkungan

<sup>15</sup>Al-Qur'an Surat An-Nisa' Ayat 65, Yayasan Penyelenggara Penerjemah dan Penafsir Al-Qur'an, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Jakarta: Kementerian Agama RI, 2012), 31.

internal dan lingkungan eksternal. Lingkungan internal berkaitan dengan kekuatan dan kelemahan perusahaan, sementara lingkungan eksternal berhubungan dengan adanya faktor-faktor yang mempengaruhi peluang dan ancaman bagi perusahaan.

Di dalam merumuskan strategi korporasi, bisnis dan fungsional, tahap pertama yang dilakukan adalah analisis SWOT. Analisis lingkungan memberikan kesempatan bagi perencana strategi untuk mengantisipasi peluang dan membuat rencana untuk melakukan tanggapan serta pilihan terhadap peluang tersebut. Hal ini juga membantu perencana strategi untuk mengembangkan sistem peringatan dini untuk menghindari ancaman atau mengembangkan strategi yang dapat mengubah ancaman menjadi keuntungan perusahaan. Selain itu analisis lingkungan juga dapat membantu dalam memaksimalkan kekuatan serta meminimalkan kelemahan internal perusahaan dalam setiap sektor lingkungan dimana keseluruhan dari faktor ini saling berinteraksi satu sama lain.

Analisis lingkungan eksternal harus memperhatikan informasi apa saja yang bisa digunakan sebagai dasar untuk melakukan analisis. Untuk melakukan analisis lingkungan eksternal dapat dilakukan dengan beberapa cara yaitu: pengumpulan informasi lisan, tertulis, pengamatan langsung dan peramalan. Sedangkan analisis lingkungan internal sebenarnya merupakan sebuah proses yang terdiri dari beberapa tindakan seperti mengidentifikasi aspek-aspek kunci operasional perusahaan, mengevaluasi kondisi faktor-faktor keunggulan strategis tersebut dengan membandingkan kondisi sekarang dengan kondisi yang lalu, atau dengan pesaing.

Analisis matriks SWOT LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus didasarkan pada asumsi bahwa suatu strategi yang efektif akan memaksimalkan kekuatan dan peluang dan meminimumkan kelemahan dan ancaman. Strategi utama yang dapat disarankan yaitu: Strategi SO, ST, WO, WT. Sebagaimana yang ada di LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus selalu melakukan strategi pengembangan untuk meningkatkan kualitas lembaga

keuangan syariah yang dapat dipercaya oleh masyarakat. Wujud dari pengembangan yang dilakukan oleh LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus adalah sumber daya manusia yang rata-rata latar belakang pendidikannya lulusan S1, lokasi BMT yang strategis, kedisiplinan serta pemberian pelayanan yang prima pada anggota.<sup>16</sup> Untuk mendapatkan hasil yang optimal diperlukan analisis SWOT untuk kemajuan LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus.

Strategi pemasaran untuk meningkatkan keunggulan kompetitif di LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus dengan analisis SWOT adalah sebagai berikut:

a. Peluang

Prospek LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus cukup baik dari segi usaha maupun dari segi kerjasama dimana anggota yang bagian dari LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus memiliki kemudahan dalam perekonomian. Dan prospeknyapun dalam masyarakat disambut hangat karena mempunyai tujuan yang baik dalam memajukan perekonomian umat.

b. Kelemahan

Dalam pengadaan aktivitas usaha pengurus dihadapi pada kendala kredit macet dan penunggakan yang sulit diatasi. Namun cara penyelesaian yang diterapkan dengan menghubungi dan mendatangi lokasi dan pada calon anggota yang melakukan penunggakan diberikan sanksi berupa denda sebesar 5% dari jumlah tunggakan. Kendala yang dihadapi pada unit usaha di LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus adalah kendala sumberdaya manusia dan kendala operasional.

c. Ancaman

Ancamanya yaitu: 1) Banyak persaingan dari lembaga-lembaga serupa terutama bank besar yang membuka unit unit simpan pinjam. 2) Kurangnya pemahaman masyarakat tentang syariah, sehingga menyamakan konsep konvensional dengan syariah. 3) Anggapan sebagian masyarakat yang masih negatif terhadap

---

<sup>16</sup>Observasi di LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus, tanggal 13 Desember 2018.

BMT. 4) Tidak adanya lembaga penjamin simpanan di LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus.

d. Kekuatan

Peluang jasa keuangan dan ekonomi berbasis syariah (keuangan syariah) terbuka lebar. Apalagi dengan adanya bonus demografi, dimana kelas menengah tumbuh berkembang dengan pesat. Kebutuhan kelas menengah untuk menabung dan berinvestasi serta terhadap layanan.

Berdasarkan data tersebut, dapat peneliti analisis bahwa strategi pemasaran untuk meningkatkan keunggulan kompetitif di LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus dengan analisis SWOT, yaitu:

**a. Peluang LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus**

LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus mengalami perkembangan cukup signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Ini terlihat dari nilai aset mencapai Rp 1,2 milyar. Bisnis tersebut hingga akhir tahun ini diproyeksi mencapai Rp 3,8 milyar. Melihat hal tersebut bahwa LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus di Indonesia masih bisa terus dikembangkan. Syaratnya, adanya dukungan dan komitmen pemerintah dalam mendorong perkembangan bisnis lembaga keuangan non bunga tersebut. Salah satu bentuk dukungan itu adalah melahirkan berbagai regulasi yang melindungi bisnis keuangan mikro.

Prospek LKMS cukup baik dari segi usaha maupun dari segi kerjasama dimana anggota yang bagian dari LKMS memiliki kemudahan dalam perekonomian dan prospeknyapun dalam masyarakat disambut hangat karena mempunyai tujuan yang baik dalam memajukan perekonomian umat.

Dalam pengembangan suatu bisnis usaha tentunya peraturan atau kebijakan baik itu dari dalam maupun dari luar perusahaan sangat menentukan arah pengembangannya. Begitu pula dengan LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus, peraturan atau kebijakan bisa menjadi dasar atau pedoman serta peluang bagi langkah dalam mengembangkan bisnis keuangan. Dalam hal ini peraturan atau kebijakan dari eksternal LKMS Assa

Berkah Sejahtera Kudus merupakan peluang untuk mengembangkan cabang pada saat ini dan masa yang akan datang. Ada beberapa peraturan atau kebijakan yang mendorong dan berkaitan dengan proses pengembangan LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus dengan cara memberikan pinjaman adalah golongan menengah ke bawah, ibu pedagang, ibu rumah tangga dan pegawai dengan sistem jemput bola.

**b. Kelemahan LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus**

Dalam kegiatannya, LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus melakukan perencanaan yang menjadi suatu penghubung antara keadaan sekarang pertanggung jawaban pengurus, sasaran yang ingin dicapai koperasi, aturan kerja, pencapaian sasaran yang ingin dicapai atas kesepakatan seluruh anggota koperasi dan karyawan.

Kemudian LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus melakukan pengorganisasian. Tujuan pengorganisasian di LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus adalah pendistribusian pekerjaan dan sumberdaya serta kewenangan. Pada LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus belum melakukan pengorganisasian seperti pembagian kerja yang jelas, program kerja yang kurang jelas serta belum menyelesaikan SOM dan SOP3. Unit usaha dalam LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus lebih banyak melakukan pinjaman dari pada simpanan. Terbukti dengan jumlah calon anggota yang lebih banyak dari pada anggota. Sasaran utama yang diberikan pinjaman adalah golongan menengah ke bawah, ibu pedagang, ibu rumah tangga dan pegawai. Siklus pemberian pinjaman yang terjadi di LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus mulai dari permohonan, kelengkapan berkas, survey tempat dan jaminan, analisa kelayakan dan penilaian jaminan, disetujui oleh pengurus pembiayaan, pencairan, angsuran dan pelunasan.

Seluruh kegiatan lembaga LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus kurang terkoordinasi, sebab tugas-tugas antara manager dan karyawan dirangkap oleh pengurus dan dibantu oleh dua orang staf. Pengurus terjun langsung ke anggota dan memiliki tanggung



jawab penuh terhadap kegiatan koperasi sehari-hari. Sedangkan dua orang staf hanya membantu dalam pengoperasian data di komputer dan membantu melakukan survey lokasi pada calon anggota.

**c. Ancaman LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus**

Risiko adalah ancaman atau kemungkinan suatu tindakan atau kejadian yang menimbulkan dampak yang berlawanan dengan tujuan yang ingin dicapai. Menurut Rivai, Risiko merupakan kejadian potensial, baik yang dapat diperkirakan maupun tidak dapat diperkirakan yang berdampak negatif terhadap pendapatan dan permodalan bank. Yang telah dikemukakan oleh para ahli ekonomi tentang definisi risiko, dari pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa risiko adalah suatu keadaan yang tidak pasti yang dapat menimbulkan kerugian, keadaan yang memburuk karena terjadinya suatu peristiwa. Berdasarkan karakteristik lembaga keuangan syariah, maka secara spesifik risiko yang dihadapi oleh lembaga keuangan syariah lebih terfokus kepada risiko likuiditas serta risiko kredit. Ancaman-ancaman LKMS adalah sebagai berikut :

- 1) Banyak persaingan dari lembaga-lembaga serupa terutama bank besar yang membuka unit unit simpan pinjam.
- 2) Kurangnya pemahaman masyarakat tentang syariah, sehingga menyamakan konsep konvensional dengan syariah.
- 3) Anggapan sebagian masyarakat yang masih negatif terhadap LKMS atau BMT atau koperasi.

Harus diakui bahwa tidak ada satu aktivitas apapun yang kita lakukan yang tidak mengandung resiko, namun hal ini tidak berarti bahwa dengan adanya resiko yang ditimbulkan dari setiap aktivitas menyebabkan kita tidak melakukan aktivitas apapun guna menghindari resiko yang akan timbul.

Resiko merupakan bahaya, resiko adalah ancaman atau kemungkinan suatu tindakan atau kejadian yang menimbulkan dampak yang berlawanan dengan tujuan yang ingin dicapai. Namun demikian



resiko juga harus dipandang sebagai peluang, yang dipandang berlawanan dengan tujuan yang ingin dicapai. Jadi kata kuncinya adalah tujuan dan dampak pada sisi yang berlawanan.

#### **d. Kekuatan LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus**

Peluang jasa keuangan dan ekonomi berbasis syariah (keuangan syariah) terbuka lebar. Apalagi dengan adanya bonus demografi, dimana kelas menengah tumbuh berkembang dengan pesat. Kebutuhan kelas menengah untuk menabung dan berinvestasi serta terhadap layanan jasa keuangan yang beragam, baik di lembaga perbankan syariah maupun lembaga keuangan non-bank syariah. Salah satunya adalah LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus memiliki kekuatan yaitu memberikan pelayanan pinjaman dan atau tabungan dengan sistem jemput bola dengan cara:

- 1) Melakukan pemasaran secara langsung dengan pedagang yang belum menjadi anggota
- 2) Melakukan penawaran secara intensif
- 3) Menumbuhkan rasa percaya diri kelembagaan
- 4) Serta mengembangkan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) yang terdiri dari produk, harga, tempat dan promosi.

#### **D. Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan yang menimbulkan gangguan terhadap hasil penelitian dan serta kekurangan terhadap hasil penelitian ini. Keterbatasan yang terdapat dalam penelitian ini antara lain mencakup hal-hal sebagai berikut:

1. Keterbatasan referensi tentang penelitian ataupun riset sebelumnya, sehingga mengakibatkan penelitian ini memiliki banyak kelemahan, baik dari segi hasil penelitian maupun pada analisisnya.
2. Keterbatasan mengenai pemilihan variabel yang diteliti seperti yang disebutkan dalam penelitian ini, sehingga hasil penelitian ini hanya berfokus pada variabel-variabel tersebut.