

Undergraduate program in Sharia Economics
Faculty of Economics and Business
University of Muhammadiyah Pekajangan Pekalongan
Juli, 2025

ABSTRACT

Alfi Risqiani

STRATEGIES FOR DEVELOPING *IJARAH* FINANCING PRODUCTS AT KSPPS BAITUT TAMWIL TAZAKKA

This study aims to determine the product development strategy for *ijarah* financing, strategies to maintain competitive advantage, and challenges faced in marketing *ijarah* products at KSPPS Baitut Tamwil Tazakka. *Ijarah* financing is a type of lease-based financing offered by Islamic financial institutions. However, in practice, this product still has a low utilization rate compared to other financing products. This study uses a descriptive qualitative method with data collection techniques through observation, in-depth interviews, and documentation. The results of the study indicate that product development strategies are carried out through a 7P marketing mix approach, namely product, price, place, promotion, people, process, and physical evidence. To maintain its competitive advantage, KSPPS Baitut Tamwil Tazakka implements strategies of innovation, cost efficiency, and improvement of service quality based on Islamic values. Meanwhile, the challenges faced include low public understanding of the *ijarah* contract, competition with conventional institutions, limited Islamic human resources, and minimal support from technology and religious institutions. This study concludes that the implemented strategies need to be further strengthened with an educational approach and service digitalization to enhance competitiveness and public understanding of the *ijarah* product.

Keywords: *Development strategy, ijarah financing, competitive advantage, marketing challenges, KSPPS, qualitative approach*

ABSTRAK

Alfi Risqiani

STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK PEMBIAYAAN *IJARAH* DI KSPPS BAITUT TAMWIL TAZAKKA

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan produk pembiayaan ijarah, strategi dalam mempertahankan keunggulan bersaing, serta tantangan yang dihadapi dalam pemasaran produk ijarah di KSPPS Baitut Tamwil Tazakka. Produk pembiayaan ijarah merupakan salah satu bentuk pembiayaan berbasis akad sewa menyewa yang ditawarkan oleh lembaga keuangan syariah. Namun dalam praktiknya, produk ini masih memiliki tingkat pemanfaatan yang rendah dibandingkan produk pembiayaan lainnya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan produk dilakukan melalui pendekatan bauran pemasaran (marketing mix) 7P, yaitu product, price, place, promotion, people, process, dan physical evidence. Dalam mempertahankan keunggulan bersaing, KSPPS Baitut Tamwil Tazakka menerapkan strategi inovasi, efisiensi biaya, dan peningkatan kualitas layanan berbasis nilai-nilai syariah. Sementara itu, tantangan yang dihadapi meliputi rendahnya pemahaman masyarakat terhadap akad ijarah, persaingan dengan lembaga konvensional, keterbatasan SDM syariah, serta minimnya dukungan teknologi dan lembaga keagamaan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi yang diterapkan perlu terus diperkuat dengan pendekatan edukatif dan digitalisasi layanan, guna meningkatkan daya saing dan pemahaman masyarakat terhadap produk ijarah.

Kata kunci: Strategi pengembangan, pembiayaan ijarah, keunggulan bersaing, tantangan pemasaran, KSPPS, pendekatan kualitatif.