

**ANALISIS SWOT STRATEGI PEMASARAN *LINE FACILITY*
(*AT-TASHILAT AS-SAQFIYAH*) UNTUK USAHA MIKRO
KECIL MENENGAH DAN UNTUK PENINGKATAN
KUALITAS PERUMAHAN DI KSU SYARIAH
MUHAMMADIYAH BLITAR**

SKRIPSI



Oleh :

Dewi Sinta Wulandari
NIM. 2823123029

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
TULUNGAGUNG
2016**

**ANALISIS SWOT STRATEGI PEMASARAN LINE FACILITY
(AT-TASHILAT AS-SAQFIYAH) UNTUK USAHA MIKRO
KECIL MENENGAH DAN UNTUK PENINGKATAN
KUALITAS PERUMAHAN DI KSU SYARIAH
MUHAMMADIYAH BLITAR**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung
untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu dalam Keilmuan Ekonomi Syariah (S.E.Sy.)



Oleh :

Dewi Sinta Wulandari
NIM. 2823123029

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
TULUNGAGUNG
2016**

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul “Analisis SWOT Strategi Pemasaran *Line Facility (At-Tashilat As-Saqfiyah)* untuk Usaha Mikro Kecil Menengah dan untuk Peningkatan Kualitas Perumahan di KSU Syariah Muhammadiyah Blitar” yang ditulis oleh Dewi Sinta Wulandari, NIM. 2823123029 ini telah diperiksa dan disetujui, serta layak diujikan.

Tulungagung, 29 Juni 2016

Pembimbing,

MUHAMAD AQIM ADLAN, M.E.I

NIP. 197406142008011008

Mengetahui,

Ketua Jurusan Perbankan Syariah

MUHAMAD AQIM ADLAN, M.E.I

NIP. 197406142008011008

LEMBAR PENGESAHAN

ANALISIS SWOT STRATEGI PEMASARAN *LINE FACILITY (AT-TASHILAT AS-SAQFIYAH)* UNTUK USAHA MIKRO KECIL MENENGAH DAN UNTUK PENINGKATAN KUALITAS PERUMAHAN DI KSU SYARIAH MUHAMMADIYAH BLITAR

SKRIPSI

Disusun Oleh

DEWI SINTA WULANDARI

NIM. 2823123029

Telah dipertahankan di depan dewan penguji pada tanggal **29 Juni 2016** dan telah dinyatakan diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar strata satu Sarjana Ekonomi Syariah (S.E.Sy.)

Dewan Penguji

Tanda Tangan

Ketua Penguji :

Qomarul Huda, M.Ag

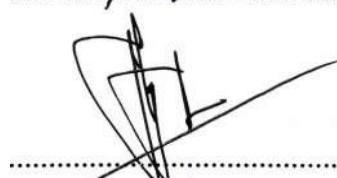
NIP. 1973040142003121003



Penguji Utama :

Dr. Agus Eko Sujianto, SE.,MM

NIP. 197108072005011003



Sekretaris/Penguji :

M. Aqim Adlan, M.E.I

NIP. 197406142008011008



Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

IAIN Tulungagung



PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : DEWI SINTA WULANDARI
NIM : 2823123029
Jurusan/Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi/karya tulis yang berjudul “Analisis SWOT Strategi Pemasaran *Line Facility (At-Tashilat As-Saqfiyah)* untuk Usaha Mikro Kecil Menengah dan untuk Peningkatan Kualitas Perumahan di KSU Syariah Muhammadiyah Blitar” merupakan hasil karya sendiri, bebas dari segala unsur plagiasi. Kutipan pendapat dan tulisan orang lain ditunjukkan dengan kaidah penulisan karya ilmiah yang berlaku.

Apabila terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi/karya tulis ini terkandung unsur atau ciri plagiasi dan bentuk-bentuk peniruan lain yang dianggap melanggar peraturan maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Tulungagung, 29 Juni 2016

Dewi Sinta Wulandari

MOTTO

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَآدْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا

لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

“Apabila telah ditunaikan shalat, Maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.” (*QS. Al Jumu’ah 10*)¹

¹Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Quran dan Tafsirnya*, Jakarta: Widya Cahaya, 2010, hal. 134

PESEMBAHAN

Dengan segenap kerendahan hati, kupersembahkan Skripsi ini kepada orang-orang yang sangat berarti dalam hidup saya, berkat semangat dan dukungan hingga terselesaikanlah skripsi ini.

Bapak dan Ibu tercinta, Bapak Darmaji dan Ibu Erni. Saya ucapkan terima kasih atas kasih sayang yang tulus, dan telah membimbing serta memberikan pendidikan untuk bekal masa depanku. Semoga dengan karya tulis ini dapat membuat bangga Bapak dan Ibu, dan akan saya jaga selalu kepercayaan yang Bapak dan Ibu berikan.

Kakakku Endik, yang selalu usil dan mengerti saya. Terima kasih telah membantu dan mendukung saya menyelesaikan pendidikan ini, tanpamu pencapaian ini bagaikan angan-angan belaka. Semoga kelak kedua putrimu mendapatkan pendidikan yang terbaik.

Untuk kedua keponakan tersayang, Raya dan Dila. Meskipun kalian sering mengganggu, kehadiran kalian menjadi penghibur dengan tingkah laku lucu dan imut. Hingga perasaan jemu, lelah, dan bingung sedang menghinggapi menjadi hilang. Gapailah cita-citamu, tuntutlah ilmu setinggi mungkin, dan berbagilah dengan saudaramu.

Untuk Sahabatku Afifa, Biutty, Dian Hafida. Terima kasih atas motivasi saran dan tempat singgahnya dan kebersamaan yang kita jalani, maaf telah merepotkan kalian. Semoga kalian semua dapat menggapai cita-cita dan sukses selalu.

Untuk Sahabatku Dwilina, Ellen, dan Farhana yang berjuang bersama. Terima kasih telah menemani diberbagai kesempatan waktu dan tempat. Kita berjuang bersama-sama untuk menyelesaikan skripsi kita. Semoga kalian semua menjadi orang sukses dan tetap rendah hati.

PRAKATA

Segala puji syukur Alhamdulillah peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, taufik serta hidayahNya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian Skripsi ini. Tak lupa shalawat serta salam senantiasa abadi tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang senantiasa menjadi suri tauladan bagi umatNya.

Peneliti penyadari bahwa proses penyusunan Skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Maftukhin, M.Ag. selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.
2. Bapak prof. H. Imam Fu'adi, M.Ag. selaku wakil Rektor bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.
3. Bapak H. Dede Nurrohman, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.
4. Bapak Muhamad Aqim Adlan, S.Ag.,S.Pd.,M.E.I. selaku ketua Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung dan selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan koreksi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Ibu Sri Eka Astutiningsih, SE.,MM. Selaku Dosen Wali Studi yang telah memberikan bimbing dan pengarahan kepada peneliti selama kuliah di Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.
6. Segenap bapak/ibu Dosen Fakultas Bisnis dan Islam IAIN Tulungagung yang telah membimbing dan memberikan wawasannya sehingga studi ini dapat terselesaikan.

7. Bapak Arif Rachman dan segenap Karyawan KSU Syariah Muhammadiyah Blitar yang telah membantu dalam penelitian sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
8. Segenap teman-teman Perbankan Syariah angkatan 2012
9. Semua pihak yang telah membantu teselesaiannya penelitian skripsi ini.

Semoga Allah SWT membalas kebaikan semua pihak yang telah membantu peneliti dalam penyusunan skripsi ini. Peneliti menyadari bahwa dalam penulisan dan penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna, sehingga peneliti akan sangat berterima kasih untuk saran dan kritikan yang membangun untuk menyempurnakan skripsi ini.

Akhirnya peneliti berharap semoga skripsi ini bermanfaat dan mendapat ridha Allah SWT.

Tulungagung, 29 Juni 2016

Peneliti

Dewi Sinta Wulandari

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Analisis SWOT Strategi Pemasaran *Line Facility (At-Tashilat As-Saqfiyah)* untuk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dan untuk Peningkatan Kualitas Perumahan (PKP) di KSU Syariah Muhammadiyah Blitar” ini ditulis oleh Dewi Sinta Wulandari. Jurusan Perbankan Syariah, NIM 2823123043, pembimbing Muhamad Aqim Adlan S.Ag.,S.Pd., M.E.I.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena bahwa kegiatan pemasaran merupakan aspek penting dalam kegiatan bisnis. Peneliti melihat permasalahan tentang strategi pemasaran yang digunakan untuk produk *Line Facility (At-Tashilat As-Saqfiyah)* yang masih asing untuk masyarakat umum di KSU Syariah Muhammadiyah Blitar. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan pentingnya strategi pemasaran dalam lingkup bisnis. Terutama untuk produk yang masih baru dalam pasar.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah (1) Bagaimanakah penerapan strategi pemasaran yang digunakan untuk produk *Line Facility (At-Tashilat As-Saqfiyah)* untuk UMKM dan untuk PKP di KSU Syariah Muhammadiyah Blitar? (2) Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kegiatan strategi pemasaran produk *Line Facility (At-Tashilat As-Saqfiyah)* untuk UMKM dan untuk PKP di KSU Syariah Muhammadiyah Blitar? (3) Dengan menggunakan model analisis SWOT, strategi pemasaran manakah yang paling tepat digunakan oleh KSU Syariah Muhammadiyah Blitar guna memasarkan produk *Line Facility (At-Tashilat As-Saqfiyah)* untuk UMKM dan untuk PKP? Metode penelitian yang digunakan yaitu kualitatif dengan metode pengumpulan data menggunakan *interview*, observasi, dan dokumentasi yang dilakukan di KSU Syariah Muhammadiyah Blitar.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Strategi pemasaran yang digunakan selama ini adalah Penetrasi Pasar yang meliputi *segmentation, targeting, positioning (STP)* dan *marketing mix*. (2) Berdasarkan hasil analisis faktor-faktor yang mempengaruhi strategi pemasaran diidentifikasi melalui matrik IFE dan EFE bahwa kekuatan utama yang dimiliki KSU Syariah Muhammadiyah Blitar yaitu produk pembiayaan *Line Facility* baik untuk UMKM maupun untuk PKP. Sedangkan kelemahan utamanya adalah kurang efektifnya promosi yang digunakan. Peluang utama KSU Syariah Muhammadiyah Blitar adalah peningkatan jumlah DPK dari tabungan dan simpanan berjangka. Sedangkan ancaman utamanya adalah munculnya pesaing yang kompetitif. (3) Berdasarkan analisis SWOT alternatif strategi yang dipilih sebagai strategi terbaik dengan QSPM adalah jemput bola kepada calon mitra, menambah target pasar baru, dan meningkatkan jumlah mitra produk simpanan. Keseluruhan dari alternatif strategi tersebut merupakan strategi Pengembangan Pasar.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, SWOT, *Line Facility*

ABSTRACT

Thesis with title “SWOT Analysis of Line Facility (At-Tashilat As-Saqfiyah) Marketing Strategy for Micro Small Medium Enterprises (MSME) and Improvement of Housing Quality (IHQ) in KSU Syariah of Muhammadiyah Blitar” is written by Dewi Sinta Wulandari, Syariah Banking Department, NIM 2823123043, Advisor: Muhamad Aqim Adlan S.Ag.,S.Pd., M.E.I.

This research is based on phenomena that marketing is the important aspect in business. The researcher observed the problem of marketing strategy used by Line Facility product (At-Tashilat As-Saqfiyah), in which it was rarely used by society in KSU Syariah of Muhammadiyah Blitar. Hence, this research is aimed to explain the important of marketing strategy in business area especially for new product.

The statements of problem in this research are: (1) How is the application of marketing strategy used by Line Facility product (At-Tashilat As-Saqfiyah) for MSME and IHQ in KSU Syariah of Muhammadiyah Blitar? (2) What are the factors influencing the marketing strategy of Line Facility product (At-Tashilat As-Saqfiyah) for MSME and IHQ in KSU Syariah of Muhammadiyah Blitar? (3) By using SWOT analysis, which marketing strategy is the most appropriate used by KSU Syariah of Muhammadiyah Blitar in order to offer Line Facility product (At-Tashilat As-Saqfiyah) for MSME and IHQ? The research method used was qualitative, in which the data collection techniques were interview, observation, and documentation conducted in KSU Syariah of Muhammadiyah Blitar.

The result of this research showed that (1) Marketing strategy used was Market Penetration which involved segmentation, targeting, positioning (STP) and marketing mix. (2) Based on the analysis result, the factors influencing marketing strategy were identified by using metric of IFE and EFE, in which the main strength belonged to KSU Syariah of Muhammadiyah Blitar was a good funding of Line Facility product for MSME and IHQ. However, the main weakness was the less effective promotion used by them. The main chance of KSU Syariah of Muhammadiyah Blitar was the increasing of DPK amount from savings and time savings. Hence, the main treat was the occurrence of competitive competitors. (3) Based on SWOT analysis, the alternative strategy chosen as the best strategy with QSPM were picking the ball towards the associate candidates, increasing new market target, and increasing the amount of savings product associates. Those whole alternative strategies involved in the strategy of Market Development.

Keywords : Marketing Strategy, SWOT, Line Facility

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
PERSETUJUAN.....	iii
PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN.....	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
PRAKATA	viii
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Kegunaan Penelitian	10
E. Penegasan Istilah	10
1. Penegasan konseptual	11
2. Penegasan operasional	13
F. Sistematika Pembahasan.....	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Diskripsi Teori	15
1. Pemasaran	15
2. Strategi Pemasaran.....	20
3. Analisis Strategi Pemasaran.....	23

4. Analisis SWOT	37
5. Koperasi Syariah.....	43
6. Produk <i>Line Facility (At-Tashilat As-Saqfiyah)</i>	47
B. Penelitian Terdahulu.....	52
C. Paradigma Penelitian	56

BAB III METODELOGI PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian	59
B. Kehadiran Peneliti	60
C. Lokasi Penelitian	60
D. Sumber Data	61
E. Teknik Pengumpulan Data	62
F. Analisis Data.....	65
G. Pengecekan Keabsahan Temuan	74
H. Tahap-Tahap Penelitian	75

BAB IV HASIL TEMUAN

A. Deskripsi Data	77
1. Profil lembaga.....	77
2. Visi, Misi, dan Tujuan	78
3. Struktur Organisasi	79
4. Produk KSU Syariah Muhammadiyah Blitar	82
B. Deskripsi Hasil Temuan	85
1. Penerapan strategi pemasaran yang digunakan pada produk line facility untuk UMKM dan untuk PKP	85
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi kegiatan pemasaran produk line facility (At-Thasilat As-Saqfiyah) untuk UMKM dan untuk PKP	95
3. Pemilihan Strategi Pemasaran Produk Line Facility (At-Thasilat As-Saqfiyah) untuk UMKM dan untuk PKP	103
C. Analisis Data Dengan Menggunakan Swot	105
1. Faktor strategis internal.....	106
2. Faktor strategis eksternal	111

3. Matriks <i>Internal Factor Evaluation</i> (IFE)	116
4. Matriks <i>External Factor Evaluation</i> (EFE)	117
5. Analisis SWOT	119
6. Analisis <i>Matrix Quantitative Strategic Planning</i> (QSPM).....	122

BAB V PEMBAHASAN

A. Strategi Pemasaran Ksu Syariah Muhammadiyah Blitar	123
B. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Strategi Pemasaran KSU Syariah Muhammadiyah Blitar.....	129
C. Strategi Pemasaran Yang Tepat Dengan Menggunakan SWOT Pada KSU Syariah Muhammadiyah Blitar	133

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan.....	137
B. Saran	138

DAFTAR RUJUKAN

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Percentase Rumah Tangga Menurut Kualitas Perumahan (%) 2011-2014.....	5
Tabel 1.2	Percentase Rumah Tangga (Ruta) Menurut Kualitas Sanitsi, Sumber Air Minum, Dan Penerangan (%) 2011-2014.....	6
Tabel 1.3	Industri Kecil Menengah Menurut Sub Sektor 2014	6
Tabel 1.4	Realisasi Pembiayaan <i>Line Facility</i>	7
Tabel 2.1	Matriks SWOT.....	42
Tabel 3.1	Penilaian Bobot Faktor Strategis Internal atau Eksternal Perusahaan.....	68
Tabel 3.2	Matriks IFE (<i>Internal Factor Evaluation</i>)	69
Tabel 3.3	Matrik EFE (external Factor Evaluation).....	71
Tabel 3.4	Analisis Matriks SWOT	71
Tabel 3.5	Matriks QSPM.....	74
Tabel 4.1	Biaya Administrasi Barang Cetak	89
Tabel 4.2	Biaya Kegiatan Pemasaran KSU Syariah Muhammadiyah Blitar.....	92
Tabel 4.3	Pendapatan Produk <i>Line Facility</i> untuk UMKM dan untuk PKP.....	94
Tabel 4.4	Penduduk Kota Blitar Tahun 2009-2014 (Menurut Jenis Kelamin).....	101
Tabel 4.5	Penduduk Menurut Agama.....	102
Tabel 4.6	Hasil Matriks IFE (<i>Internal Factor Evaluation</i>).....	116
Tabel 4.7	Hasil Matriks EFE (<i>External Factor Evaluation</i>).....	118

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Diagram Analisis SWOT	39
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran Penelitian.....	57
Gambar 4.1 Struktur Organisasi	81
Gambar 4.2 Promosi Penjualan KSU Syariah Muhammadiyah Blitar Tahun 2015	90
Gambar 4.3 Grafik Jumlah Mitra Pembiayaan <i>Line Facility</i> untuk UMKM dan PKP Tahun 2012-2015.....	93
Gambar 4.4 Hasil Matriks SWOT	121

DAFTAR LAMPIRAN

1. Pedoman Wawancara
2. Pedoman Observasi
3. Pedoman Dokumentasi
4. *Check List* Analisis SWOT
5. Hasil Perhitungan Bobot, Rating Dan Daya Tarik
6. Hasil Matrik IFE dan EFE
7. Hasil Matrik QSPM
8. Laporan Keuangan
9. Biografi Peneliti
10. Bukti Penelitian
11. Foto

DAFTAR RUJUKAN

- Afrianti, Aan. 2010. *Strategi Koperasi Jasa Keuangan Syariah dalam Menekan Tingkat Non Perfoming Financing (NPF) Studi Kasus pada KJKS Arrahmah Cinere*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.
- Departemen Agama RI. Al-Qur'an dan Tafsirnya. Jilid I. 2010. Jakarta: Lentera Abadi.
- _____ Al-Qur'an dan Tafsirnya. Jilid II. 2010. Jakarta: Lentera Abadi.
- _____ Al-Qur'an dan Tafsirnya. Jilid VI. 2010. Jakarta: Lentera Abadi.
- _____ Al-Qur'an dan Tafsirnya. Jilid VII. 2010. Jakarta: Lentera abadi.
- _____ Al-Qur'an dan Tafsirnya. Jilid X. 2010. Jakarta: Lentera Abadi.
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Chulsum, Umi dan Windy Novia. 2006. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Surabaya: Yoshiko.
- Darmawa, Diadumi. et. all. 1984. *Kamus Istilah Ekonomi*. Jakarta: Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa Departemen Pendidikan dan Kebudayaan.
- David, Fred R. 2010. *Manajemen Strategis*, terj. Dono Sunardi. Jakarta : Salemba Empat.
- Dokumen Standar Operasional Manajemen dan Standar Operasional Prosedur KSU Syariah Muhammadiyah Blitar
- Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 45/DSN-MUI/II/2005
- Hayati, Wiwik. 2012. *Strategi Pemasaran Produk Funding pada PT. BPRS Ben Salamah Abadi Purwodadi*. Semarang: Institut Agama Islam Negeri Walisongo.

- Hasan, Ali. 2010. *Marketing Bank Syariah*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Juliandi, Azuar, Irfan, dan Saprinal Manurung. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis, Konsep dan Aplikasi*. Medan:UMSU Press.
- Kartajaya, Hermawan. 2010. *Brand Operation*. Jakarta : Esensi Group
- Kotler, Philip. 1984. *Marketing Essentials*, terj. Herujati Purwoto, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Fernando Tris De Bes. 2003. *Lateral Marketing*. Jakarta: Erlangga.
- Laporan Pertanggung Jawaban KSU Syariah Muhammadiyah Blitar. 2015
- Malcolm H.B Mc Donald dan Warren J. Keegan. 1999. *Marketing Plans That Work: Kiat Mencapai Pertumbuhan dan Profitabilitas Melalui Perencanaan Pemasaran yang Efektif*. Jakarta: ERLANGGA.
- Manulang, M. 2008. *Pengantar Bisnis*. Yogyakarta: GADJAH MADA UNIVERSITY PRESS.
- Mappiare AT, Andi. 2009. *Dasar-Dasar Metodologi Riset Kualitatif untuk Ilmu Sosial dan Profesi*. Malang: Jenggala Pustaka Utama.
- Marwanto, Eko. *Marketing Mix* dalam. <http://www.ekomarwanto.com/2012/04/marketing-mix-7p-produk-price-promotion.html>. Diakses tanggal 13 Maret 2016 pukul 14.15 wib.
- Maulana, Irwan. 2011. *Konsekuensi Hukum Wa''ad Perbankan Syariah (Analisis Fikih pada Akta Wa'ad Bank Muamalat Indonesia dan Bank Syariah Mandiri)*. Jakarta: Universitas Indonesia. Tesis.
- Moleong, Lexy J. 2005. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Muhammad. 2007. *Lembaga Ekonomi Syariah*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Nurhartati, Fitri dan Ika Saniyati Rahmaniyyah. 2008. *Koperasi Syariah*. Surakarta: Era Intermadia.

- Oktavianti, Ita. 2012. *Analisis Strategi Pemasaran Produk Tabungan BSM PT Bank Syariah Mandiri, KCP Lebak-Banten*. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Pearce, John A. II dan Richard B. Robinson. 2013. *Manajemen Strategis*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Pravitasari, Sri Yati. 2010. *Analisis SWOT Sebagai Dasar Perumusan Strategi Pemasaran Berdaya Saing (Studi pada Dealer Honda Tunggal Sakti di Semarang)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Rangkuti, Freddy. 2006. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Reza, Amran. 2007. *Hak Milik Kebendaan atas Objek Pembiayaan Bank Syariah (Suatu Tinjauan Yuridis Pembiayaan Line Facility oleh PT. Bank Syariah Mandiri)*. Depok : Fakultas Hukum Universitas Indonesia. <https://core.ac.uk/download/files/451/12125748.pdf>
- Sabiq, Sayyid. 2006. *Fiqh Sunnah*. Jilid IV. terj. Nor Hasanuddin. Jakarta: Pena Pundi Aksara.
- Sari, Dien Novita. 2011. *Strategi Pemasaran Produk Ar-Rum (Ar-Rahn untuk Usaha Mikro Kecil) cabang Pegadaian Syariah Pondok Aren-Tangerang Selatan Bantentahun*. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Smith, P R. 2001. *Great Answer to Tought Marketing Question*. Jakarta: ERLAANGGA
- Sugiyono. 2013. Metodologi Penelitian Kombinasi (Mixed Methods). Bandung: Alfabeta
- Sunarto. 2006. *Manajemen Pemasaran 2: Seri Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: Adityamedia.
- Suryaningrum, Niken. 2011. *Strategi Pemasaran Produk Tabungan pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Utama Surakarta*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret

Taylor, J.R dan Kinnear T.C, *Marketing Research An Applied Approach, 5th Edision. USA:MC. Graw Hill Inc* dalam <http://dosen.narotama.ac.id/wp-content/uploads/2012/03/Analisis-strategi-pemasaran-usaha-jasa-pembuatan-dan-perbaikan-furniture-UD.-Suryani-furniture-Bogor-Jawa-Barat.pdf>

Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 Tentang UMKM

www.blitarkota.bps.go.id. Tanggal 14 Mei 2016 pukul 15.25 WIB

<http://www.bankmuamalat.co.id/produk/pembiayaan-anggota-koperasi#.VovRPvmUfXR>, diakses tanggal 05 Januari 2016. Pukul 21:25 WIB.

http://www.bankmuamalat.co.id/produk/kpr-muamalat-ib#.VovRQ_mUfXR,
diakses tanggal 05 Januari 2016 Pukul 13.40 WIB.

<http://library.binus.ac.id/eColls/eThesisdoc/Bab2/2011-2-01686-HM%20Bab2001.pdf/>, diakses tanggal 05 Maret 2016, pukul 20.12 wib