

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pengembangan Produk Simpanan di KSPPS BMT PETA (Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah BMT Perekonomian Tasyrikah Agung) Tulungagung” yang ditulis oleh Diyah Purwati Nim 1711143083 di bimbing oleh Bapak Dr. H. Dede Nurohman, M.Ag.

Penelitian ini di latarbelakangi, bahwa KSPPS BMT PETA Tulungagung berhasil dalam mengembang produk simpanan Tabaruk, Taburi, Tadabur, Tafakur, dan Tahajud, karena KSPPS BMT PETA mampu menarik minat masyarakat untuk menyimpan dananya. Keberhasilan ini dapat diukur dari perolehan nasabah dan data keuangan yang selalu meningkat disetiap tahunnya. Produk simpanan menggunakan prinsip wadi’ah dengan akad wadi’ah yad dhammanah. Strategi pengembangan produk simpanan yang dilakukan melalui mengembangkan produk yang sudah ada, memantau perkembangan pesaing, dan promosi dengan tujuan untuk meningkatkan kepuasan nasabah.

Fokus penelitian dalam skripsi ini adalah (1) Apa alasan KSPPS BMT PETA membuat produk simpanan ? (2) Bagaimana aplikasi mekanisme produk simpanan di KSPPS BMT PETA ? (3) Bagaimana strategi pengembangan produk simpanan di KSPPS BMT PETA ? (4) Apa saja kendala-kendala yang dihadapi dalam pengembangan produk simpanan di KSPPS BMT PETA ? (5) Bagaimana solusi yang dilakukan dalam menghadapi kendala-kendala pengembangan produk simpanan ?.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data adalah melalui observasi, wawancara mendalam, serta dokumen-dokumen lain.

Hasil dari penelitian ini adalah produk simpanan merupakan identitas ke khasan BMT, istilah produk simpanan sebagai sarana mempermudah masyarakat mengenal nama produk, istilah produk simpanan merupakan singkatan, pembuatan nama produk simpanan disemangati tasawuf, dan menyediakan sarana bagi masyarakat dalam menyimpan dana. Aplikasi mekanisme produk simpanan yaitu mekanisme pembukaan rekening, setoran simpanan, penarikan simpanan, dan penutupan rekening. Strategi pengembangan produk simpanan melalui strategi pemasaran seperti promosi, mengembangkan produk yang sudah ada, memantau perkembangan pesaing, dan jemput bola. Kendala-kendala yang dihadapi yaitu kendala internal seperti karyawan BMT terbatas, dan kendala eksternal yaitu banyaknya pesaing, dan promosi dari pesaing lebih menarik. Solusi untuk menghadapi kendala tersebut dengan adanya sosialisasi dan mengeluarkan promosi yang lebih menarik.

Kata Kunci: Strategi, Pengembangan Produk Simpanan

ABSTRACT

Thesis with the title “Strategy Development Saving Product KSPPS BMT PETA (Cooperative savings and loan financing shariah BMT economy great tasyrikah) Tulungagung” written by Diyah Purwati NIM 1741143083 guided by Mr.Dr. H. Dede Nurohman, M.Ag.

This research is motivated, that KSPPS BMT PETA succes in developing saving products Tabaruk, Taburi, Tadabur, Tafakur, dan Tahajud, because KSPPS BMT PETA is able to attract people to save their funds. This succes can be measured from the acquisition of customers and financial data is always increasing in each year. Savings product using wadi’ah principle with wadi’ah yadh dhamannah. Saving product development strategy that is done through developing exiting product, monitoring the development of competitors, promotion with the improve curtomer satisfaction.

The focus of research in this thesis are (1) What is the reason KSPPS BMT PETA make the product savings ? (2) How is the application of saving product mechanisme in KSPPS BMT PETA ? (3) How is the product development strategy of saving in KSPPS BMT PETA ? (4) What are the constraints faced in the development of saving products in KSPPS BMT PETA ? (5) How the solution is done in facing the constraints of saving product development ?.

This study used a qualitative research method with a descriptive approach. Source of data used is primary data and secondary data. Data collection method is through observation, in depth interview, and other documents.

The result of this research is the product savings is identity to khasan BMT, the term of deposit product as a means of facilitate the public to know name of the product, the term of store product is the abbreviation, the making of name product savory spirit of tasawuf, and provide the means for society in sasing the fund. Application of saving product mechanisme starting from account opening mechanisme, deposit, withdrawal of deposit, and account closure. Saving product development strategy through marketing strategies such as promotion, developing exiting product, monitoring the development of competitors, and pick up the ball. The constraints faced are internal constraints such as BMT employees are limited, and external constraints are the number of competitors, the promotion of competitors more interesting. Solutions to confront these obstacles by socializing and releasing more attractive promotions.

Keyword: Strategy, Development Saving Product.