

BAB IV

PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Singkat Berdirinya KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan

Seiring dengan pesatnya perkembangan lembaga keuangan syariah baik perbankan maupun non bank menjadikan perekonomian masyarakat semakin produktif. Akan tetapi disisi lain terdapat masyarakat kecil yang sulit bahkan tidak memiliki akses modal pada lembaga keuangan syariah. Hal ini disebabkan terlalu ketatnya persyaratan yang ditetapkan oleh lembaga keuangan.

Dalam upaya merespon kendala di atas KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera yang lahir dari semangat ingin menumbuh kembangkan perekonomian masyarakat kecil melalui kegiatan pembiayaan usaha makro kecil memberikan berbagai kemudahan kepada para anggota untuk mengakses pembiayaan. KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera berdiri pada tanggal 23 maret 2016 oleh beberapa alumni perbankan syariah STAIN Pamekasan yang menjadi inisiator, serta dengan jumlah anggota sebanyak 23 orang. Dan terdaftar di akte notaris pada tanggal 07 april 2016. Berdasarkan hasil keputusan rapat anggota pada tanggal 20 maret maka

disepakati simpanan pokok sebesar Rp. 25.000 dan simpanan wajib Rp. 10.000 selanjutnya resmi beroperasi pada tanggal 23 maret 2016.

KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera hadir dengan harmonisasi idealisme usaha dengan nilai-nilai spiritual. Nilai-nilai yang menjadikan KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera menjadi salah satu KSPPS yang mengedepankan nilai-nilai kepedulian terhadap kondisi perekonomian masyarakat kecil.

Adapun lokasi KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera adalah Jln. Masjid Darul Hikmah desa Larangan Bdung Sumber Papan II. Pada perkembangan selanjutnya KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera mendapatkan respon baik dari masyarakat yang ditandai dengan berbagai bentuk kerjasama yang ditawarkan oleh berbagai lembaga dari unit usaha lain.

2. Visi dan Misi KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera

KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera sebagai lembaga keuangan syariah non bank memiliki tujuan yang tertuang dalam visi dan misi KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera. Adapun visi dan misi KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera adalah sebagai berikut:

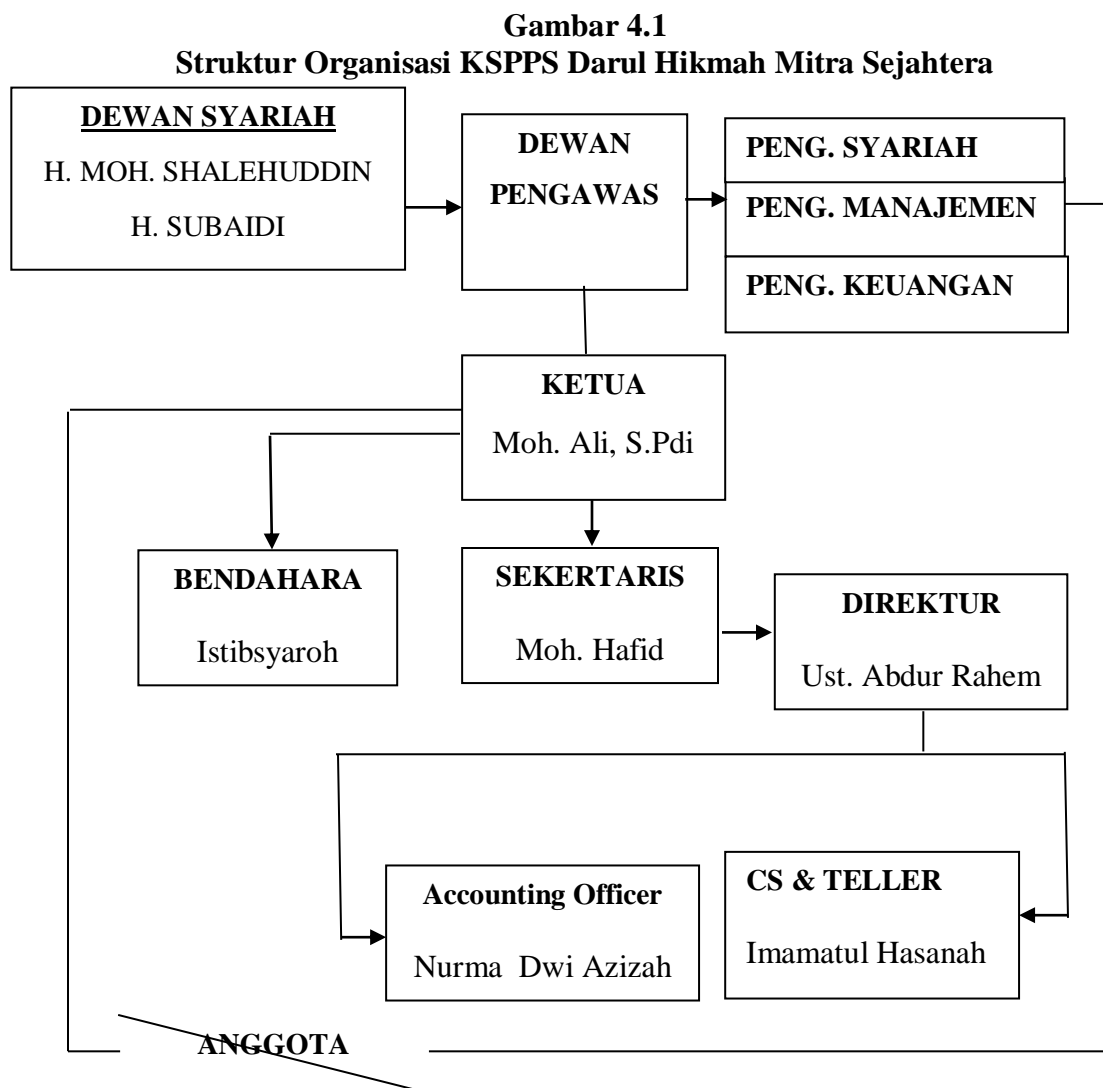
- a. Visi: terwujudnya masyarakat sejahtera, amanah dan produktif
- b. Misi:
 - 1) Memberikan kemudahan akses permodalan kepada anggota/ masyarakat
 - 2) Menjalankan kegiatan usaha jasa keuangan syariah dengan efektif dan efisien
 - 3) Mengembangkan nilai-nilai syariah universal
- c. Moto KSPPS DarulHikmah Mitra Sejahtera

“ Bermitra dengan Darul Hikmah Mitra Sejahtera InsyaAllah Sejahtera”

3. Bentuk/Badan Hukum KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera

Akte pendirian KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera No. 235 pada hari kamis tanggal 07 April 2016 notaris pamekasa

4. Struktur organisasi KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera



Sumber: Dokumen KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera 2020

Susunan Pengawas dan Pengelola KSPPS

Darul Hikmah Mitra Sejahtera

Dewan Syariah :H. MOH. SHALEHODDIN
: H. SUBAIDI

Dewan Pengawas

Pengawas Syariah : Dr. H. ZAINUDDIN SYARIF, M.Ag

Pengawas Manajemen : Dr. H. ATIQULLAH, M.Pd

Pengawas Keuangan :H. ACH. FAUZAN. S.Ag

Pengurus

Ketua : MOHAMMAD ALI

Sekretaris :H. HAFIDZ

Bendahara : ISTIBSYAROH

Pengelola dan Manajemen

Direktur : Ust. ABDUR RAHEM

Teller : IMAMATUL HASANAH

Customer Service : ANTIN ROBIATUL ANDAWIYAH, SE.Sy

AO : NURMA DWI AZIZAH

Marketing Funding : UMARUL FARUQ

Marketing Launding : MOH. FAISAL

IT : MOH. UBaidILLAH

Tenaga Lepas : LILIK JUMROTUL HOLALIYAH

IMAMAH

5. *Standart Operating PProcedure* (SOP) KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera

a. Dewan Pengawas Syariah

- 1) Memberikan saran dan nasehat kepada direksi.
- 2) Mengawasi kegiatan operasional KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera agar sesuai dengan prinsip syariah.
- 3) Mengkaji, menilai dan memberikan opini terhadap kesesuaian antara operasional dengan prinsip syariah.

b. Bagian Operasional

- 1) Memimpin KSPPS dalam usaha mencapai tujuan jangka panjang atau jangka pendek.
- 2) Memimpin, merencanakan, bertanggung jawab, mengarahkan, mengawasi, serta mengevaluasi seluruh kegiatan operasional KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera.
- 3) Melakukan observasi langsung atas kinerja karyawan.
- 4) Mendiskusikan target kerja.

c. Bagian *Marketing*

- 1) Merencanakan, mengkoordinir, mengarahkan, mengevaluasi dan mengawasi atas terlaksanakannya kelancaran kerja dibagian pembiayaan dan perdanaan.
- 2) Memasarkan produk kspps darulhikmah mitra sejahtera sesuai dengan syariah islam kepada nasabah analisis kebutuhan anggaran untuk mengadakan seluruh sarana dan prasarana bagi kelancaran opsional bank serta pemeliharannya.
- 3) Memberikan rekomendasi yang benar dan obyektif kepada bagian pembiayaan.

- 4) Bertanggung jawab terhadap pengelolaan pembiayaan dengan kategori diragukan, macet, dan hapus baku.

d. Petugas Gadai Emas

- 1) Menerima permohonan pembiayaan dan menilai seluruh aspek yang terkait.
- 2) Menata usahakan seluruh kegiatan pemberian pembiayaan dengan jaminan emas.

e. *Customer Service (CS)*

- 1) Memberikan informasi kepada setiap nasabah yang membutuhkan keterangan tentang produk-produk dan syarat-syarat permohonan pembiayaan.
- 2) Memberikan rekomendasi yang benar dan objektif kepada komite pembiayaan.
- 3) Memberikan informasi secara umum kepada nasabah tentang produk-produk dan jasa koperasi serta syarat-syaratnya.
- 4) Memelihara hubungan baik dengan nasabah dalam bentuk pemberian informasi.
- 5) Melaksanakan tahapan-tahapan awal administrasi dalam pembukaan rekening.
- 6) Memeriksa dokumen.
- 7) Transaksi jaminan.
- 8) Segala bentuk kesalahan informasi, dokumen serta penataannya yang diakibatkan oleh kelalaian CS merupakan tanggung jawab penuh CS.

f. Teller

- 1) Mengatur dan bertanggung jawab atas posisi dana/kas.
- 2) Memberikan pelayanan transaksitunai (penyetoran dan pencairan).
- 3) Cek uang pada derektor uang.

- 4) Teller bertanggung jawab penuh atas pelaporan keuangan dan keberadaan kas riil dalam brankas, segala bentuk kesalahan akibat kelalaian teller merupakan tanggung jawab teller.

g. Pengolahan Data, Elektronik I.T

- 1) Membangun, memelihara dan mengembangkan sistem informasi sesuai kebutuhan organisasi.
- 2) Memelihara dan mengembangkan hubungan dengan provider IT yang mejadi rekanan KSPPS darul hikmah mitra sejahtera.
- 3) Segala bentuk kesalahan pada sistem informasi elektronik yang diakibatkan oleh kelalaian tim IT merupakan tanggung jawab bagian IT.

h. Pemberkasan

- 1) Menata usahakan berkas pembiayaan.

6. SOP Produk-Produk KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera

Produk yang ditawarkan di KSPPS Darulhikmah Mitra Sejahtera di bedakan dalam dua yaitu:

a. Produk Penghimpunan Dana (*Funding*)

1) Simpanan Anggota

- a) Simpanan anggota adalah simpanan yang harus dibayar oleh calon anggota KSPPS Darulhikmah Mitra sejahtera.
- b) Simpanan anggota terdiri dari

- (1) Simpanan pokok sebesar Rp. 25.000 yang dibayar satu kali selama menjadi anggota.
- (2) Simpanan wajib sebesar Rp. 10.000 yang dibayar oleh setiap anggota setiap bulan.
- (3) Administrasi (buku tabungan) Rp 5.000

2) Simpanan *Wadiah*

Prinsip syariah tabungan diatur dalam fatwa Dewan Syariah Nasional No. 02/DSN-MUI/IV/2000 tentang tabungan. Tabungan ada dua jenis yaitu tabungan yang tidak dibenarkan secara syariah, yaitu tabungan yang berdasarkan perhitungan bunga. Dan tabungan yang dibenarkan, yaitu tabungan yang berdasarkan prinsip wadiah dan Mudharabah.¹ Berdasarkan PAPSII 2013 tabungan wadiah diakui sebesar nominal penyeteroran atau penarikan yang dilakukan oleh pemilik rekening. Setoran tabungan yang diterima secara tunai di akui pada saat uang diterima.²

Simpanan wadiah di KSPPS Darulhikmah Mitra Sejahtera.

- a) Merupakan tabungan atau simpanan dari mitra yang bersifat umum dan penarikannya dapat dilakukan kapan aja.
- b) Tabungan ini berdasarkan akad *wadiah yad dhamanah*.
- c) Bagi hasil akan dibagikan setiap bulan langsung dikreditkan ke rekening nasabah.
- d) Setoran awal rekening sebesar Rp 10.000
- e) Biaya pembukaan rekening Rp.5.000

¹ Andi soemitra, *bank dan lembaga keuangan syariah*, (jakarta: pranadamedia Grup, 2009) hlm 76

² Rizal yaya, dkk, *akuntansi perbankan syariah*, (jakarta : salemba empat, 2016), hlm 96-97

f) Apabila akan tutup rekening maka saldo harus Rp. 10.000

3) Simpanan Qurban

- a) Simpanan yang diperuntukan untuk pembelian hewan qurban.
- b) Penarikan dilakukan satu kali menjelang hari raya idul adha.
- c) Nisbah bagi hasil yang diberikan sebesar 40% dari pendapatan rata-rata KSPPS Darulhikmah Mitra Sejahtera yang langsung ditambahkan ke rekening simpanan qurban.
- d) Biaya administrasi pembuatan rekening Rp.5000

4) Simpanan Haji dan Umroh

- a) Tabungan ini untuk persiapan haji bagi nasabah yang berminat melaksanakannya.
- b) Sifatnya bebas independent, artinya yang merencanakan dan menentukan jumlah setorannya sepenuhnya berada dipihak nasabah.
- c) Tidak bisa diambil kecuali dana telah mencukupi dan atau untuk keperluan pendaftaran haji.

5) Simpanan Deposito Berjangka

Menurut UU nomor 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah, deposito adalah investasi dan berdasarkan akad *mudharabah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan akad nasabah penyimpan dan bank syariah atau unit Usaha Syariah (UUS).³

³ *Ibid, hlm.100*

Simpanan deposito berjangka di KSPPS Darulhikmah Mitra Sejahtera.

- a) Merupakan simpanan berjangka (dengan jangka waktu 3,6,12 dan 24 bulan).
- b) Jumlah setoran awal Rp 1.000.000.
- c) Memiliki rekening wadiah untuk menampung bagi hasil yang akan dikreditkan setiap bulan.
- d) Tidak bisa diambil kecuali sampai pada batas waktu jatuh temponya.
- e) Proporsi bagi hasil nasabah : 3 bulan 45% 6 bulan 50% 12 bulan 65% dan 24 bulan 70%. Nisbah bisa berupa sesuai kebijakan KSPPS Darulhikmah Mitra Sejahtera.

6) Simpanan Pendidikan

- a) Merupakan simpanan yang disediakan untuk dana pendidikan.
- b) Setoran dapat dilakukan kapan saja.
- c) Penarikan dapat dilakukan 1kali dalam satu tahun menjelang tahun ajaran baru.
- d) Nisbah bagi hasil yang diberikan sebesar 40% dari pendapatan rata KSPPS Darulhikmah Mitra sejahtera yang langsung dikreditkan ke rekening simpanan pendidikan.
- e) Biaya pembukaan rekening Rp 5.000

b. Produk Penyaluran Dana (*Lending*)

Dalam menyalurkan dan kepada nasabah, secara garis besar produk pembiayaan syariah terbagi kedalam 6 kategori yang dibedakan berdasarkan tujuan penggunaannya yaitu.

1) Pembiayaan Berdasarkan Pola Jual Beli dengan Akad *Murabahah, Salam* atau *Istishna'*

Merupakan akad kerjasama antara KSPPS Darulhikmah Mitra Sejahtera selaku pemilik modal (*shohibul maal*) dengan mitra selaku pengelola usaha (*mudharib*) untuk mengelola usaha yang produktif dan halal. Dalam pembiayaan ini tidak ada porsi penyertaan dana dari mitra, sepenuhnya dana dari KSPPS Darulhikmah Mitra Sejahtera. Nisbah keuntungan disepakati kedua belah pihak.⁴

2) Pembiayaan *Musyarakah* (Mitra Usaha)

Merupakan kerja sama usaha produktif dana halal antara KSPPS Darulhikmah Mitra Sejahtera dimana sumber modalnya dari kedua belah pihak. Keuntungan dibagi sesuai nisbah yang disepakati. Kerugian ditanggung kedua belah pihak sesuai dengan porsi modal masing masing.

3) Pembiayaan *Murabahah* (Multi Barang)

Merupakan akad jual beli dengan cara KSPPS Darulhikmah Mitra Sejahtera menjual barang yang dibutuhkan oleh mitra yang dibayarkan secara kredit.

- a) Atau dapat mewakilkan (*wakalah*) kepada nasabah yang dibutuhkan.
- b) KSPPS Darulhikmah Mitra Sejahtera mendapatkan keuntungan berubah *margin* dari harga pokok barang

⁴Andi soemitra, *bank dan lembaga keuangan syariah*, hlm 78-87

4) Pembiayaan *Ijarah* (Multi Jasa)

Merupakan akad sewa-menyewa barang dan jasa antara KSPPS Darulhikmah Mitra Sejahtera dan mitra.

- a) KSPPS Darulhikmah Mitra Sejahtera jasa menyewakan jasa atau barang kepada mitra dengan harga sewa yang telah disepakati dan diangsur selama jangka waktu tertentu.
- b) Pembayaran rekening listrik
- c) Pembayaran biaya pendidikan anak.

5) *Ar-Rahn* (Gadai)

- a) Barang yang dapat digadaikan berupa perhiasan emas dan barang berharga lainnya.
- b) Mitra menanggung biaya taksiran dari nilai taksiran barang yang digadaikan.
- c) Jumlah pembiayaan 80% dari nilai taksiran barang.
- d) Memberikan ujroh atau jasa penitipan sebesar 0,1% perhari
- e) Jangka waktu gadai maksimal 4 bulan, dan dapat diperpanjang kembali.

6) Pembiayaan *Al-Qardul Hasan*

- a) Merupakan layanan pinjaman kebijakan untuk usaha mikro tanpa menggunakan agunan serta tanpa beban margin atau bagi hasil.
- b) Tanpa adanya agunan.

B. Paparan Data

Paparan data penelitian yang diperoleh oleh peneliti dari lapangan merupakan sesuatu yang sangat penting dalam penelitian, oleh karena itu peneliti akan menjelaskan hasil temuan yang diperoleh dari lapangan baik berupa hasil wawancara, observasi maupun dokumentasi.

Pada bab ini peneliti akan memaparkan hasil penelitian yang dilakukan dengan tehnik pengumpulan data seperti observasi, wawancara dan dokumentasi. Oleh karena itu peneliti akan mendeskripsikan tentang strategi pemasaran yang dilakukan di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan dalam menjalankan analisis startegi pemasaran dalam upaya meningkatkan jumlah anggota pengguna tabungan haji.

1. Analisis Startegi Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Anggota Pengguna Tabungan Haji di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan

Selain lembaga keuangan syariah, koperasi saat ini juga mempunyai peran penting dan cukup dikenal dikalangan masyarakat seperti KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan yang kini menjadi salah satu alternatif yang dapat membantu perekonomian masyarakat dengan produk-produk yang ada di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan yang berlokasi di Jl. Masjid Darul Hikmah Dusun Sumber Papan II Desa Larangan Badung Palengaan Pamekasan Madura ini lokasinya kurang startegi karena lokasi kantornya tersebut memasuki gang kira-kira 50M dari jalan raya, kantor tersebut menjadi satu dengan rumah pengawas manajemen kantor

KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera tersebut dan disebelah kantor koperasi tersebut dekat dengan gudang penampung jajanan snack.⁵

Produk simpanan/tabungan haji merupakan salah satu produk yang ada di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan yang memiliki peminat cukup banyak Ibu Imamatul Hasanah menyampaikan:

Produk simpanan/tabungan haji merupakan produk yang sama seperti koperasi-koperasi yang lainnya, produk tabungan/simpanan di sini ada macam-macamnya seperti: *Simpanan Aggota, Simpanan Wadiah, Simpanan Qurban, Simpanan Haji dan Umroh, Simpanan Deposito Berjangka, dan Simpanan Pendidikan*. Dari beberapa banyak macam simpanan di KSPPS tersebut paling cukup banyak yang diminati adalah simpanan/tabungan haji.⁶

Dari pernyataan tersebut dapat diambil kesimpulannya bahwa produk simpanan/tabungan ini memang sudah ada dan sama dengan koperasi-koperasi yang lainnya seperti yang sudah diketahui bahwa produk simpanan/tabungan bermacam-macam dan salah satu yang menjadi minat anggota adalah simpanan/tabungan haji.

Untuk menarik minat anggota produk tabungan haji pegawai KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan tentu harus memiliki strategi-strategi yang cukup ampuh agar banyak anggota atau nasabah yang tertarik. Strategi memiliki peran yang cukup penting dalam suatu produknya. Sama halnya dengan KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan memiliki pemahaman tersendiri tentang peran suatu strategi atau lebih tepatnya memiliki strategi tertentu dalam memasarkan produk-

⁵ Observasi Langsung, Selasa 20 April 2020, Desa Larangan Badung, Pukul 11:04 WIB

⁶ Imamatul Hasanah, Teller KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan Wawancara Langsung, (21 April 2020 jam 09:20)

produk yang telah ada di KSPPS tersebut. Hal ini sesuai dengan pernyataan dari Ibu Imamatul Hasanah sebagai berikut:

Didalam suatu lembaga strategi mempunyai peran penting yang didalamnya seperti istilah kita menjemput bola dulu, mencari area yang bagus kemudia hari berikutnya akan datang sendirinya ketempat tersebut.

Di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan dalam melakukan strategi pemasaran terlebih dahulu harus melihat kondisi pasar serta dan melihat area posisi di suatu pasar yaitu dengan menerapkan STP (segmentasi pasar, target pasar, dan posisi pasar). Hasil wawancara tersebut sesuai dengan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan Ibu Imamatul Hasanah brikut hasil wawancaranya:

”Dalam menentukan strategi pemasaran segmentasi juga sangat penting untuk dilakukan terlebih dahulu, karena ketika kita belum mengetahui segmen pasar maka kita akan kesulitan untuk melakukan promosi. Karena disitu aka ada persaingan di jasa, maka kita harus melakukan segmentasi pasar terlebih dahulu. Dalam penyaluran tabungan haji kita itu dari umum biasa seperti pedagang, masyarakat, lembaga, dan pegawai. Mengapa kita melakukan penyaluran kepada pedagang karena biasanya kalau pedagang itu memiliki sifat menabung harian kita melakukan kepada pedagang kecil-kecilan seperti di pasar karena biasanya pedagang kecil-kecilan seperti penjual sembako dan lainnya akan menabung setiap hari ataupun setiap 1 minggu sekali. Untuk wilayah tersebut kita melakukan kepada pedagang di pasar-pasar terdekat. Kebetulan walaupun di KSPPS kita mempunyai pesaing yang dekat dengan Kantor kita, kita harus melakukan promosi yang sangat menarik kepada masyarakat tersebut”.⁷

Hal ini dengan hasil observasi yang peneliti lakukan dilapangan bahwa KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan dalam menetapkan segmentasi pasar harus mengetahui mulai dari profesi konsumen, seperti pedagang atau pegawai, selanjutnya dari sifat, karena sifat konsumen itu berbeda-beda ada yang sifat

⁷ Imamatul Hasanah, Teller KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan Wawancara Langsung, (20 April 2020 jam 10:11)

musiman dan sifat bulanan atau mingguan. Dimana KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan menetap di area pamekasan terlebih dahulu ketika itu barulah kita meluas ke area lainnya.

Setelah melakukan segmentasi pasar, KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan melakukan target dan posisi pasar yang diinginkan sebagai sasaran, seperti yang disampaikan cs/teller KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan, berikut hasil wawancaranya:

“Pertama target pasar yang diinginkan KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera adalah dari semua kalangan umum biasa namun kita itu lebih focus kepada pedagang, tapi bukan berarti yang di kalangan lainnya tidak ada, cuman kebanyakan yang di pedagang. Untuk posisinya psara bagaimana kita membutuhkan kantor ini mempunyai posisi yang strategis yang bias dilihat oleh masyarakat sebagai lembaga keuangan yang dapat dipercayai dan kita memperkenalkan salah satu produk unggul yang ada di KSPPS Darul hikmah Mitra sejahtera Pamekasan yaitu tabungah haji atau simpanan haji. Jadi kita menyediakan masyarakat untuk berangkat haji dengan mnabung tersebut”.⁸

Hal ini dengan hasil observasi yang peneliti lakukan dilapangan bahwa KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera pamekasan dalam melakukan target pasar yaitu memulai dari semua kalangan umum, tetapi lebih focus kepada pedagang karena kebanyakan pedagang ingin menaiki haji tetapi mereka tidak mempunyai biaya langsung jadipihak KSPPS bias menawarkan dengan adanya tabungan haji tersebut pedagnag bias menabung setiap blan atau setiap minggu untuk mencapai keinginannya.

Setelah KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan melakukan analisa dengan segmentasi pasar, targetting dan posisi pasar tahap selanjutnya yaitu dengan

⁸ Imamatul Hasanah, Teller KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan Wawancara Langsung, (20 April 2020 jam 10:11)

melakukan strategi pemasaran yang telah disusun untuk menarik nasabah. Seperti yang sudah di sampaikan saat peneliti melakukan wawancara dengan Ibu Imamatul Hasanah bahwa strategi pemasaran yang digunakan oleh KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan yaitu:

“Strategi pemasaran yang paling utama adalah promosi. Dilakukan langsung kelapangan dengan menggunakan media brosur KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan langsung kepada cara perorangan kita mendatangi warga sekitar kantor KSPP Darul hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan dan kita mengumpulkan warga tersebut menjadi kelompok-kelompok misalnya ibu-ibu rumah tangga, petani, dan kelompok-kelompok yang ada di desa tersebut. Selain itu KSPPS DMS tersebut tidak hanya langsung kelapangan yaitu dengan cara mempromosinya menggunakan media sosial seperti facebook KSPP DMS dan WhatsApp”.⁹

Hal ini dengan hasil observasi yang peneliti lakukan dilapangan oleh peneliti bahwa dibutuhkannya promosi-promosi yang tepat untuk bias menarik minat anggota KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera yaitu dengan promosi yang langsung datang kerumah untuk memperkenalkan produknya, melakukan sosialisasi ke berbagai kumpulan.

Strategi selanjutnya yang dilakukan oleh KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan yaitu dengan bauran produk ke masyarakat sekitar seperti yang telah di sampaikan oleh Ibu Imamatul Hasanah, berikut hasil wawancaranya:

“Disini usaha yang kami lakukan dalam menarik minat anggota juga dengan memperkenalkan salah satu yang menjadi produk unggul di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan yaitu produk tabungan haji atau simpanan haji. Dimana produk tabungan haji ini bisa menabung terserah anggotanya apakah anggotanya akan menabung setiap hari, setiap minggu ataupun setiap

⁹ Imamatul Hasanah, Teller KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan Wawancara Langsung, (20 April 2020 jam 10:11)

bulan. Tetapi kebanyakan anggota di KSPPS tersebut untuk produk tabungan haji menabung setiap bulan”.¹⁰

Hal ini dengan hasil observasi yang peneliti lakukan dilapangan pernyataan di atas bahwa pihak KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan melakukan strategi pemasaran produk dengan memperkenalkan salah satu produk yang unggul yang ada di KSPPS tersebut yaitu produk tabungan haji kepada masyarakat untuk bisa membantu masyarakat meringankan untuk ingin naik haji dengan cara menabung di KSPPS tersebut.

Untuk produk tabungan haji itu sendiri KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan dilakukan dengan prosedur yang sudah di tetapkan. Ibu Imamatul Hasanah mengatakan

“Dari segi harga KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera mengambil sesuai prosedur kantor yaitu sebelum menjadi anggota di KSPPS tersebut anggota membayar biaya admin sebesar 15.000 ribu dalam 1x selama menjadi anggota di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan”.¹¹

Hal ini dengan hasil observasi yang peneliti lakukan dilapangan peneliti di atas yaitu penetapan untuk biaya administrasi dari produk tabungan haji tersebut di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan merupakan hal yang sudah ditetapkan oleh prosedur lembaga dalam menjalankan strategi pemasaran yaitu dimana biaya administrasi tersebut tidak membertkan anggota.

Selain itu di KSPPS Darul hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan juga memiliki kendala-kendala dalam strategi pemasaran produk tabungan haji di KSPPS tersebut.

Ibu Imamatul Hasanah menyatakan:

¹⁰ Imamatul Hasanah, Teller KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan Wawancara Langsung, (20 April 2020 jam 10:11)

¹¹ Ibid.

“Kendala yang harus dihadapi terkait dengan strategi pemasaran ini kita kendalanya ketika memasarkan produk tabungan haji tersebut nasabah terkadang masih ragu yang ingin menabung di lembaga kita karena terkadang nasabah takut lembaga yang kami jalani tidak resmi maka dari situlah kendala kita dalam pemasaran produk tabungan haji tersebut. Tetapi kita untuk mempercayai nasabah tersebut kita membawa bukti berkas nasabah yang telah menjadi anggota di lembaga kita seperti bukti tabungan haji di print sesuai aplikasi, pencatatannya tidak manual dan memberi bukti slip setoran nasabah yang telah menjadi anggota”.¹²

Hal ini dengan hasil observasi yang peneliti lakukan dilapangan peneliti dari pernyataan di atas yaitu untuk mempercayai nasabah kita harus membawa bukti-bukti yang telah disediakan oleh KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera yaitu seperti buku tabungan dan slip setoran agar nasabah tersebut percaya bahwa lembaga tersebut tidak bodong.

Tidak hanya promosi, produk, harga dan kendala, KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan juga melakukan strategi pemasaran dengan penetaoan tempat yang sesuai untuk bisa memudahkan akses bagi anggota dalam menemukan lokasi KSPPS Darul hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan, seperti hasil wawancara yang di lakukan peneliti terhadap Ibu Imamatul Hasanah adalah:

“Untuk strategi tempat atau lokasi kami memilih tempat yang strategis dengan melakukan survey tempat untuk mengetahui seberapa dekat lokasi tersebut dengan keramaian. Dimana tempat dan lokasi KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera sekarang berlokasi di Jl. Masjid Darul Hikmah Dusun Sumber Papan II Desa Larangan Badung Palengaan Pamekasan Madura lokasi tersebut memasuki gang kurang lebih 500 Meter dari jalan raya tetapi walaupun memasuki gang roda dua maupun roda empat bisa melewati gang tersebut”.¹³

¹² Imamatul Hasanah, Teller KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan Wawancara Langsung, (20 April 2020 jam 10:11)

¹³ Ibid.

Hal ini dengan hasil observasi yang peneliti lakukan dilapangan bahwa pemilihan tempat untuk suatu lembaga juga memiliki peran penting dalam menarik minat nasabah, karena jika pemilihan tempat sudah strategis dan sudah bisa mempermudah jangkauan anggota jadi KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan memilih lokasi Jl. Masjid Darul Hikmah Dusun Sumber Papan II Desa Larangan Badung Palengaan Pamekasan Madura utara pombensin larangan badung dekat dengan SD Larangan Badung dan di depan gang tersebut terdapat baner besar agar mudah di jangkau oleh anggota nasabah.

Hal ini dengan hasil observasi yang peneliti lakukan dilapangan bahwa KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan dalam melakukan startegi pemasaran terlebih dahulu melakukan analisa pasar menggunakan segmentasi pasar, target dan posisi pasar menggunakan segmentasi pasar. Tahap selanjutnya setelah melakukan analisa pasar KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan juga menggunakan strategi bauran pemasaran yaitu produk, harga, tempat dan promosi.

2. Apakah Strategi Pemasaran dalam Tabungan Haji Dapat Meningkatkan Jumlah Anggota di KSPPS Darul Sejahtera Pamekasan Hikmah Mitra

Jumlah anggota bagi KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan merupakan salah satu tolak ukur dari kesuksesan yang dapat menjadikan KSPPS tersebut semakin produktif, hal itu akan tercapai apabila terciptanya hubungan yang baik dengan para nasabah dan pemberian pelayanan yang sangat bagus kepada nasabah, maka dari itu perlunya penerapan strategi pemasaran yang baik kepada pelanggan, mempertahankan serta meningkatkan jumlah anggota yang akan

berdampak pada peningkatan jumlah anggota di KSPPS, dalam hal ini tidak terkecuali KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera yang dapat menciptakan, mempertahankan, serta meningkatkan jumlah anggota itu terjadi Karena tingkat loyalitas anggota yang semakin meningkat. Hal tersebut di sampaikan oleh Ibu Imamatul Hasanah selaku CS dan Teller yang menyatakan:

“Iya penerapan strategi pemasaran dapat meningkatkan jumlah anggota sehingga dari peningkatan jumlah anggota tersebut berdampak positif yaitu dapat pula meningkatkan jumlah anggota tabungan haji karena dengan penerapan konsep strategi pemasaran yang baik akan membuka kesadaran masyarakat akan pentingnya sebuah lembaga keuangan, efektifitas penerapan strategi pemasaran di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan kami ini dapat dilihat dari terjadinya peningkatan jumlah anggota tabungan dan nasabah pembiayaan yang setiap tahunnya semakin meningkat”.¹⁴

Penuturan yang di sampaikan oleh Immatul Hasanah, selaku CS dan Teller menyatakan:

“Jumlah nasabah memang hal yang sering mengalami fukuasi disetiap tahunnya itu terjadi karena program yang diterapkan oleh kami, akan tetapi jumlah anggota sangat ditentukan dari penerapan strategi pemasaran yang baik serta pemasaran yang mampu memahami serta memenuhi kebutuhan masyarakat, oleh karena itu bagi kami sangat penting penerapan stratgei pemasaran hubungan pelanggan ini”.¹⁵

Penuturan tersebut sesuai dengan yang disampaikan oleh Nurma Dwi Azizah, selaku AO menyatakan:

“Terjadinya peningkatan jumlah nasabah yang kami alami itu tidak lepas dari efektifitas penerapan strategi pemasaran yang baik dengan anggota dan kekompakan dari para karyawan untuk segera memenuhi kebutuhan anggota”.¹⁶

¹⁴ Imamatul Hasanah, Teller KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan Wawancara Langsung, (23 April 2020 jam 09:30)

¹⁵ Ibid

¹⁶ Nurma Dwi Azizah, Accounting Officer KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan Wawancara Langsung, (23 April 2020 jam 09:30)

Penuturan tersebut sesuai dengan yang disampaikan oleh Nurhayati, selaku nasaba tabungan haji menyatakan:

“Pelayanan yang diberikan kepada saya selaku nasabah di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan sangat baik dan menjadikan saya merasa tidak berat untuk melaksanakan ibadah haji dengan adanya tabungan di KSPPS ini dan secara tidak langsung saya juga bisa mengajak keluarga, teman dan kerabat saya yang ingin ibadah haji untuk menabung dan menjadi anggota di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan ini”.¹⁷

C. Temuan Penelitian

Berdasarkan paparan data diatas maka peneliti menemukan temuan-temuan yang terjadi di lapangan, sebagai berikut:

1. Analisis Startegi Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Anggota Pengguna Tabungan Haji di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan

- a. Produk tabungan haji merupakan salah satu produk unggulan di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan.
- b. Produk tabungan haji memiliki cukup banyak peminat, terbukti dengan peningkatan minat anggota setiap tahunnya.
- c. KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan sebelum melakukan strategi pemasaran terlebih dahulu melakukan pengamatan pasar melalui segmentasi pasar, target pasar, dan promosi pasar.
- d. KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan juga memiliki Kendal dalam mempromosikan produk tabungan haji.

¹⁷ Nurhayati, Nasabah KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan Wawancara Langsung, (23 April 2020 jam 10:15)

- e. Melakukan strategi pemasaran dengan menggunakan variable yaitu produk, promosi, tempat, dan harga
- f. Strategi pemasaran yang paling diutamakan oleh KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan yaitu strategi promosi.

2. Faktor Pendukung dan Penghambat Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Anggota pada Produk Tabungan Haji di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan

- a. Jasa lebih murah bagi anggota yang sudah lama menjadi anggota di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan dan sudah sering melakukan menabung dirumah tidak harus ke Kantor.
- b. Anggota baru harus datang sendiri kekantor tidak boleh di wakulkan karena harus mengisi persyaratan-persyaratan untuk menjadi anggota.
- c. Bagi anggota pertama atau kedua jika melakukan tabungan bisa melakukan kembali tetapi jika tbungan itu sudah sampai dengan target seperti tabungan haji tersebut.

D. Pembahasan

1. Analisis Strategi Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Anggota Pengguna Tabungan Haji di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan

Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh terpadu dan menyatu dibidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan.¹⁸ Hal yang paling mendasari dan sangat dibutuhkan dalam strategi pemasaran adalah bagaimana untuk memahami pelanggan sedemikian rupa sehingga produk atau jasa itu cocok dengan pelanggan dan selanjutnya menjual dirinya sendiri.

Strategi pemasaran yang di lakukan oleh KSPPS Darul hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan yaitu dengan memilih, merumuskan pasar yang dituju yaitu dengan menggunakan strategi *segmentasi*, *targeting*, dan *positioning*. Selain itu dengan mengembangkan marketing mix (bauran pemasaran) yang terdiri dari produk, harga, distribusi, dan promosi, yang bertujuan untuk menarik nasabah dan mempertahankan nasabah yang sudah ada.

Landasan pokok pemasaran adalah pengetahuan tentang apa yang dibutuhkan oleh calon pembeli (pelanggan, konsumen). Tanpa mengetahui kebutuhan konsumen dan daya tahan belinya maka sulit untuk memasarkan suatu produk, khususnya produk jasa. Untuk mempromosikan menjual hasil produksinya harus melakukan riset pasar untyk mengetahui kebutuhan dan prilakunya dalam menggunakan daya belinya.¹⁹

Di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan sebelum menjalankan strategi pemasaran terlebih dahulu melakukan analisa pasar menggunakan segmentasi pasar, target pasar, dan posisi pasar.

¹⁸ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran:Dasar, Konsep & Strategi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo persada, 2013), hlm. 167-1668.

¹⁹ Abdul Rifai, Darsono Prawironegoro, *Manajemen Strategi*, hlm. 117.

a. Segmentasi Pasar

Segmentasi adalah cara memandang suatu pasar menjadi beberapa pasar secara kreatif, untuk mengidentifikasi dan menggambarkan dengan tepat kesempatan yang berkembang dipasar. Segmentasi adalah strategi pemasaran yang pertama dan merupakan langkah awal yang menentukan hidup perusahaan.²⁰ Dalam hal ini, segmentasi produk tabungan haji berdasarkan pada 3 segi segmentasi yaitu:

1) Segmentasi Berdasarkan Geografis atau Wilayah

Segmentasi ini membagi pasar menjadi beberapa kelompok berdasarkan kondisi geografik (daerah), sehingga dalam mengambil keputusan untuk pemasaran betul-betul melihat wilayah yang akan menjadi target pemasaran produk yang akan dipasarkannya.

KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan dalam menentukan segmentasi geografisnya lebih memfokuskan di daerah Larangan Badung karena daerah tersebut banyak keramaian dengan pengguna kendaraan atau lebih dekat dengan konsumen

2) Segmentasi Berdasarkan Demografis

Segmentasi ini membagi pasar menjadi beberapa kelompok berdasarkan umur, jenis kelamin, pendapatan, pekerjaan, pendidikan, ras, dan lain-lain. Segmentasi berdasarkan demografis ini, KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan membidik salah satu variable tersebut yaitu dari umur, pendapatan, dan pekerjaan.

²⁰ Siti Khotijah, *Smart Strategy Of Marketing*, (Bandung: Alfabert, 2004), hlm. 17.

3) Segmentasi Berdasarkan Psikografis

Segmentasi ini membagi pembeli kelompok yang berbeda-beda berdasarkan pada karakteristik kelas sosial, gaya hidup atau kepribadian. Segmentasi ini pada KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan semua kalangan baik kalangan menengah atas maupun kalangan menengah kebawah.

Setelah melakukan segmentasi, perusahaan melakukan pemilihan segmen atau segmen-segmen yang akan dimasuki. Segmen inilah yang disebut *targeting*, dan dengan *targeting* ini berarti upaya menempatkan sumber daya perusahaan secara berdaya guna, karena itu, *targeting* ini disebut *fitting strategy* atau strategi ketepatan.²¹

Setelah penetaan dan penempatan, perusahaan harus memastikan keberadaannya diingatan pelanggan dalam pasar sasaran. Karena itu, strategi positioning produk tabungan haji adalah menjadi produk paling unggul di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan karena jika setiap anggota yang ingin menjadi nasabah di KSPPS DMS ini hanya membayar administrasi 15.000 1x selama menjadi anggota di KSPPS DMS ini.

b. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Setelah memutuskan seluruh strategi pemasarannya, perusahaan siap untuk mulai merencanakan rincian bauran pemasaran, salah satu konsep utama dalam pemasaran modern. Bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah kumpulan alat pemasaran taktis terkendali yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respons yang diinginkan di pasar sasaran. Bauran pemasaran terdiri dari empat variabel yang

²¹ Nembah F, Hartimbul Ginting, *Manajemen Pemasaran*

disebut “4P”: *Product* (produk), *Price* (harga), *Place* (tempat), *Promotion* (promosi).²²

Implementasi syariah dalam variabel-variabel bauran pemasaran dapat dilihat, misalnya pada produk, barang dan jasa yang ditawarkan adalah yang baik dan berkualitas sesuai dengan yang di janjikan. Pada variabel harga terdapat pelanggan akan disajikan harga yang kompetitif. Pada saluran distribusi, pebisnis muslim sekali-kali tidak akan pernah melakukan tindakan kezaliman terhadap pesaing lainnya. Pada promosi, pebisnis muslim juga akan menghindari promosi yang menghalalkan segala cara.

KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan menerapkan keempat elemen tersebut dalam kegiatan pemasarannya. Penggunaan masing-masing elemen akan semakin membantu KSPPS DMS Pamekasan dalam mengembangkan usahanya. Adapun penempatan *marketing mix* KSPPS DMS Pamekasan sebagai berikut:

1) *Product* (Produk)

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan dan keinginan pasar yang bersangkutan.

Produk yang disediakan oleh KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan adalah produk yang sangat-sangat unggul dan produk tersebut adalah

²² Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2006), hlm. 62.

produk yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat seperti tabungan haji, tabungan pendidikan, dan tabungan qurban.

Perlu diingat bahwa produk yang ditawarkan KSPPS DMS adalah produk yang unggul di KSPPS tersebut. Dalam hal pelayanan KSPPS DMS memberikan pelayanan yang terbaik bagi konsumennya. Hal ini sesuai dengan ajaran islam dimana islam menganjurkan kepada umatnya agar memberikan sesuatu yang terbaik bagi sesamanya, serta berlomba-lomba meningkatkan kualitas dan kuantitas jasa yang ditawarkan tanpa ada unsur tipuan.

2) Price (Harga)

Harga adalah jumlah uang yang harus dibayarkan pelanggan untuk memperoleh produk.²³ Islam memperbolehkan masalah penetapan harga jual dalam jual beli, asalkan rela sama rela, tidak ada pihak yang merasa terpaksa dirugikan untuk melakukan transaksi pada tingkat harga tersebut.

Selain itu KSPPS DMS memberikan bonus atau diskon kepada nasabah yang telah lama menjadi anggota di KSPP DMS tersebut dengan memberikan bonus atau diskon kepada anggota agar anggota tersebut senang dan nyaman dalam menabung di koperasi tersebut.

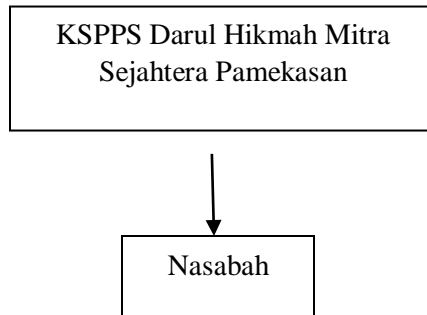
3) Place (Tempat)

Tempat adalah kegiatan yang harus dilakukan oleh perusahaan untuk menyalurkan, menyebarkan, serta menyampaikan produk yang akan ditawarkan kepada nasabah. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh KSPPS Darul Hikmah

²³ Danang Sunyoto, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: CAPS, 2013), hlm. 207

Mitra Sejahtera Pamekasan adalah strategi pemasaran langsung yaitu langsung menawarkan produk kepada nasabah. Untuk lebih jelasnya akan digambarkan pada bagan sebagai berikut:

Bagan Saluran Strategi Pemasaran KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan



Aspek lain adalah lokasi. KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan dalam strategi tempat memilih lokasi yang banyak masyarakat bergerumunan dan dekat dengan pengguna kendaraan karena lokasi KSPPS Darul hikamah tersebut terletak di Jl. Masjid Darul Hikmah Dusun Sumber Papan II Desa Larangan Badung Palengaan Pamekasan Madura utara pombensin larangan badung dekat dengan SD Larangan Badung dan di depan gang tersebut terdapat baner besar agar mudah di jangkau oleh anggota nasabah.

Adapun pelayanannya yang diberikan oleh pihak KSPSS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan karyawannya kepada nasabah dilakukan dengan ramah, jadi boleh dikatakan pihak manajemen KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan tidak menghalalkan segala cara terpesaing lain dalam rangka memperluas jangkauan pemasaran.

4) *Promotion* (Promosi)

Promosi merupakan kegiatan *marketing mix* yang terakhir. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang sama pentingnya dengan ketiga kegiatan di atas, baik produk, harga, dan lokasi. Dalam kegiatan ini setiap perusahaan berusaha untuk mempromosikan seluruh produk jasa yang dimilikinya, baik langsung maupun tidak langsung.²⁴

Sebagai usaha dibidang pemasaran dengan mengung prinsip syariah merupakan hal yang sudah di alami di dalam pemasran. Oleh karena itu KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan melakukan strategi pemasaran untuk menarik minat nasabah dan mengenal akan usahanya supaya banyak ang minat menjadi anggota adapun bauran pemasaran yang dilakukan oleh KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan yaitu:

a) Periklanan (*Adversiting*)

Merupakan suatu bentuk penyajian dan promosi dari gagasan, produk atau jasa yang dibiayai oleh sesuatu yang bersifat non-personal. Media yang sering digunakan dalam *adversiting* adalah brosur, facebook, dan whatsApp.

Iklan yang dibuat oleh KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera pamekasan berisi kebenaran dari usaha produk-produk yang di promosikan tidak ada yang di lebih-lebihkan, hanya produknya saja yang di buat secara semenarik mungkin. Dalam hal promosi tersebut adalah sah dilakukan selama penyampaian da nisi dari promosi tersebut yang jujur, benar, tidak banyak sumpah dan penipuan.

²⁴ Kasmir dan Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Bogor: Prenada Media, 2003), hlm. 116

Menurut peneliti strategi pemasaran yang disampaikan kepada nasabah adalah memang benar-benar terbukti kebenarannya atau istilahnya promosi tersebut dilakukan dengan jujur, benar, tidak mebiyu, dan tidak banyak sumpah.

b) Pemasaran Tatap Muka

Pemasaran tatap muka adalah presentasi lisan dalam satu percakapan dengan calon nasabah atau lebih yang ditujukan untuk menciptakan pemasaran.

c) Publisitas (*Publicity*)

Publisitas adalah kegiatan promosi untuk memancing nasabah melalui kegiatan seperti bakti sosial, menghampiri ibu-ibu arisan juga menghampiri ke pasar-pasar atau ke pedagang-pedagang.

2. Faktor Pendukung dan Penghambat dalam Menjalankan Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Anggota pada Produk Tabungan Haji di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan

a. Factor Pendukung

Keberadaan koperasi syariah di Indonesia masih memiliki peluang yang mengembirakan dan perlu dioptimalkan guna membangun kembali sistem koperasi yang sehat dalam rangka mendukung program pemulihan dan pendayaan ekonomi nasional.

Menurut salah satu karyawan KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan bagian cs dan teller adapun yang menjadi factor pendukung terhadap produk tabungan haji antara lain:

- 1) Masyarakat Indonesia mayoritas Muslim.
- 2) Semua Muslim memiliki niat untuk naik haji.
- 3) Prosedur pembukaan tabungan haji tidak rumit.
- 4) Setoran awal ringan
- 5) Biaya administrasi awal murah dan ringan

b. Factor Penghambat

KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera adalah lembaga keuangan yang dalam operasionalnya berdasarkan hukum islam yang bertujuan untuk menghindari riba atau bunga. KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera dalam operasionalnya tidak hanya menangani masalah koperasi saja, tetapi juga menangani kegiatan keagamaan. Salah satu kegiatan keagamaan yang penting bagi ummat Islam dan merupakan rukun Islam yang kelima, yaitu naik haji bagi yang mampu. Pada umumnya, tidak semua masyarakat Indonesia, terutama ummat Islam, mampu melaksanakannya. Hanya sebagian kecil masyarakat yang mampu melaksanakannya. Hal ini dikarenakan banyak faktor yang menghambat pelaksanaan rukun Islam yang kelima. Faktor yang paling umum yaitu terkait masalah biaya. Mengingat masih banyak dari masyarakat Indonesia yang hidup dibawah garis kemiskinan. Bagi mereka, tidak mudah mengumpulkan uang untuk ongkos naik haji yang mencapai puluhan juta rupiah. Apalagi saat ini, ongkos naik haji semakin mahal dan dari tahun ke tahun mengalami peningkatan. Hal ini tentunya merupakan beban bagi ummat Islam yang ingin melaksanakannya. Terlebih naik haji adalah salah satu rukun Islam yang wajib dilaksanakan oleh ummat Islam bila mampu.

Namun adapun analisis SWOT dalam faktor pendukung dan penghambat strategi pemasaran produk tabungan haji di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahteraa Pamekasan dalam meningkatkan jumlah anggota. Strategi pemasaran tidak selalu berjalan dengan lancar, banyak kendala-kendala yang dihadapi oleh perusahaan baik kendala internal maupun eksternal. Kendala-kendala ini sebagai penghambat proses pengembangan KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan untuk meningkatkan jumlah anggota maupun profit. Dengan metode analisis SWOT hambatan-hambatan ini akan peneliti analisis. Analisis SWOT adalah indentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*), dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*). Proses pengambilan keputusan strategi selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian perencanaan strategi (*strategic planner*) harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini

Adapun analisis faktor-faktor tersebut sesuai dengan data yang diperoleh peneliti, antara lain sebagai berikut:

1) Faktor Internal (Kekuatan dan Kelemahan)

Faktor internal adalah faktor dari dalam organisasi yang meliputi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki untuk mencapai tujuan. Kekuatan dan kelemahan tersebut antara lain sebagai berikut:

a) Kekuatan (*Strength*)

- (1) Letak geografis kantor KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan yang strategis.
- (2) Memberikan konsultasi usaha kepada anggota.
- (3) Brosur, baner, facebook, dan whatsApp sebagai media promosi.

b) Kelemahan (*weakness*)

- (1) Keterbatasan SDM.
- (2) Masih kurangnya promosi melalui media cetak dan media elektronik.

2) Faktor Eksternal (*Peluang dan Ancaman*)

Faktor eksternal adalah faktor dari luar organisasi yang meliputi peluang yang dimanfaatkan untuk mencapai tujuan dan ancaman yang bisa diminimalisir agar tidak menghambat tercapainya tujuan. Peluan an ancaman tersebut antara lain:

a) Peluang (*Opportunity*)

- (1) Teknologi yang semakin berkembang.
- (2) Masyarakat sudah banyak yang mulai tertarik untuk menggunakan produk BMT karena sistem operasionalnya berbasis syariah.

b) Ancaman (*Threat*)

Banyaknya pesaing antara BMT maupun bank yang melayani usaha mikro. Dari analisis SWOT diatas dapat diketahui bahwasannya setiap organisasi didalamnya KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan pasti dipengaruhi

beberapa faktor dalam menjalankan pogramnya. Faktor-faktor tersebut dapat berasal dar faktor Internal maupun Eksternal.

