

## **BAB IV**

### **PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN, DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Deskripsi Objek Penelitian**

##### **1. Sejarah dari KSPPS Nuri Jatim**

Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Nuri Jawa Timur (KSPPS NURI JATIM) yang sebelumnya dikenal dengan KSN JATIM merupakan salah satu koperasi syariah berskala Provinsi Jawa Timur yang berpusat di jalan raya Palduding-Pegantenan, Desa Plakpak, Kecamatan Pegantenan, Kabupaten Pamekasan Jawa Timur. Koperasi ini didirikan oleh para tokoh alumni Pondok Pesantren Banyuanyar pada hari senin tanggal 1 Desember 2008 dan mulai beroperasi pada tanggal 1 Januari 2009 dengan satu kantor pelayanan yang beralamat di Jalan Raya Palengaan (Simpang Tiga Palduding) Desa Plakpak Kecamatan Pegantenan, Kabupaten Pamekasan.

Koperasi ini bergerak dalam bidang usaha simpan pinjam yang tujuan pelayanannya diberikan kepada para anggota serta memegang teguh prinsip-prinsip koperasi dan jati diri koperasi yang diorientasikan untuk dapat membantu, meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan sosial dari anggota KSPPS NURI JATIM dan bukan

hanya terdapat pada wilayah Pamekasan saja, melainkan menyebar ke wilayah lainnya yaitu Sampang dan Kabupaten Sumenep.<sup>1</sup>

## **2. Visi dan Misi KSPPS Nuri Jatim**

### **a. Visi KSPPS Nuri Jatim**

“Menjadikan Koperasi Syariah Sebagai Pilar Pembangunan Ekonomi Umat”.

### **b. Misi KSPPS Nuri Jatim**

- 1) Meningkatkan Pendapatan Anggota Khususnya dan Masyarakat Pada Umumnya.
- 2) Mensejahterakan Anggota Khususnya Dan Masyarakat Luas Pada Umumnya.
- 3) Membentuk Stabilitas Ketahanan Pangan Masyarakat Luas Melalui Perluasan Swa Sembada Pangan Yang Kokoh Dan Berkelanjutan.
- 4) Membangun Kesadaran Masyarakat Akan Kehidupan Bergotong Royong Dalam Melakukan Aktivitas Usahanya.
- 5) Menciptakan Pengusaha-pengusaha Muslim Yang Tangguh Di Lingkungan Masyarakat.

---

<sup>1</sup>Sejarah KSPPS Nuri Jatim diakses dari <https://nurijatim.com/sekilas-sejarah/>, pada tanggal 12 Juni 2021 pukul 10.00.

### 3. Struktur Organisasi KSPPS Nuri Jatim Cabang Palengaan

**Tabel 4.1 Struktur Kepegawaian**

| <b>STRUKTUR KEPEGAWAIAN<br/>KSPPS NNURI JATIM KANTOR CABANG<br/>PALENGAAN</b> |                  |
|---|------------------|
| Manager   | M. Nafi          |
| Teller  | Abdul Aziz       |
| Customer Service  | Muhlish          |
| Marketing   | Moh. Hori Jakfar |
| Funding   | Ach. Baidla'ie   |
| Marketing   | Madduri          |
| Financing   |                  |

**Tabel 4.2 Struktur Pengurus & Pengawas**

| <b>STRUKTUR PENGURUS &amp; PENGAWAS<br/>KSPPS NURI JATIM<br/>PERIODE 2020-2023</b> |                              |
|--|------------------------------|
| <b>PENGURUS</b>  | <b>PENGAWAS</b>              |
| Ketua : Achmad Mukhlisin,  | Koordinator : Drs. H. Khalil |

|  |                                       |
|--|---------------------------------------|
| SH., MH.                               | Asyari                                |
| Sekretaris : Abdul Wafi<br>Jamal       | Anggota : H. Nurul Hadi, Lc.,<br>M.Pd |
| Bendahara : H. Akhmad<br>Farhom , S.Ag | Anggota : Suryadi                     |

Sumber: KSPPS Nuri Jatim Cabang Palengaan

#### 4. Produk-produk KSPPS Nuri Jatim

##### a. Simpanan

Merupakan titipan atau simpanan pada bank syariah. Prinsip simpanan adalah titipan murni dari satu pihak ke pihak lain, baik perseorangan atau badan hukum yang harus dijaga dan dikembangkan kapan saja sipenitip kehendaki.<sup>2</sup>

##### 1) SIPOKOK (Simpanan Pokok)

Simpanan awal sebagai persyaratan menjadi anggota di KSPPS Nuri Jawa Timur dengan simpanan awal Rp.50.000,-

##### 2) SIWAJIB (Simpanan Wajib)

Simpanan tertentu yang tidak harus sama yang wajib dibayar oleh anggota dalam waktu dan kesempatan tertentu minimal Rp.10.000,-

##### 3) SIMSUS (Simpanan Wajib Khusus)

Simpanan bagi anggota yang diperuntukkan untuk pengembangan atau penguatan modal KSPPS Nuri Jatim

---

<sup>2</sup>Ade Onny Siagian, *Lembaga-Lembaga Keuangan Dan Perbankan*, (Sumatra Barat: Insan Cendekia Mandiri, Maret 2021), 90.

dengan minimal simpanan awal Rp.5.000.000,- dengan keuntungan mendapatkan bagian dari Sisa Hasil Usaha (SHU) sesuai besaran simpanan.

**4) SAHARA (Simpanan Hari Raya)**

Simpanan untuk persiapan keperluan hari raya dengan akad wadiah. Penarikan dapat dilakukan menjelang hari raya.

**5) SIBER (Simpanan Berjangka)**

Simpanan dengan jangka waktu tertentu yang disepakati bersama oleh pihak penyimpan dan KSPPS Nuri Jatim dengan akad mudharabah.

**6) SITUS (Simpanan Walimatul Ursy)**

Simpanan untuk persiapan pernikahan dengan akad wadiah. Penarikan dapat dilakukan kapan saja sesuai kebutuhan.

**7) SIDIK (Simpanan Pendidikan)**

Simpanan untuk persiapan biaya pendidikan dengan akad wadiah. Simpanan ini bisa dilakukan oleh orang tua siswa, siswa atau guru di sekolah.

**8) SIHAJIR (Simpanan Haji dan Umrah)**

Simpanan untuk persiapan ibadah haji dan umrah dengan akad wadiah. Bila saldo mencukupi akan dibantu proses pengurusan pendaftaran haji dan umrah.

**9) SURBAN (Simpanan Qurban)**

Simpanan untuk persiapan ibadah qurban dengan akad wadiah. Penarikan hanya bisa dilakukan menjelang hari raya qurban (berupa uang cash/hewan qurbaan).

#### **10) SIAGA (Simpanan Rumah Tangga)**

Simpanan untuk kebutuhan rumah tangga. Penarikan bisa dilakukan kapan saja sesuai kebutuhan.

#### **11) SISUKA (Simpanan Sukarela)**

Simpanan untuk kebutuhan umum yang bisa ditarik kapan saja dengan akad wadiah.

### **b. Pinjaman**

Pinjaman KABAR (Kebajikan Barokah), pembiayaan dengan akad qard al-hasan yang khusus diberikan kepada kaum dhuafa tanpa dibebani biaya apapun.

### **c. Pembiayaan**

Merupakan pendanaan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun lembaga. Dengan kata lain, pembiayaan adalah pendanaan yang dikeluarkan untuk mendukung investasi yang telah direncanakan.<sup>3</sup>

#### **1) Pembiayaan GEMAS (Gadai Emas Pola Syariah)**

Pembiayaan dengan akad rahn (gadai syariah) ini merupakan solusi tepat kebutuhan cepat yang sesuai syariah atas gadai emas.

---

<sup>3</sup>Rahmat Ilyas, "Konsep Pembiayaan Dalam Perbankan Syariah", *Jurnal Penelitian* 9 No. 1 (Februari 2015): 185.

**2) Pembiayaan PESONA (Pembelian Barang Serba Guna)**

Merupakan program pembiayaan untuk pengadaan barang-barang elektronik, furniture, kebutuhan alat-alat rumah tangga dan lain sebagainya dengan akad murabahah.

**3) Pembiayaan MAHA (Modal Usaha)**

Pembiayaan dengan akad musyarakah yang diberikan kepada perorangan atau kelompok pelaku UKM dengan sistem pengembaliannya diangsur dalam jangka waktu tertentu.

**4) Pembiayaan MORNI (Modal Pertanian)**

Pembiayaan yang dikhususkan bagi petani untuk pemberian modal dalam sektor pertanian dengan akad murabahah.

**5) Pembiayaan GEBYAR (Gadai BPKB Syariah)**

Pembiayaan dengan akad rahn tasjili atas dasar gadai BPKB kendaraan bermotor tanpa menyerahkan fisik kendaraan.

**6) Pembiayaan GENERASI (Gadai Kendaraan Syariah)**

Pembiayaan dengan akad rahn tasjili dengan menggadaikan fisik kendaraan beserta BPKB dan STNK-nya.

**7) Pembiayaan MUBAROK (Pembelian Mobil dan Motor Syariah)**

Pembiayaan untuk pengadaan/kepemilikan mobil dan motor dengan akad murabahah.

**8) Pembiayaan BERKAH (Pembelian Rumah Barokah)**

Pembiayaan untuk kepemilikan tempat tinggal (hunian) dengan akad murabahah.

### **9) Pembiayaan GRAFITI (Gadai Sertifikat Tanah Syariah)**

Pembiayaan dengan akad rahn tasjili atas dasar gadai surat hak milik (SHM) atau sertifikat tanah.<sup>4</sup>

#### **d. Baitul Maal**

Baitul Maal KSPPS Nuri Jatim (BMN) adalah lembaga/pihak yang mengurus/menangani harta masyarakat baik dalam segi penghimpunan, pengelolaan, maupun pendistribusian yang berada dibawah naungan Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Nuri Jawa Timur (KSPPS Nuri Jatim).

## **B. Paparan Data**

Untuk memperoleh data dan menganalisis data tersebut, peneliti turun langsung ke lapangan dengan menggunakan prosedur pengumpulan data yang telah dipilih sebelumnya, yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi. Prosedur pengumpulan data yang dilakukan merujuk pada fokus penelitian yang telah peneliti tentukan, yaitu:

1. Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Minat Anggota Menggunakan Produk GEMAS (Gadai Emas Syariah) di KSPPS Nuri Jatim.

Beberapa lembaga keuangan saat ini saling berlomba-lomba untuk memajukan segala produk yang dimiliki dan untuk dapat menarik para nasabah/anggota yang dijadikan sasaran, maka dari itu perlunya strategi pemasaran yang harus dirancang kreatif mungkin dan tepat sasaran sehingga dapat bertahan dan memenangkan persaingan dalam pasar.

Untuk menemukan strategi pemasaran yang diterapkan oleh KSPPS

---

<sup>4</sup><https://nuriyatim.com/pembiayaan/>



Nuri Jatim Cabang Palengaan, peneliti selanjutnya melakukan wawancara disana yang kemudian akan peneliti telaah secara lebih mendalam untuk menarik sebuah kesimpulan.

Wawancara pertama dilakukan oleh peneliti bersama dengan bapak M. Nafi selaku *manager* untuk mengetahui strategi pemasaran yang digunakan oleh KSPPS Nuri Jatim Cabang Palengaan sebagaimana hasil wawancara sebagai berikut:

“Untuk strategi pemasaran yang kami gunakan, pertama secara langsung, kedua secara tidak langsung dan internet marketing. Contoh pendekatan secara langsung menemui calon anggota untuk menjelaskan sekaligus menawarkan produk-produk kami. Sedangkan dari pendekatan secara tidak langsung dengan menyediakan brosur dan kami menggunakan segala media sosial yang ada, karena saat ini perkembangan teknologi sangat canggih sehingga dapat membantu kami dalam melakukan promosi terhadap produk-produk kami”.

Senada dengan hal tersebut diungkapkan oleh bapak Abdul Aziz

selaku teller menyatakan:

“Memang benar dari pernyataan sebelumnya bahwa strategi pemasaran dilakukan secara *door-to-door* untuk dapat menarik minat serta menambah jumlah anggota. Selain itu, kami juga memberikan pelayanan yang nyaman terhadap calon anggota ataupun anggota yang sudah terdaftar sebelumnya karena, pelayanan yang baik sangat berpengaruh bagi anggota untuk bergabung bahkan menetap. Ketika para anggota sudah merasakan kenyamanan terhadap pelayanan yang ada biasanya mereka akan memberitahukan kepada para kerabatnya ataupun orang terdekatnya bahwa pelayanan yang diterima sangatlah baik, sehingga mereka pun tertarik untuk bergabung bersama kami tanpa harus kami suruh”.

Hal tersebut juga dibenarkan oleh bapak Madduri selaku *marketing*

*financing* menyatakan:

“Strategi pemasaran sangatlah penting bagi setiap lembaga keuangan agar dapat bersaing serta memenangkan pasar dan meningkatkan jumlah anggota. Bahkan kami melakukannya dengan cara turun langsung ke para calon anggota. Dapat juga ditemukan di media sosial yang sangat banyak digunakan oleh semua orang

secara luas, seperti Instagram, WhatsApp, Facebook dan masih banyak lainnya. Maka dari itu kita hanya perlu memainkan jari untuk menggunakannya serta strategi yang kreatif jika ingin mempromosikan setiap produk. Kami juga menyediakan brosur agar lebih memudahkan pemahaman para calon anggota karena didalamnya terdapat informasi mengenai produk simpanan dan pembiayaan dan sudah terdapat pula kontak yang bisa dihubungi sehingga jika calon anggota tertarik untuk bergabung dapat menghubungi kontak yang sudah disediakan atau bisa langsung ke kantor kami”.

Dari wawancara tersebut dapat peneliti ambil kesimpulan bahwa strategi pemasaran yang digunakan oleh KSPPS Nuri Jatim Cabang Palengaan, pertama dengan cara *door-to-door* artinya langsung bertemu dengan anggota, mengandalkan media sosial yang sangat marak saat ini dan lebih mempermudah untuk mempromosikan segala produk kepada masyarakat luas. Pendekatan secara tidak langsung dengan menyediakan brosur yang dapat memberikan pemahaman bagi para anggotanya, jika pelayanan dirasakan puas oleh para anggota maka apa yang didapat tersebut akan diberitahukan kepada teman terdekatnya untuk bergabung di KSPPS Nuri Jatim, sehingga akan bertambahnya nasabah/anggota didalamnya.

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh KSPPS Nuri Jatim Cabang Palengaan telah dipaparkan oleh *manager* dan beberapa karyawan. Selanjutnya dalam penetapan sebuah strategi melewati beberapa proses yang harus dilalui dengan menentukan *segmenting, targeting, positioning*. Sebagaimana diungkapkan oleh bapak Abdul Aziz selaku teller mengatakan:

“Pada kantor cabang kami ini memang sudah dikhususkan untuk wilayah bagian palengaan, karena KSPPS Nuri Jatim memiliki beberapa cabang jadi sudah terbagi sesuai tempat. Kantor kami cukup berada di tempat yang strategis yaitu berdekatan dengan

pasar dimana bertemunya orang atau sekelompok didalamnya, sehingga bisa kami jadikan sasaran untuk bergabung bersama kami dan kantor kami bukan berada di tempat pelosok artinya berdekatan dengan keramaian, penduduknya bisa kami katakan termasuk kedalam kelas menengah.

Hal senada juga disampaikan oleh bapak Madduri selaku

*marketing financing* menyatakan:

“Sebenarnya untuk pembagian wilayah di tentukan berdasarkan domisili masing-masing calon anggota jika ingin bergabung di KSPPS Nuri Jatim, karena beberapa wilayah sudah tersedia. Untuk Cabang Palengaan memang target utama itu di daerah sakitar tempat, namun penyebarannya tetap ke seluruh daerah palengaan. Saat ini kantor kami masih baru-baru ditempati karena kantor yang awalnya di barat pasar sekarang berpindah lebih dekat berada di selatan pasar. Lalu untuk menanamkan kesan produk yang kami tawarkan kepada para anggota, kami memberikan informasi bahwa produk yang berhubungan dengan pembiayaan itu tidak memberatkan persyaratan, proses yang cepat, tidak adanya biaya administrasi, jaminan aman dan pastinya pencairannya di akad sesuai syariah.

Dapat diambil kesimpulan dari wawancara diatas bahwasannya pembagian wilayah sudah disesuaikan dengan daerah masing-masing, karena KSPPS Nuri Jatim memiliki beberapa cabang sehingga disesuaikan dengan domisili setiap anggota. Jadi untuk target utamanya di wilayah sekitar kantor, namun penyebarannya tetap ke seluruh palengaan. Dalam penawaran produk pembiayaan kepada anggota persyaratan yang mudah, proses yang didapati cepat, bebas biaya administrasi, jaminan aman dan setiap melakukan pencarian di akad sesuai syariah.

Beberapa jenis strategi pemasaran digunakan oleh KSPPS Nuri Jatim Cabang Palengaan Pamekasan. Sebagaimana yang disampaikan bapak Moh Hori Jakfar selaku *marketing funding*:

“Kami menerapkan beberapa jenis strategi pemasaran untuk mendapatkan ketertarikan dari para calon anggota serta

menawarkan beberapa produk yang kami miliki. Maka dari itu strategi yang kreatif sangat membantu dalam kemajuan kantor kami. Hampir sama dengan penjelasan di awal mengenai strategi pemasaran yang kami gunakan. Penerapan jenis strategi pemasaran secara langsung dengan cara mendatangi para calon anggota untuk mengenalkan atau menawarkan segala produk, bisa dikatakan permulaan yang baik dengan adanya pendekatan bersama para calon anggota. Kami juga menyediakan brosur agar pemahaman para calon anggota lebih mudah. Selanjutnya memanfaatkan semuamedia sosial untuk menyebarluaskan produk kami seperti (WhatsApp, Instagram, Facebook, Website, dll). Lalu kami memberikan setiap informasi disetiap status beberapa media sosial tersebut sehingga para calon anggota dapat mengetahui segala informasi yang ada”.

Bapak Muhlish menambahkan selaku *costumer service* sebagai

berikut:

“Memang untuk jenis strategi pemasaran yang kami gunakan sangat membantu dalam kelangsungan kegiatan promosi semua produk kami, tidak hanya itu saja pelayanan yang ramah dan nyaman juga merupakan keinginan dari para calon anggota karena hal tersebut menjadi nilai positif bagi kami”.

Hal tersebut dibenarkan oleh ibu Fatimatus merupakan salah satu

anggota yang sudah bergabung di KSPPS Nuri Jatim Cabang Palengaan

menyatakan:

“Awal saya bergabung dengan KSPPS Nuri Jatim Cabang Palengaan karena mengetahui informasi dari teman terdekat saya yang juga sudah bergabung, selanjutnya saya mencari tahu informasi lebih jelas dengan langsung mendatangi kantor tersebut. Sehingga saya tertarik untuk bergabung dikarenakan persyaratan tidak terlalu rumit, proses yang cepat serta pelayanan yang cukup baik”.

Setiap lembaga keuangan pasti menyediakan produk-produknya

termasuk di KSPPS Nuri Jatim Cabang Palengaan yang memiliki

produk simpanan dan pembiayaan. Sebagaimana disampaikan oleh

bapak M. Nafi selaku *manager*:

“Adanya KSPPS Nuri Jatim diharapkan dapat membantu meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan sosial dari anggota, sehingga kami menyediakan beberapa produk simpanan yaitu: simpanan pokok, simpanan wajib, simpanan wajib khusus,

simpanan hari raya, simpanan berjangka, simpanan walimatul ursy, simpanan pendidikan, simpanan haji dan umrah, simpanan qurban, simpanan rumah tangga, simpanan suka rela. Sedangkan pembiayaan yaitu: pembiayaan gadai emas pola syariah, pembelian barang serba guna, modal usaha, pembiayaan modal pertanian, pembiayaan gadai BPKB syariah, pembiayaan gadai kendaraan syariah, pembiayaan pembelian mobil dan motor syariah, pembiayaan rumah barokah, pembiayaan gadai sertifikat tanah syariah.

Bapak Abdul Aziz menambahkan bahwa dari produk pembiayaan ada yang lebih unggul dari lainnya, sebagaimana hasil wawancara sebagai berikut:

“Seperti penjelasan di awal bahwa kami menggunakan segala jenis strategi baik secara langsung menemui calon anggota, penggunaan internet marketing dengan mengandalkan media sosial yang ada dan penggunaan secara tidak langsung berupa brosur yang kami sediakan untuk menawarkan segala produk termasuk produk GEMAS (gadai emas syariah). Namun untuk produk pembiayaan yang memiliki minat terbanyak adalah pembiayaan GEBYAR (gadai BPKB syariah), jika dihitung dalam persentase sekitar 80% dan pada pembiayaan GEMAS (gadai emas syariah) sekitar 60% dan hanya pada tahun 2020 banyak orang yang tidak melakukan pembiayaan. Untuk seluruh pembiayaan terdapat dua aktivitas pertama cash tempo cukup membayar ujah setiap bulannya minimal Rp. 20.000,- sedangkan yang kedua secara kredit, kalau untuk Rp. 1.000.000,- dalam 1 tahun Rp. 96.300/bln, 2 tahun Rp. 54.200/bln, 3 tahun Rp. 40.100/bln dan 4 tahun Rp. 33.100/bln. Jadi untuk batasan pembiayaan kredit itu maksimal 4 tahun”.

Berdasarkan paparan dari hasil wawancara diatas peneliti menyimpulkan untuk strategi pemasaran dalam meningkatkan minat anggota menggunakan produk GEMAS (gadai emas syariah) di KSPPS Nuri Jatim Cabang Palengaan dapat dikatakan efektif, karena menggunakan pendekatan secara langsung terhadap anggota dan berusaha memberikan pelayanan yang baik, sehingga dapat menarik anggota untuk menetap dan para calon anggota untuk bergabung.

2. Perkembangan Pemasaran dalam Penerapan Meningkatkan Minat Anggota Menggunakan Produk GEMAS (Gadai Emas Syariah) Setiap Periodenya di KSPPS Nuri Jatim Cabang Palengaan.

Pada hakikatnya dalam segala usaha akan adanya suatu perkembangan ataupun penurunan, ibarat kata bahwa roda akan selalu berputar jadi tidak selamanya selalu berada diatas. Bahkan tidak luput dengan beberapa kendala yang harus siap dihadapi dan mencari solusi dalam mengatasinya. Berikut penjelasan dari bapak Abdul Wafi Jamal selaku sekretaris menyatakan:

“Pembiayaan Produk GEMAS (gadai emas syariah) dalam perkembangannya semakin meningkat, karena persyaratannya tidak cukup memberatkan para anggota. Namun, disaat keadaan mendesak anggota lebih memilih resiko yang cukup tinggi. Seperti menggadaikan BPKB yang sekarang menjadi produk pembiayaan dengan peminat terbanyak dari yang lain. Akan tetapi, saat kejadian penyebaran virus COVID-19 yang berasal dari Wuhan China kemarin berita tersebut membeludak ke seluruh negara, sehingga pemerintah memberikan arahan untuk lebih berwaspada dan juga melakukan *lockdown* di berbagai tempat termasuk kantor kami ditutup sementara sampai keadaan cukup membaik. Padahal waktu itu cukup banyak peminat para anggota terhadap produk pembiayaan gadai emas, tapi kami terpaksa menutup kegiatan pembiayaan tersebut karena keuangan para anggota juga tidak stabil, sehingga kegiatan pembiayaan tidak bisa dilakukan.

Dari hasil wawancara tersebut dapat peneliti simpulkan bahwa pembiayaan produk GEMAS (gadai emas syariah) mengalami peningkatan setiap periodenya. Namun kendala yang ada pada saat penyebaran virus COVID-19, pada saat itu segala kegiatan dihentikan untuk sementara. Proses kegiatan pembiayaan masih belum bisa dilakukan dengan adanya kendala tersebut, mengingat keuangan anggota yang tidak stabil.

### C. Temuan Penelitian

Berdasarkan temuan yang telah diperoleh dari lapangan, baik dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi, dapat dipaparkan tentang Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Minat Anggota Menggunakan Produk GEMAS (Gadai Emas Syariah) di KSPPS Nuri Jatim Cabang Palengaan Pamekasan sebagai berikut:

1. Bahwa strategi pemasaran yang digunakan di KSPPS Nuri Jatim Cabang Palengaan, pertama secara langsung menemui para calon anggota, kedua secara tidak langsung menggunakan brosur dan internet marketing berupa, website serta beberapa media sosial.
2. *Segmenting* yang dilakukan berdasarkan domisili para calon anggota sesuai dengan kantor cabang yang ada di wilayahnya. Selanjutnya untuk *targeting* berada disekitar kantor cabang, namun penyebarannya tetap meluas ke seluruh wilayah palengaan. *Positioning* dengan cara menginfokan kepada calon anggota bahwa persyaratan mudah, proses cepat, tidak ada biaya administrasi, jaminan aman dan pencairan di akad sesuai syariah.
3. Produk yang ditawarkan yaitu: simpanan, pembiayaan.
4. Produk pembiayaan GEMAS (Gadai Emas Syariah) mengalami peningkatan, namun pada tahun 2020 banyak yang tidak melakukan kegiatan pembiayaan.
5. Kendala yang ditemukan pada saat penyebaran virus COVID-19 kegiatan usaha menurun dari ketidakstabilan ekonomi negaradan juga masyarakat. Jadikegiatan di KSPPS Nuri Jatim Cabang Palengaan

ditutup berdasarkan surat edaran yang ada. Sedangkan untuk menerima kegiatan pembiayaan masih belum bisa karena melihat kondisi yang tidak stabil, namun kegiatan di dalam kantor tetap berjalan oleh para pegawai.

#### **D. Pembahasan**

##### **1. Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Minat Anggota Menggunakan Produk GEMAS (Gadai Emas Syariah) di KSPPS Nuri Jatim Cabang Palengaan Pamekasan.**

Pembahasan dalam penelitian ini berkaitan dengan strategi pemasaran dalam meningkatkan minat anggota menggunakan produk GEMAS (Gadai Emas Syariah) di KSPPS Nuri Jatim Cabang Palengaan Pamekasan. Seperti penjelasan dalam teori sebagai berikut.

Perilaku dan dinamika perilaku nasabah/anggota sangat penting untuk dipahami pengelola Bank agar dapat menyusun strategi yang tepat dan penciptaan produk yang bernilai unggul seperti tabungan maupun kredit, akan didapatkan jika Bank mampu memahami benar kebutuhan dan harapan nasabahnya serta memberikan kepuasan. Ketika promosi efektif pada pasar sasaran dan Bank mampu memahami perilaku serta proses pencarian informasi yang dilakukan nasabah sebelum mengambil keputusan. Pada saat mencari informasi dan memilih media merupakan hal yang sangat penting dipahami pengelola Bank agar dapat memilih media promosi yang efektif dan menyusun pesan promosi yang tepat dan efisien.<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup>Tatik Suryani, *Manajemen Pemasaran Strategik Bank di Era Global*, (Jakarta: Prenadamedia Group, November 2017), 8.



Terdapat beberapa cara ataupun strategi untuk meningkatkan minat anggota menggunakan produk GEMAS (Gadai Emas Syariah) di KSPPS Nuri Jatim Cabang Palengaan Pamekasan, antara lain:

a. Strategi Pemasaran KSPPS Nuri Jatim Cabang Palengaan Pamekasan Menggunakan Produk GEMAS (Gadai Emas Syariah)

Dalam menjalankan kegiatan usahanya suatu lembaga keuangan akan memiliki sebuah target untuk terus membawa KSPPS Nuri Jatim semakin baik kedepannya. Maka dari itu perlunya kerjasama antara *manager* dan seluruh karyawan agar pencapaiannya tertuju.

Penerapan jenis strategi pemasaran dilakukan secara efektif tujuannya agar para calon anggota tertarik ketika proses promosi terhadap produk yang ada. Kegiatan promosi secara langsung dilakukan bersama para calon anggota dan mengutamakan pelayanan yang nyaman serta penjelasan yang mudah dipahami. Untuk promosi secara tidak langsung terbantu dengan adanya brosur dan beberapa media sosial, seperti (WhatsApp, Instagram, Facebook) dll. Maka penyebarannya dapat diketahui secara luas oleh para calon anggota.

Dengan hal tersebut strategi pemasaran sangatlah penting dalam meningkatkan jumlah anggota di KSPPS Nuri Jatim Cabang Palengaan. Tanpa adanya strategi pemasaran seluruh kegiatan usaha tidak akan berjalan sesuai keinginan.

b. *Segmenting, Targeting dan Positioning*

Secara tipikal, segmentasi merupakan proses memanfaatkan peluang dengan membagi-bagi pasar menjadi beberapa segmen. Untuk

lebih memahami lebih jelas pasar yang akan dimasuki, maka pemetaan pasar disesuaikan berdasarkan karakteristik. Beberapa peranan dari segmentasi. *Pertama*, dapat memungkinkan untuk lebih fokus ketika memasuki pasar sesuai keunggulan kompetitif dari suatu perusahaan tersebut. *Kedua*, segmentasi memungkinkan mendapatkan *insight* mengenai peta kompetisi dan posisi pasar. Perlu diperhatikan karena tidak mungkin ketika memasuki segmen pasar, tetapi sumber daya tak mampu bersaing. *Ketiga*, segmentasi merupakan basis dalam memudahkan suatu perusahaan dalam menyiapkan langkah selanjutnya. Keempat, segmentasi merupakan faktor kunci mengalahkan pesaing dengan memandang pasar dari sudut yang unik dan cara yang berbeda.<sup>6</sup> Hasil penelitian yang peneliti teliti, KSPPS Nuri Jatim Cabang Palengan Pamekasandalam menentukan segmentasi dilakukan berdasarkan domisili para calon anggota karena sudah ketentuan untuk menyesuaikan dengan kantor cabang yang ada di setiap wilayah.

Target pasar merupakan istilah penting dalam perusahaan. Target pasar diartikan sebagai sekelompok orang yang dijadikan sebagai pasar sasaran dari produk atau jasa perusahaan. Target pasar biasanya memiliki karakteristik yang sama baik dilihat dari geografi, demografi, psikografis dan perilaku konsumen (Amaliya, 2018). Beberapa langkah harus dilakukan dalam menentukan target pasar sebagai berikut: dimulai dengan asumsi, mencermati persaingan, berkomunikasi dengan pelanggan, menggunakan *Analytics Tools*, menciptakan buyer persona, menjelaskan

---

<sup>6</sup>Hermawan Kertajaya, *Hermawan Kertajaya On Segmentation Sei 9 Elemen Marketing*, (Bandung: PT Mizan Pustaka Anggota IKAPI, April 2006), 16-19.

keunggulan produk, menciptakan brand positioning.<sup>7</sup> Dalam hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti KSPPS Nuri Jatim Cabang Palengaan Pamekasan dalam menentukan *targeting* terfokus pada sekitar wilayah kantor cabang, namun penyebarannya tetap meluas ke seluruh wilayah palengaan.

*Positioning* didefinisikan sebagai tindakan merancang penawaran dan citra perusahaan untuk membangun citra yang hebat dalam pikiran orang banyak. Tujuan *positioning* adalah untuk menempatkan merk dalam pikiran konsumen sehingga manfaat potensial bagi perusahaan dapat dimaksimalkan.<sup>8</sup> Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti KSPPS Nuri Jatim Cabang Palengaan Pamekasan dalam melakukan *positioning* dengan cara menginfokan kepada calon anggota bahwa persyaratan yang mudah, proses yang cepat, bebas biaya administrasi, jaminan aman, pencairan di akad sesuai syariah

## **2. Perkembangan Pemasaran dalam Penerapan Meningkatkan Minat Anggota Menggunakan Produk GEMAS (Gadai Emas Syariah) Setiap Periode nya di KSPPS Nuri Jatim Cabang Palengaan Pamekasan.**

Setiap produk memiliki nilai unggul masing-masing dan produk GEMAS (Gadai Emas Syariah) di KSPPS Nuri Jatim Cabang Palengaan Pamekasan cukup banyak diminati oleh para calon anggota, karena ketika berada di keadaan yang mendesak barang berupa emas tersebut mudah untuk diproses dalam sistem gadai. Produk tersebut juga terus mengalami

---

<sup>7</sup>Syafrida Hafni Sahir, dkk., *Dasar-Dasar Pemasaran* (Yayasan Kita Menulis, Februari 2021), 106-112

<sup>8</sup>Musnaini, dkk., *Manajemen Pemasaran* (Sumatra Barat: Insan Cendekia Mandiri, Mei 2021), 90.

peningkatan, dapat dilihat bahwa persyaratannya mudah, prosesnya cepat, jaminan aman dan akadnya sesuai dengan syariah. Namun saat terjadi penyebaran virus COVID-19 mengalami penurunan dan terjadilah ketidakstabilan perekonomian, sehingga membutuhkan beberapa waktu untuk menunggu keadaan seperti sebelumnya.

