

**STRATEGI PEMASARAN KOPERASI SIMPAN PINJAM DAN  
PEMBIAYAAN SYARIAH MITRA USAHA IDEAL UNTUK  
MENINGKATKAN JUMLAH ANGGOTA (STUDI KASUS  
KOPERASI SIMPAN PINJAM DAN PEMBIAYAAN SYARIAH  
MITRA USAHA IDEAL KANTOR CABANG UTAMA  
BUNGAH )**

Nama Mahasiswa : Mohammad Amil Fikri

NIM : 1031710040

Dosen Pembimbing : Ahmad Dahlan Malik, B.A.(Hons),, M.Ec., CFP®

Elsi Mersilia Hanesti,S.EI ,M.SEI

**ABSTRAK**

Koperasi adalah kumpulan dari beberapa orang yang bergerak membentuk sebuah organisasi untuk tujuan bersama yang dimana tujuan utama koperasi adalah kesejahteraan dari pada anggotanya,Persaingan diantara Lembaga keuangan Syariah khusunya Koperasi Syariah Mitra Usaha Ideal Kantor Cabang Utama Bungah Gresik mempunyai Strategi strategi khusus yang dilakukan koperasi tujuan dari Penelitian ini yaitu Penerapan Strategi Pemasaran Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Mitra usaha Ideal untuk meningkatkan jumlah daya tarik anggota/Anggota, dengan menggunakan analisa bauran pemasaran (Marketing Mix 4P) Strategi *Place*,Strategi *Promotion*,Strategi *Product*,Strategi *Price*.Dalam penelitian ini menggunakan Penelitian Kualitatif dengan Pendekatan Deskriptif dengan hasil Penelitian Ini yaitu Penerapan Strategi Pemasaran Syariah di koperasi Mitra Usaha ideal untuk meningkatkan jumlah anggota/Anggota Koperasi. Penerapan Strategi yang dilakukan Koperasi melakukan segmentasi, targeting, positioning dan diferensiasi untuk melihat peluang-peluang yang ada di pasar sasaran. Selain itu dalam strategi pemasarannya Koperasi Syariah Mitra Usaha ideal, lebih utama juga menerapkan konsep bauran pemasaran (produk, harga, tempat, promosi) yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Strategi pemasaran Koperasi Syariah Mitra usaha ideal Utama menerapkan prinsip kekeluargaan atau tolong menolong yang sesuai dengan prinsip dasar koperasi dan nilai Islam serta memberikan pelayanan jemput bola untuk anggota. Strategi tersebut dimaksudkan untuk meningkatkan loyalitas anggota dan memudahkan anggota dalam melakukan transaksi selain itu untuk meningkatkan anggota/anggota.

**Kata Kunci :** Koperasi syariah, Strategi pemasaran syariah, Marketing mix

**MARKETING STRATEGY OF COOPERATIVE SAVES AND LOANS AND SHARIA FINANCING IDEAL BUSINESS PARTNERS TO INCREASE THE NUMBER OF MEMBERS (CASE STUDY OF SHARIA COOPERATIVE SAVES AND FINANCING IDEAL BUSINESS PARTNERS, BUNGAH MAIN BRANCH OFFICE)**

Student Name : Mohammad Amil Fikri

ID : 1031710040

Supervisor : Ahmad Dahlan Malik, B.A.(Hons),, M.Ec., CFP®

Elsi Mersilia Hanesti,S.EI ,M.SEI

**ABSTRACT**

Cooperatives are a collection of several people who are engaged in forming an organization for a common goal where the main goal of the cooperative is the welfare of its members. Competition among Islamic financial institutions, especially Sharia Cooperatives, Ideal Business Partners, Bungah Gresik Main Branch Office has a special strategic strategy carried out by cooperatives for the purpose of This research is the application of the Marketing Strategy of Savings and Loans Cooperatives and Islamic Financing Ideal business partners to increase the number of attractiveness of members/customers, by using marketing mix analysis (Marketing Mix 4P) Place Strategy, Promotion Strategy, Product Strategy, Price Strategy. In this study using a qualitative research with a descriptive approach with the results of this research, namely the application of sharia marketing strategies in cooperatives, ideal business partners to increase the number of members/customers of cooperatives. The implementation of the strategy carried out by the Cooperative is segmenting, targeting, positioning and differentiation to see opportunities in the target market. In addition, in its marketing strategy, the Mitra Usaha Syariah Cooperative is ideal, it is more important to apply the concept of a marketing mix (product, price, place, promotion) that is in accordance with Islamic values. The marketing strategy of the Syariah Cooperative Main ideal business partner applies the principle of kinship or mutual help in accordance with the basic principles of cooperatives and Islamic values and provides pick-up and drop-off services for members. This strategy is intended to increase member loyalty and facilitate members in conducting transactions in addition to increasing customers/members.

**Keywords:** Sharia cooperative, Sharia marketing strategy, Marketing mix.