

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Pertumbuhan ekonomi Islam di Indonesia hingga saat ini mengalami peningkatan yang cukup pesat. Pertumbuhan yang cukup pesat itu menjadi kekuatan baru bagi ekonomi nasional dan menjadi pendorong bagi Indonesia untuk menjadi pusat ekonomi dan keuangan syariah internasional. Munculnya lembaga keuangan syariah yang semakin banyak menimbulkan banyak persaingan antara lembaga keuangan. Salah satu lembaga keuangan yang semakin meningkat yaitu koperasi simpan pinjaman.¹

Koperasi simpan pinjam merupakan badan usaha yang berbadan hukum yang beranggotakan orang-orang yang bertujaun untuk menghasilkan profit yang nantinya profit tersebut dimanfaatkan untuk kesejahteraan anggotanya. Koperasi simpan pinjam kegiatan usahanya berorientasi pada menghimpun dana dan menyalurkan dana kepada anggotanya. Selain untuk untuk kesejahteraan anggota Koperasi simpan pinjam juga memiliki tujuan untuk membangun dan mengembangkan ekonomi masyarakat.² Salah satu ciri koperasi simpan pinjam yang berlandaskan syariah yaitu Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS).

¹ Alif Ulfa, "Dampak Penggabungan Tiga Bank Syari'ah di Indonesia", *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 07, No. 02, (2021), 2.

² Nur Asia, dkk, "Analisis laporan Keuangan pada Koperasi Simpan Pinjam", *INOVASI: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Manajemen*, Vol 19, No 1, (2023), 134.

Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) merupakan koperasi yang kegiatan usahanya meliputi simpan, pinjam dan pembiayaan yang sesuai dengan prinsip syariah, selain itu juga sebagai bantuan permodalan untuk mengembangkan UMKM dibidang pertanian, perdagangan dan lain sebagainya dimana pembiayaannya bersifat produktif. Pertumbuhan KSPPS yang semakin meningkat menyebabkan banyaknya persaingan dilapangan, maka koperasi harus lebih berinovasi dalam strategi pemasarannya, untuk memprioritaskan peningkatan dan kemajuan suatu produk dalam KSPPS agar mampu bersaing dengan KSPPS lainnya. Dalam melakukan pemasaran tentunya KSPPS harus memiliki pemasaran karena pemasaran merupakan ujung tombak dalam pengenalan produk-produk KSPPS.³

Pemasaran menjadi penting karena pengetahuan yang dimiliki masyarakat tentang Lembaga keuangan juga sudah semakin baik. Dalam jangka pendek biasanya untuk merebut hati konsumen untuk tetap setia sama produk yang ada pada bank tersebut terutama produk yang baru diluncurkan, Sedangkan tujuan jangka panjang yaitu untuk menjaga produk yang ada supaya tetap menjadi opsi yang bagus untuk Anggota. Promosi ini dilakukan supaya masyarakat yang menjadi Anggota dapat mempelajari dan menggunakan produk tersebut sebagai pemenuhan kebutuhan mereka.⁴ Dalam melakukan pemasaran suatu KSPPS juga membutuhkan yang namanya strategi pemasaran dimana strategi pemasaran merupakan ujung tombak

³ Zihab, dkk, "Peran Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) Al-Hasan Mitra Ummat Lenek dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat", *Jurnal Widya Balina*, Vol 7, No 1, (Juni, 2022), 434

⁴ Andri Soemitro, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2009, Cet. 1), 45-46.

bagi suatu KSPPS untuk mengenalkan dan memasarkan keunggulan produk-produknya.⁵

Salah satu strategi pemasaran yang sering digunakan adalah strategi *Segmentation, Targeting, dan Positioning*. Dengan adanya strategi pemasaran tersebut diharapkan perusahaan dapat membuka segmen pasar yang sebenarnya masih besar untuk menghindari persaingan yang sangat ketat. *Segmentation* atau segmentasi merupakan suatu strategi yang sangat penting dalam mengembangkan pemasaran, untuk memilih salah satu pasar sasaran yang bisa diidentifikasi dari berbagai sudut pandang seperti demografi, perilaku, dan psikografi. Kemudian kalau dari segi *targeting*-nya, kita bisa memilih pasar sasaran yang akan kita layani, dan hal ini sangat menentukan bagaimana cara mengalokasikan semua sumber daya perusahaan untuk tahap pemasaran sesuai dengan tahap segmentasinya. Sedangkan dari segi *positioning*-nya merupakan cara pemasar untuk dapat menanamkan citra produk dalam benak konsumen atas produk yang ditawarkan melalui proses komunikasi.⁶

KSPPS NURI JATIM sebagai objek penelitian yang bergerak di bidang Lembaga keuangan syariah. Berdasarkan banyaknya Lembaga keuangan syariah KSPPS NURI JATIM, maka harus berusaha maksimal dalam memenangkan persaingan yang ada. Untuk itu, dalam mewujudkan tujuan perusahaan tentunya tidak terlepas dari strategi pemasaran yang diterapkan.

Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Nuri Jawa Timur (KSPPS NURI JATIM) yang sebelumnya dikenal dengan KSN JATIM merupakan salah satu

⁵ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Indeks, 2005, cet ke II), 10

⁶ H. Muhammad Yusuf Saleh dan Maih Said, *Konsep dan strategi pemasaran*, (Makasassar, CV Sah Media, 2019, 1.

koperasi syariah berskala Provinsi Jawa Timur yang berpusat di Jalan Raya Palduding-Pegantenan, Desa Plakpak, Kecamatan Pegantenan, Kabupaten Pamekasan Jawa Timur. Koperasi ini didirikan oleh para tokoh alumni Pondok Pesantren Banyuwangi pada hari Senin tanggal 1 Desember 2008 dan mulai beroperasi pada tanggal 1 Januari 2009. Di KSPPS NURI JATIM ini terdapat beberapa kegiatan usaha menghimpun dana dalam bentuk simpanan berjangka, simpanan hari raya, simpanan Pendidikan, simpanan haji dan umroh, simpanan qurban, dan simpanan sukarela, akan tetapi juga memberikan pembiayaan untuk anggota dan calon anggota, antara lain produk pembiayaannya meliputi Rahn/Gadai, Qardul Hasan, Murabahah, dan Mudharabah.⁷

KSPPS NURI JATIM Cabang Pegantenan banyak diminati oleh masyarakat dikarenakan terdapat banyak faktor. Pertama, KSPPS NURI JATIM berada di bawah naungan pondok pesantren Darul Ulum Banyuwangi. Masyarakat percaya jika menitipkan uang di KSPPS tersebut aman karena dibawah naungan kyai serta bisa membantu perekonomian pondok pesantren. Kedua, pelayanan yang dilakukan oleh Pihak KSPPS NURI JATIM merupakan pelayanan terbaik untuk anggota, seperti penjemputan tabungan kerumah dan penarikan tabungan bisa diantarkan kerumah anggota.⁸ Ketiga, KSPPS NURI JATIM Cabang Pegantenan menjadi funding terbaik. KSPPS NURI JATIM Cabang Pegantenan bisa mensupport kantor cabang lain di bagian funding karena bisa lebih dari target. Keempat, menggunakan aplikasi yang sesuai dengan kemajuan teknologi sekarang yaitu aplikasi KSPPS

⁷ <https://nurijatim.com/sekilas-sejarah/> diakses pada tanggal 30 April 2021, Pukul 09.00 WIB

⁸ Utik, Anggota KSPPS NURI JATIM Cabang Pegantenan; wawancara langsung, (29 April 2024).

NURI JATIM, yang mana aplikasi tersebut digunakan untuk mempermudah anggota dalam melakukan transaksi.⁹

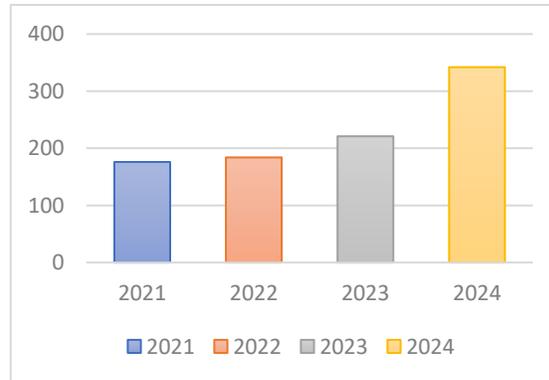
Dari berbagai produk yang ada di KSPPS NURI JATIM, salah satunya yaitu tabungan SISUKA. Tabungan SISUKA menggunakan satu akad yaitu akad Wadiah Yad Dhamanah. Akad ini merupakan akad penitipan uang, dimana pihak yang di percaya boleh memanfaatkan uang tersebut. Dalam hal ini pihak pengelola bisa menggunakan uang tersebut untuk dijalankan sehingga nantinya jika mendapatkan banyak bonus akan dibagi sesuai dengan yang diperoleh. Adapun yang menarik dari produk ini adalah biaya yang digunakan lebih kecil dibandingkan dengan produk lainnya. Selain itu produk SISUKA dapat berguna untuk sarana investasi yang murni dan Anggota dapat melakukan penyetoran dan penarikan tunai dengan sangat mudah. Produk SISUKA dalam beberapa kurun waktu terakhir mengalami peningkatan anggotanya, dengan adanya peningkatan tersebut maka pasti ada strategi pemasaran yang menarik untuk meningkatkan jumlah anggota.¹⁰ Perkembangan jumlah anggota KSPPS NURI JATIM Cabang Pegantenan, sebagaimana berikut:

⁹ Ahmad Effendi, S.Kom., Marketing Funding KSPPS NURI JATIM Cabang Pegantenan; wawancara langsung, (24 Mei 2024).

¹⁰ <https://nurijatim.com/> diakses pada tanggal 22 Mei 2024 pukul 15.30 WIB

Gambar 1.1

Jumlah anggota SISUKA KSPSS Nuri Jatim Cabang Pegantenan



Sumber: Dokumen RAT KSPSS Nuri Jatim

Berdasarkan grafik di atas anggota SISUKA KSPSS NURI JATIM Cabang Pegantenan pada tahun 2021 berjumlah 176, tahun 2022 berjumlah 183, tahun 2023 berjumlah 223 dan pada tahun 2024 berjumlah 341. Maka dilihat dari grafik diatas anggota SISUKA di KSPSS Nuri Jatim Cabang Pegantenan mengalami peningkatan. Selain itu, dibandingkan dengan jumlah anggota produk tabungan lainnya seperti SAHARA, SITUS, SIDIK, SIAGA, SURBAN dan SIHAJIR produk SISUKA lebih unggul.

Dengan demikian, berdasarkan konteks penelitian peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengangkat judul **“Analisis Strategi Pemasaran Produk Tabungan SISUKA dalam Meningkatkan Anggota di KSPSS NURI JATIM Cabang Pegantenan”**.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Strategi Pemasaran Produk Tabungan SISUKA dalam meningkatkan anggota di KSPPS NURI JATIM Cabang Pegantenan?
2. Apa faktor penghambat dalam melakukan Strategi Pemasaran Produk Tabungan SISUKA di KSPPS NURI JATIM Cabang Pegantenan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang terbentuk maka penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Strategi Pemasaran Produk Tabungan SISUKA dalam meningkatkan minat anggota di KSPPS NURI JATIM Cabang Pegantenan.
2. Untuk mengetahui faktor penghambat dalam melakukan Strategi Pemasaran Produk Tabungan SISUKA di KSPPS NURI JATIM Cabang Pegantenan.

D. Kegunaan Penelitian

Dalam bagian ini menerangkan manfaat atau urgensi dari penelitian, baik kegunaan dari ilmiah (teoritis) ataupun kegunaan sosial (praktis)¹¹. Adapun manfaat dalam penelitian ini, yaitu:

¹¹Tim Penyusun Pedoman Karya Ilmiah, Pedoman Penulisan Karya Ilmiah, Edisi Revisi (Pamekasan: Institut Agama Islam Negeri Madura, 2020), 19.

1. Kegunaan Teoritis

Kegunaan teoritis merupakan kegunaan dalam sisi ilmu pengetahuan atau ilmiah, kegunaan teoritis bertujuan untuk menambah khazanah ilmu pengetahuan.¹²

Adapun kegunaan teoritis dalam penelitian ini, yaitu:

a. Bagi Peneliti

Adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah pengalaman dan pengetahuan peneliti serta menambah wawasan terkhusus Strategi Pemasaran Produk Tabungan SISUKA dalam meningkatkan anggota.

b. Bagi IAIN Madura

Bagi IAIN Madura dengan hasil penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi terhadap perkembangan suatu ilmu pengetahuan di IAIN Madura dan dapat dijadikan referensi yang bermanfaat bagi program studi perbankan syariah sebagai pedoman jika ingin melakukan penelitian yang sama.

c. Bagi Penelitian Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu penelitian selanjutnya dalam memahami dan mengetahui tentang pengaruh Strategi Pemasaran Produk Tabungan SISUKA dalam meningkatkan anggota.

¹² Syafruddin Jamal, "Merumuskan Tujuan dan Manfaat Penelitian", *Jurnal Ilmiah Dakwah dan Komunikasi*, Vol. III No. 5, (2012):154.

2. Kegunaan Praktis

Kegunaan praktis dapat dipahami juga sebagai kegunaan sosial atau terpakai, kegunaan praktis sendiri merupakan kegunaan yang bertujuan supaya bisa melakukan sesuatu yang jauh lebih baik, efektif dan efisien.¹³ Adapun kegunaan praktis dari penelitian ini, yaitu:

a. Bagi KSPPS NURI JATIM Cabang Pegantenan

Adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan informasi bagi KSPPS NURI Jawa Timur Cabang Pegantenan dalam mengevaluasi dan menyempurnakan strategi pemasarannya terkhusus produk tabungan SISUKA untuk meningkatkan anggota

b. Bagi Masyarakat Umum

Diharapkan dengan adanya penelitian ini bisa memmmberikan pengetahuan dan pemahaman yang lebih baik tentang perbankan syariah kepada masyarakat umum.

E. Definisi Istilah

Guna menghindari adanya perbedaan dan kesalahan pemaknaan oleh pembaca mengenai istilah pada penelitian ini, maka peneliti berusaha mendefinisikan istilah-istilah yang terdapat pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Analisis adalah penyelidikan terhadap suatu peristiwa (karangan, perbuatan, dan sebagainya) untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya.¹⁴

¹³ *Ibid*, 154.

¹⁴Arti Kata Analisis di Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) <https://kbbi.web.id/analisis> (diakses 29 April 2024, Jam 15.00)

2. Strategi Pemasaran adalah rangkaian upaya yang dilakukan oleh perusahaan dalam rangka mencapai tujuan tertentu.¹⁵
3. KSPPS yaitu koperasi dimana aktivitas usahanya meliputi pinjaman, simpanan dan pembiayaan yang sesuai dengan ketentuan syariah yang mana terkait juga dengan pengelolaan zakat, infaq atau sedekah dan wakaf.¹⁶
4. SISUKA adalah Simpanan untuk kebutuhan umum yang bisa ditarik kapan saja dan untuk apa saja dengan akad wadiah.¹⁷

F. Kajian Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu bertujuan untuk mendapatkan bahan perbandingan dan acuan. Selain itu, untuk menghindari anggapan kesamaan dengan peneliti ini. Maka peneliti mencantumkan hasil-hasil penelitian terdahulu sebagai berikut:

Pertama, Reza Sri Rahayu (2022), judul skripsi “Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Pada Bank Syariah Mandiri”. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif deskriptif, dengan hasil penelitian bahwa Penerapan empat unsur strategi pemasaran yang terdiri dari produk (product), harga (price), promosi (promotion) dan tempat (place), sangat membantu dalam menentukan sasaran pasar agar dapat menjangkau nasabah ideal dari berbagai

¹⁵ Marissa grace, dkk, *Strategi Pemasaran: Konsepsi, Teori dan Implementasi*, (Tangerang Selatan: Pascal Book, 2022):9.

¹⁶ Peraturan Menteri Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Republik Indonesia, Nomor 16/Per/M.KUKM/IX/2015, diakses pada 14 Mei 2024 Pukul 15.30 WIB

¹⁷ <https://nuriyatim.com/simpanan/> di akses pada tanggal 03 Juni 2024 pukul 18.00

golongan masyarakat. Penerapan empat unsur marketing mix sangat berguna untuk menarik minat nasabah dan mempertahankan nasabah.¹⁸

Kedua, Anggriani Syafruddin (2020), judul skripsi “Strategi Pemasaran Produk Simpanan Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Di BMT Fauzan Azhiima Pare-Pare”. Metode yang digunakan metode kualitatif, dengan hasil penelitian perencanaan strategi pemasaran yang diterapkan oleh BMT Fauzan Azhiima adalah menggunakan produk simpanan. Dalam strategi pemasaran produk simpanan dapat memberikan pelayanan yang baik dan kepercayaan nasabah. Dan strategi pemasaran yang digunakan adalah bauran pemasaran dalam memasarkan produk simpanan, dapat meningkatkan jumlah nasabah.¹⁹

Ketiga, Sri Ramadhani (2022), judul skripsi “Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Pada Bank Syari’ah Indonesia (Studi Kasus Bank Syari’ah Indonesia KCP Kisaran pada Masyarakat Desa Sei Kamah II)”. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif, dengan pendekatan deskriptif. Dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang digunakan oleh BSI KCP Kisaran dengan menerapkan metode pemasaran marketing mix 7P. Melalui strategi produk, BSI KCP Kisaran mengembangkan 16 jenis produk tabungan. Melalui strategi harga, BSI KCP Kisaran memasarkan harga relatif lebih murah dibanding kompetitor lainnya. Melalui strategi lokasi yang cukup strategis dan berada dipusat Kota Kisaran. Melalui strategi

¹⁸ Reza Sri Rahayu, “Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Pada Bank Syari’ah Mandiri”, (Disertasi, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2020)

¹⁹ Anggriani Syafruddin, “Strategi Pemasaran Produk Simpanan Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Di BMT Fauzan Azhiima Pare-Pare”, (Disertasi, IAIN Pare-Pare, 2020)

promosi kurang maksimal karena hanya menerapkan personal selling. Melalui strategi proses yang di terapkan cukup mudah dan cepat. Melalui strategi people, tim marketing dan customer service yang bertanggung jawab dalam memasarkan produk dan strategi fisik evdance sudah cukup baik dengan memberikan fasilitas AC, kursi antrian nasabah, mushollah, toilet.²⁰

Keempat, Rusmini Asih (2021), judul skripsi “Strategi Pemasaran Produk Tabungan Mudharabah (TABAH) Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Lembaga KSPP Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Wringin Bondowoso”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Dengan hasil penelitian bahwa strategi pemasaran produk tabungan mudharabah (Tabah) dalam meningkatkan jumlah nasabah pada lembaga BMT NU JATIM Cabang Wringin Bondowoso menggunakan bauran pemasaran 7P & 1C yaitu product, price, place, promotion, people, process, physical evidence dan Customer Service. Dimana pihak BMT NU memasarkan produk tabungan mudharabahnya melewati promosi (Promotion) dengan penyebaran brosur dengan melakukan door to door ke rumah nasabah atau instansi-instansi dan juga adanya sistem jemput bola yang dapat memudahkan nasabah. BMT NU selalu memperhatikan kepuasan nasabah juga, kualitas pelayanan, guna menciptakan loyalitas pelanggan. Karena apabila nasabah puas maka nasabaha kan loyal.²¹

²⁰ Sri Ramadhani, “Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Pada Bank Syari’ah Indonesia (Studi Kasus Bank Syari’ah Indonesia KCP Kisaran pada Masyarakat Desa Sei Kamah II)”, (Disertasi, Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, 2022)

²¹ Rusmini Asih, “Strategi Pemasaran Produk Tabungan Mudharabah (TABAH) Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Lembaga KSPP Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Wringin Bondowoso”, (Disertasi, IAIN Jember, 2021)

Kelima, Yusup Andi Irawan (2019), judul skripsi “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Anggota Pada Produk Pembiayaan Murabbahah (Study Pada Baitul Mal Wat Tamwil Bangun Drajad Sejahtera Tulang Bawang)”. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif. Hasil dari penelitian ini bahwa di BMT Bangun Drajad Sejahtera menerapkan beberapa strategi pemasaran sebagai upaya dalam menarik minat anggota dalam menggunakan produk murabbahah, diantaranya: strategi produk, strategi harga, strategi tempat dan strategi promosi serta beberapa media seperti periklanan, promosi dan personal selling. Dalam meningkatkan jumlah anggota adalah dengan meningkatkan pelayanan kepada anggota, meningkatkan kualitas SDM, meningkatkan kegiatan promosi kepada masyarakat, meningkatkan kualitas keagamaan melalui kajian syariat islam.²²

Adapun persamaan dan perbedaan dari penelitian dahulu, sebagai berikut:

Tabel 1.1

Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu

No.	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	“Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Pada Bank Syari’ah Mandiri”	Sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif dan juga mengangkat judul meningkatkan jumlah nasabah tabungan.	Terdapat pada tempat penelitian. Penulis melakukan penelitian di KSPPS NURI JATIM Cabang Pegantenan, sedangkan skripsi Reza Sri Rahayu

²² Yusup Andi Irawan, “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Anggota Pada Produk Pembiayaan Murabbahah (Study Pada Baitul Mal Wat Tamwil Bangun Drajad Sejahtera Tulang Bawang)”, (Disertasi, UIN Raden Intan Lampung, 2019)

			melakukan penelitian di Bank Syari'ah Mandiri.
2.	“Strategi Pemasaran Produk Simpanan Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Di BMT Fauzan Azhiima Pare-Pare”	Sama-sama menggunakan penelitian kualitatif dan juga mengangkat judul yang sama yaitu meningkatkan jumlah nasabah.	Terdapat pada tempat penelitian. Penulis melakukan penelitian di KSPPS NURI JATIM Cabang Pegantenan, sedangkan skripsi Anggriani Syafruddin di BMT Fauzan Azhiima Pare-Pare.
3.	“Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Pada Bank Syari'ah Indonesia (Studi Kasus Bank Syari'ah Indonesia KCP Kisaran pada Masyarakat Desa Sei Kamah II)”	Sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dan juga mengangkat judul yang sama yaitu meningkatkan jumlah nasabah.	Terdapat pada tempat penelitian. Penulis melakukan penelitian di KSPPS NURI JATIM Cabang Pegantenan, sedangkan skripsi Sri Ramadhani di Bank Syari'ah Indonesia KCP Kisaran.
4.	“Strategi Pemasaran Produk Tabungan Mudharabah (TABAH) Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Lembaga KSPS Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Wringin Bondowoso”	Sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif dan juga mengangkat judul yang sama yaitu meningkatkan jumlah nasabah.	Terdapat pada tempat penelitian. Penulis melakukan penelitian di KSPPS NURI JATIM Cabang Pegantenan, sedangkan skripsi Rusmini Asih di KSPS Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Wringin Bondowoso.
5.	Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Anggota Pada	Sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dan juga	Terdapat pada tempat penelitian. Penulis melakukan penelitian di KSPPS

	Produk Pembiayaan Murabbahah (Study Pada Baitul Mal Wat Tamwil Bangun Drajad Sejahtera Tulang Bawang)”	mengangkat judul penelitian yang sama yaitu meningkatkan jumlah anggota	NURI JATIM Cabang Pegantenan, sedangkan skripsi Yusup Andi Irawan di Baitul Mal Wat Tamwil Bangun Drajad Sejahtera Tulang Bawang
--	--	---	--