

## **BAB IV**

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

#### **A. Gambaran Umum Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah NURI Jawa Timur**

Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Nuri adalah salah satu koperasi syariah yang ada di Kabupaten Pamekasan, untuk lebih jelasnya mengenai gambaran Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Nuri tersebut akan kami uraikan sebagai berikut:

##### **a) Sejarah Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah NURI Jawa Timur<sup>1</sup>**

Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Nuri atau yang dikenal dengan sebutan KSPPS NURI JATIM adalah salah satu koperasi besar yang ada di Indonesia yang berkedudukan di Jalan Raya Palduding Desa Plakpak Kecamatan Pegantenan Kabupaten Pamekasan. Koperasi Syariah Nuri dibentuk oleh para tokoh alumni Pondok Pesantren Banyuwangor pada hari senin tanggal 01 Desember 2008 dan mulai beroperasi pada tanggal 01 Januari 2009 dengan satu kantor pelayanan yang beralamat di Jalana Raya Palengaan Desa Plakpak Kecamatan Pegantenan Kabupaten Pamekasan.

Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Nuri bergerak dalam bidang usaha simpan pinjam yang beroperasi berdasarkan legalitas badan hukum dari Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Pamekasan dengan nomor 02/BH/XVI/19/2010 tertanggal 29 April 2010. Untuk tetap menjalankan roda

---

<sup>1</sup> Diakses di <https://nurijatim.com/simpanan/> pada 29 Desember 2019.

organisasi institusi yang sah, maka Pada tanggal 11 Desember 2014 Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Nuri telah memperoleh Pengesahan akte Perubahan Anggaran Dasar dari Dinas Provinsi Jawa Timur Nomor: P2T/10/09.02/XII/2014 tanggal 11 Desember 2014 serta Surat Izin Usaha Simpan Pinjam dari Pemerintah Provinsi Jawa Timur Nomor: P2T/26/09.06/01/XII/2014 tanggal 11 Desember 2014.

Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Nuri menjalankan kegiatan usaha penghimpunan dana dalam bentuk simpanan koperasi dan simpanan berjangka koperasi, serta memberikan pembiayaan dari dan anggota atau calon anggota, koperasi lain dan atau anggotanya sebagai diatur dalam Undang-undang Republik Indonesia tentang perkoperasian dan peraturan pemerintah tentang pelaksanaan kegiatan usaha simpan pinjam oleh koperasi.

Sebagai lembaga keuangan non Bank, Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Nuri Jawa Timur berperan sebagai lembaga intermediasi antara potensi yang dimiliki masyarakat Indonesia dengan tujuan yang akan dicapai yaitu menjadi masyarakat sejahtera. Karena Koperasi dirasa menjadi kebutuhan bagi masyarakat ber perekonomiam kecil, maka pada tahun-tahun berikutnya Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Nuri Jawa Timur membuka kantor pelayanan yang hampir disetiap kecamatan di Madura dan bahkan hampir di setiap kabupaten di tanah jawa dengan tujuan untuk membangun peradaban ekonomi ummat berbasis syariah.

Dalam menjalankan usahanya, Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Nuri memegang teguh prinsip-prinsip koperasi yang

diorientasikan untuk dapat membantu, memperkuat dan mengembangkan perekonomian masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan sosial dari masyarakat itu sendiri. Sesuai dengan motonya, sehingga saat ini KSPPS NURI JATIM memiliki anggota yang sangat banyak dan tersebar di seluruh Indonesia.

Sebagai salah satu tujuan dari didirikan Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Nuri Jawa Timur, yang bergerak dalam bidang simpan pinjam, diharapkan dapat menjadi solusi untuk terbangunnya ekonomi umat yang berbasis syariah.

#### **b) Visi Dan Misi Koperasi Nuri**

##### 1) Visi

Terwujudnya koperasi syariah yang unggul dan kompetitif sebagai pilar pembangunan ekonomi umat.

##### 2) Misi

- a. Menjadikan KSPPS NURI Jatim sebagai rujukan koperasi syariah.
- b. Menciptakan pelayanan dan SDM KSPPS NURI JATIM yang kompetitif dan profesional.
- c. Meningkatkan pendapatan anggota dan masyarakat.
- d. Membangun kesadaran masyarakat akan kehidupan bergotong royong dalam melakukan aktivitas usahanya.
- e. Menciptakan pengusaha muslim yang tangguh di lingkungan masyarakat.
- f. Meningkatkan program pemberdayaan ekonomi, khususnya di kalangan anggota melalui sistem syariah.

### 3) **Status Hukum Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Nuri**

Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Nuri ini merupakan lembaga keuangan syari'ah yang sudah sesuai dengan hukum Islam dan juga sudah memiliki badan hukum yaitu:

1. Badan Hukum: 02/BH/XVI. 19/2010, Tanggal 29 April 2010.
2. Akta Perubahan Ad: P2T/10/09.02/01/XII/2014, Tanggal 11 Desember 2014.
3. Izin Usaha Simpan Pinjam: 02T/26/09.06/01/11/2014, Tanggal 11 Desember 2014.
4. Usaha Perdagangan Kecil: 06/13-4/SIUP-K/1X12014, Tanggal 09 September 2014.
5. Tanda Daftar Perusahaan: 130426400054, Tanggal 10 September 2014.
6. Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP): 03.020.416.8-608.000.

### 4) **Susunan Organisasi**

Uraian Sturuktur Organisasi Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) Nuri Jatim terdiri dari:

#### 1. Dewan Pengawas Syar'i

- Ketua : KH. Muhammad Syamsul Afin  
Anggota : KH. Abdul Ghafur Syafiuddin, Lc.  
Anggota : KH. Hasbullah Muhammad

#### 2. Pengurus

- Ketua : Achmad Mukhlisin, SH.MH.  
Sekretaris : Abdul Wafi Jamal, S.Pd.  
Bendahara : H. Akhmad Farhom, S.Ag

#### 3. Pengawas

Ketua : Drs. Khalil Asy'ari  
 Anggota : Nurul Hadi, Lc. M.Pd.  
 Anggota : Suryadi, S.Pd.I

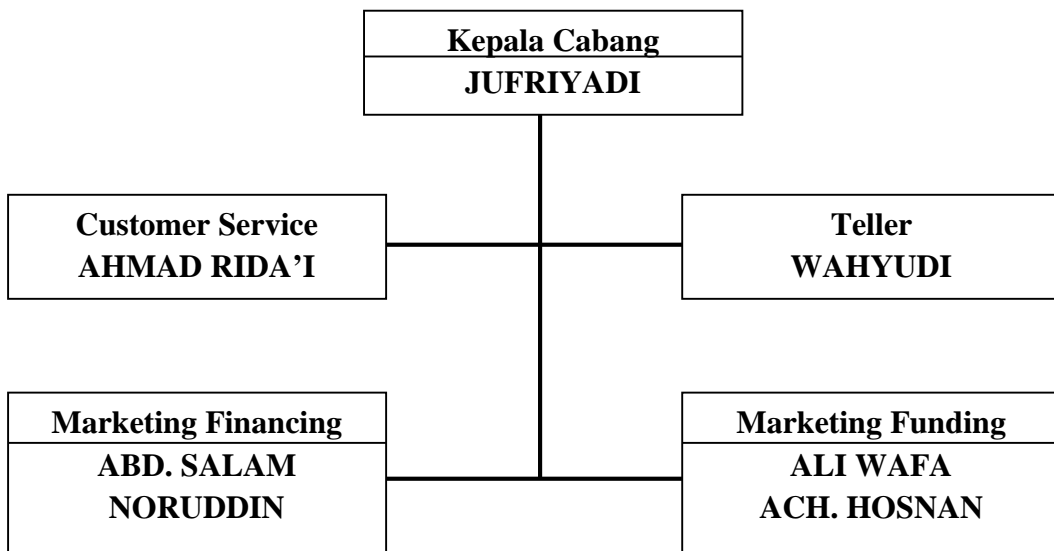
4. Pengawas Cabang

Cab. Waru : Syamsul Arifin, S.Pd.I  
 Cab. Ketapang : Abdul Hadi  
 Cab. Sumenep : Ghazali  
 Cab. Batumarmar : Kuryadi, S.Pd.I  
 Cab. Karangpenang : Zubaidi  
 Cab. Sokobanah : Sukandar  
 Cab. Palengaan : H. Habib

5) **Susunan Pengurus Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah**

**Nuri Jawa Timur CABANG WARU KABUPATEN PAMEKASAN**

**Tabel 4.1  
 Struktur Pengurus**



Sumber: Dokumen Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Nuri Jawa Timur 2020

6) **Produk-produk Simpanan Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Nuri Jawa Timur Cabang Waru Kabupaten Pamekasan<sup>2</sup>**

**a. SIPOKOK (Simpanan Pokok)**

Simpanan awal sebagai persyaratan menjadi anggota di Koperasi Syariah Nuri Jawa Timur dengan simpanan awal Rp. 50.000.

**b. SIWAJIB (Simpanan Wajib)**

Simpanan tertentu yang tidak harus sama yang wajib dibayar oleh anggota dalam waktu dan kesempatan tertentu.

**c. SIMSUS (Simpanan Khusus)**

Simpanan bagi anggota yang diperuntukkan untuk pengembangan atau penguatan modal KSPPS NURI JATIM dengan minimal simpanan awal Rp. 5.000.000 dengan keuntungan mendapatkan bagian dari SHU sesuai besaran simpanan.

**d. SAHARA (Simpanan Hari Raya)**

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

**e. SIBER (Simpanan Berjangka)**

Simpanan dengan jangka waktu tertentu yang disepakati bersama oleh pihak penyimpan dan KSPPS NURI JATIM dengan akad *mudharabah*.

**f. SITUS (Simpanan Walimatul Ursy)**

Simpanan untuk persiapan pernikahan dengan akad *wadiah*. Bisa dilakukan kapan saja sesuai kebutuhan.

**g. SIDIK (Simpanan Pendidikan)**

---

<sup>2</sup> Browsur Koperasi Syariah Nuri Jawa Timur

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

**h. SIHAJIR (Simpanan Hari & Umrah)**

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

**i. SURBAN (Simpanan Qurban)**

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

**j. SIAGA (Simpanan Rumah Tangga)**

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

**k. SISUKA (Simpanan Suka Rela)**

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

Adapun syarat-syarat yang harus dipenuhi dalam pengajuan guna mengambil manfaat produk Simpanan di KSPPS NURI Jawa Timur Cabang Waru Kabupaten Pamekasan adalah:

- 1) Fotokopi KTP.
- 2) Mengisi formulir pendaftaran.
- 3) Membayar simpanan pokok dan simpanan wajib.
- 4) Menandatangani buku daftar anggota.

## **B. Paparan Data**

### **1. Implementasi *Segmenting* Produk Simpanan Pada Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Nuri Jawa Timur (KSPPS NURI JATIM) Cabang Waru Kabupaten Pamekasan**

Segmentasi pasar menurut Surahman Sumawihardja adalah suatu tindakan membagi pasar menjadi kelompok-kelompok dilihat dari segi kebutuhannya yang memerlukan barang atau jasa secara terpisah.<sup>3</sup> Dalam strategi pemasaran segmentasi merupakan salah satu hal yang penting bagi suatu perusahaan untuk melihat potensi pasar.

Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Nuri Jawa Timur Cabang Waru Kabupaten Pamekasan menyadari bahwa tidaklah mudah dalam rangka melayani keberagaman calon anggotanya, karena dari setiap calon anggotanya memiliki keinginan dan kebutuhan masing-masing. Mereka secara potensial merupakan pasar yang terpisah, untuk itu Koperasi Syariah Nuri Jawa Timur Cabang Waru Kabupaten Pamekasan perlu memilih dan menetapkan bagian mana yang akan dimasuki dan diutamakan dalam memasarkan produk-produknya.

Tidak bisa dipungkiri bahwa dalam kesuksesan beroperasinya KSPPS Nuri Jawa Timur tidak terlepas dari peranan pasar yang mempercayakan dananya agar dikelola di lembaga tersebut. Pada tahun 2009 asetnya mencapai Rp. 750 juta, tujuh tahun kemudian KSPPS Nuri mengalami banyak perkembangan dan peningkatan. Hal itu dapat dilihat dalam total aset yang dikelolanya pada tahun 2016 sebesar Rp. 102 M. Itu merupakan dampak positif atas kehadirannya KSPPS

---

<sup>3</sup> Sumawihardja, Surahman, *Intisari Manajemen Pemasaran*, (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 1992). Hlm,43



Nuri ditengah-tengah masyarakat baik yang berstatus sosial ekonomi menengah ke-bawah atau menengah ke-atas.<sup>4</sup> Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan pihak internal Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Nuri Jawa Timur Cabang Waru Kabupaten Pamekasan, pelaksanaan segmentasi produk Simpanannya sebagaimana dinyatakan oleh Bpk Jufri.

“Ketentuan kriteria tentunya ada mas, namun kami juga melihat keadaan lingkungan pasar yang akan kami jadikan tempat dalam memasarkan produk-produk kami, semisal untuk pemasaran produk simpanan di wilayah pasar, kami menyarankan agar semua produk simpanan yang ada untuk ditawarkan, dan biar calon anggota yang menentukan pilihannya. Ketentuan kriteria calon anggota itu mas, sudah melekat pada produk simpanan itu sendiri mas. Misalkan simpanan pendidikan, kami melakukan kerja sama dengan lembaga pendidikan, dan untuk kriteria calon anggota yang dapat mengambil manfaat produk simpanan dilembaga kami tidak ada penghususan mas, baik latar belakangnya sebagai nelayan, petani atau pelajar. Semua kalangan bisa untuk mengambil manfaat produk simpanan dilembaga kami”.<sup>5</sup>

Hal yang senada dalam penerapan segmentasi produk simpanan di KSPPS NURI JATIM Cabang Waru Kabupaten Pamekasan juga disampaikan oleh Bpk Ali Wafa.

“Dalam memasarkan produk simpanan, kami tidak melihat secara detail latar belakang calon anggota yang kami tawari produk-produk simpanan mas, kami memberikan kebebasan kepada mereka untuk memilih produk simpanan mana yang akan mereka pilih. Kami hanya memberikan penjelasan terkait keuntungan dan kelebihan pada tiap-tiap produk simpanan yang kami sediakan”.<sup>6</sup>

Dilanjutkan dengan pernyataan hasil wawancara dengan Bpk Hosnan.

“Untuk produk simpanan yang banyak diminati oleh masyarakat mas, ya Simpanan Pokok, Simpanan Rumah Tangga, Simpanan Pendidikan dan

---

<sup>4</sup> Hasil observasi perkembangan KSN JATIM

<sup>5</sup> Jufriyadi, Kepala Cabang, Koperasi Syariah Nuri Cabang Waru; wawancara langsung, (Selasa, 17 Maret 2020)

<sup>6</sup> Ali Wafa, Marketing Funding, Koperasi Syariah Nuri Cabang Waru; wawancara langsung, (Kamis, 19 Maret 2020)

Simpanan Berjangka. Rata-rata masyarakat disini memilih produk simpanan itu”.<sup>7</sup>

Masih dalam wawancara penerapan segmentasi produk simpanan di KSPPS NURI JATIM Cabang Waru Kabupaten Pamekasan yang dilakukan dengan Bpk Rida'i menyampaikan.

“Mayoritas anggota yang menabung ke lembaga kami berlatar belakang menengah ke bawah berasal dari pegunungan, pesisir mas, rata-rata pendidikannya lulusan SMA. Ada yang membuka toko, menjadi kuli, pedagang dan ada juga yang berprofesi sebagai pegawai mas. Karena memang produk simpanan yang ada dilembaga kami masuk kesemua kalangan masyarakat, akhirnya bisa diterima sesuai dengan kebutuhan dan keinginan masyarakat mas”.<sup>8</sup>

Ditambah wawancara dengan pihak eksternal KSPPS NURI JATIM Ibu Tri Handayani.

“Saya menabung di KSPPS NURI JATIM mas, karena pelayanannya yang memuaskan. Kalau saya tidak bisa melakukan penarikan langsung ke Kantor, saya tinggal menghubungi karyawannya dan diantarkan ke rumah. Sepertinya tidak ada batasan-batasan dalam pembukaan simpanan, saya yang dari pegunungan saja buktinya bisa membuka simpanan di KSPPS NURI JATIM mas”.<sup>9</sup>

Masih wawancara dengan pihak eksternal KSPPS NURI JATIM Bpk Sayuti.

“saya tertarik untuk menabung di KSPPS NURI JATIM ya karena selain saya sebagai alumni pondok pesantren Banyuwangi, saya tahu bahwa menabung di lembaga yang tidak berprinsipkan syariah ada unsur ribanya mas, makanya kemudian saya menabungnya di KSPPS NURI JATIM. Untuk kriteria calon nasabahnya di KSPPS NURI JATIM saya perhatikan memang mayoritas dari kalangan masyarakat menengah kebawah ekonominya mas. Ya seperti saya ini.”<sup>10</sup>

---

<sup>7</sup> Ach. Hosnan, Marketing Funding, Koperasi Syariah Nuri Cabang Waru; wawancara langsung, (Selasa, 14 April 2020)

<sup>8</sup> Ahmad Rida'i, Customer Service, Koperasi Syariah Nuri Cabang Waru; wawancara langsung, (Selasa, 14 April 2020)

<sup>9</sup> Tri Handayani, Anggota, Koperasi Syariah Nuri Cabang Waru; wawancara langsung, (Rabu, 15 April 2020)

<sup>10</sup> Imam Sayuti, Nasabah, Koperasi Syariah Nuri Cabang Waru; wawancara langsung, (04 Mei 2020)

## **2. Implementasi *Targeting* Produk Simpanan Pada Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Nuri Jawa Timur (KSPPS NURI JATIM) Cabang Waru Kabupaten Pamekasan**

Setelah Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Nuri Jawa Timur Cabang Waru Kabupaten Pamekasan melakukan penyegmentasian terhadap calon anggotanya, perlu kemudian untuk menentukan target dalam memasarkan produk-produk Simpanannya. Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan pihak internal Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Nuri Jawa Timur Cabang Waru Kabupaten Pamekasan, pelaksanaan target pemasaran produk Simpanannya sebagaimana dinyatakan oleh Bpk Jufri.

“Saya lebih menyarankan agar pemasaran dari produk-produk simpanan itu, ditawarkan atau dipromosikan di wilayah-wilayah pasar, karena wilayah pasar tersebut mengandung potensi besar dengan tersebar banyak orang dari berbagai wilayah baik golongan menengah kebawah atau sebaliknya. Namun tidak jarang saya juga meminta agar proses pemasaran produk simpanan ini juga dilakukan di lingkungan tempat mereka tinggal”.<sup>11</sup>

Hasil wawancara dengan Bpk Hosnan selaku *Marketing Funding* di Koperasi Syariah Nuri Jawa Timur Cabang Waru Kabupaten Pamekasan.

“Tidak ada calon anggota dan wilayah yang secara paten ditentukan dalam proses pemasaran produk simpanan mas, kami mempromosikan produk simpanan lembaga kami ke berbagai wilayah yang bisa kami jangkau”.<sup>12</sup>

Senada dengan yang disampaikan Bpk Ali Wafa.

“Promosi atau penawaran produk simpanan yang ada di lembaga kami, tidak mentarget pasar yang secara husus mas. Meskipun wilayah Waru ini luas, dengan keterbatasan Sumber Daya Manusia yang dimiliki oleh lembaga kami, kami berupaya melayani semua kalangan yang mau menjadi anggota dilembaga ini. Dan sejauh ini, yang dominan menjadi

---

<sup>11</sup> Jufriyadi, Kepala Cabang, Koperasi Syariah Nuri Cabang Waru; wawancara langsung, (Selasa, 17 Maret 2020)

<sup>12</sup> Ach. Hosnan, Marketing Funding, Koperasi Syariah Nuri Cabang Waru; wawancara langsung, (Senin, 23 Maret 2020)

anggota adalah kalangan menengah kebawah ada juga yang berstatus pegawai”.<sup>13</sup>

Dilanjutkan wawancara dengan pihak internal KSPPS NURI JATIM

Cabang Waru Kabupaten Pamekasan Bpk Rida’i yang menyampaikan.

“Target pasar produk simpanan itu ya masyarakat pada umumnya mas, tapi yang sudah menjadi nasabah produk simpanan di sini ada yang ibu rumah tangga, ada yang pedagang di pasar waru. Selama mereka memiliki pendapatan dan surat keterangan domisili, bisa untuk membuka simpanan mas”.<sup>14</sup>

Wawancara dengan pihak eksternal KSPPS NURI JATIM Bapak Sayuti masih terkait dengan tergeting produk Simpanannya, dia menyampaikan.

“Sejauh ini saya memperhatikan pemasaran produk Simpanannya tidak terpusat pada satu wilayah saja tuh, seperti saya saja yang dari pedesaan masih mendapatkan pelayanan untuk menabung di KSPPS NURI JATIM, yang penting syarat-syarat untuk menjadi nasabah lengkap.”<sup>15</sup>

Masih dilanjutkan wawancara dengan pihak eksternal KSPPS NURI JATIM Bpk Wahyudi menyampaikan.

“Untuk target pemasaran produknya saya tidak tahu jelasnya mas, namun saya perhatikan pemasaran dari produk-produknya tersebar ke berbagai lokasi di waru mas. Ya mungkin lokasi-lokasi yang bisa dijangkau juga sih, yang jelas pusat dari pelayanan yang diharapkan oleh KSPPS NURI JATIM ya kepuasan dari nasabahnya.”<sup>16</sup>

---

<sup>13</sup> Ali Wafa, Marketing Funding, Koperasi Syariah Nuri Cabang Waru; wawancara langsung, (Kamis, 19 Maret 2020)

<sup>14</sup> Ahmad Rida’i, Customer Service, Koperasi Syariah Nuri Cabang Waru; wawancara langsung, (Selasa, 14 April 2020)

<sup>15</sup> Imam Sayuti, Nasabah, Koperasi Syariah Nuri Cabang Waru; wawancara langsung, (04 Mei 2020)

<sup>16</sup> Wahyudi, Nasabah, Koperasi Syariah Nuri Cabang Waru; wawancara langsung, (04 Mei 2020)

### **3. Implementasi *Positioning* Produk SIMPANAN Pada Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Nuri Jawa Timur (KSPPS NURI JATIM) Cabang Waru Kabupaten Pamekasan**

Ketika proses pentargetan selesai dilakukan, selanjutnya bagaimana Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Nuri Jawa Timur Cabang Waru Kabupaten Pamekasan melakukan upaya pemosisian Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Nuri Jawa Timur dibenak calon anggotanya serta mampu memberikan sebuah informasi terkait posisi atau keunggulan dari produk Simpanannya dengan produk simpanan kompetitornya. Hasil wawancara dengan Bpk Jufri terkait posisi atau keunggulan dari produk simpanan yang dimiliki oleh lembaga Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Nuri Jawa Timur Cabang Waru Kabupaten Pamekasan.

“Kami sajikan produk-produk simpanan pada lembaga kami dengan beragam keunggulan, kami juga memberikan kemudahan pada calon anggota yang ingin membuka simpanan dilembaga kami dengan batasan minimal saldo awal sebesar Rp. 50.000 s/d 5.000.000, salah satu dari keunggulan produk simpanan itu mas, kami hadirkan beragam souvenir ketika sudah penutupan buku dilembaga kami”.<sup>17</sup>

Bpk Hosnan ketika diwawancarai mengenai pemosisian produk simpanan lembaga Koperasi Syaraiah Nuri Jawa Timur Cabang Waru Kabupaten Pamekasan menyampaikan.

“Salah satu keunggulan dengan menjadi anggota pengambil manfaat produk simpanan dilembaga kami, kami menyediakan jasa sebagai EO ketika dari salah satu anggota produk simpanan kami memiliki event besar, dan hal ini sering kami lakukan dengan pihak lembaga yang sudah menjadi mitra dalam mengambil manfaat produk simpanan kami,

---

<sup>17</sup> Jufriyadi, Kepala Cabang, Koperasi Syariah Nuri Cabang Waru; wawancara langsung, (Selasa, 17 Maret 2020)

sehingga ketika mereka ingin mengadakan acara Haflatul Imtihan kami yang menghandlenya”.<sup>18</sup>

Dilanjutkan wawancara dengan pihak internal KSPPS NURI JATIM

Cabang Waru Kabupaten Pamekasan Bpk Rida’i yang menyampaikan.

“Saya melayani mereka seperti raja mas, dijemput kalau ada nasabah yang mau menabung tetapi tidak bisa untuk ke kantor, diantar kalau ada yang melakukan penarikan. Saya berikan pelayanan yang maksimal untuk semua nasabah di sini mas, agar mereka bertahan dan merasakan nyaman dengan pelayanan kami”.<sup>19</sup>

Hasil wawancara dengan pihak eksternal KSPPS NURI JATIM Cabang

Waru Kabupaten Pamekasan Bpk Sayuti menyampaikan.

“Setelah saya diberikan pemahaman terkait produk-produk yang ada di KSPPS NURI JATIM meskipun saya tidak memahami keseluruhannya, saya menilai memang ada yang beda dari produk simpanan di lembaga yang lain mas, seperti adanya keringan dalam nominal uang yang akan kita tabung. Sehingga menarik bagi saya untuk dapat mengambil manfaat produk simpanan di KSPPS NURI JATIM.”<sup>20</sup>

Masih dilanjutkan wawancara dengan pihak eksternal KSPPS NURI

JATIM Bpk Wahyudi yang menyampaikan.

“Terkait macam-macam produk simpanan di KSPPS NURI JATIM saya tidak tahu secara jelas ya mas, saya kemudian memilih menabung di KSPPS NURI JATIM ya karena lembaga itu berprinsipkan syariat dalam pengelolaannya, juga tidak terlalu tertekan juga ketika mau menabung di KSPPS NURI JATIM mas, dari hasil pendapatan saya berdagang meskipun 20.000 bahkan saya pernah nabung 10.000. karena pelayanan yang seperti inilah saya nyaman mas, tidak ada tekanan.”<sup>21</sup>

---

<sup>18</sup> Ach. Hosnan, Marketing Funding, Koperasi Syariah Nuri Cabang Waru; wawancara langsung, (Senin, 23 Maret 2020)

<sup>19</sup> Ahmad Rida’i, Customer Service, Koperasi Syariah Nuri Cabang Waru; wawancara langsung, (Selasa, 14 April 2020)

<sup>20</sup> Imam Sayuti, Nasabah, Koperasi Syariah Nuri Cabang Waru; wawancara langsung, (04 Mei 2020)

<sup>21</sup> Wahyudi, Nasabah, Koperasi Syariah Nuri Cabang Waru; wawancara langsung, (04 Mei 2020)

#### **4. Peluang dan Hambatan Pemasaran Produk SIMPANAN Pada Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Nuri Jawa Timur (KSPPS NURI JATIM) Cabang Waru Kabupaten Pamekasan**

Dalam dunia usaha sudah tentu mendapatkan pesaing, sehingga untuk mengantisipasi terhadap keberlanjutan operasional Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Nuri Jawa Timur Cabang Waru Kabupaten Pamekasan, penting kemudian untuk melakukan analisis lingkungan eksternal perusahaan yang bertujuan untuk mengidentifikasi sejumlah peluang dan ancaman yang berada di lingkungan eksternal perusahaan. Hasil wawan cara dengan Bpk Ali Wafa.

“Peluang yang kami miliki dalam mempromosikan produk simpanan lembaga kami mas, adanya mayoritas Alumni Pondok Pesantren Banyuwangor yang sudah tentu akan memprioritaskan lembaga ini ketika dirinya berkeinginan untuk menabung. Selain dari itu di wilayah waru ini mas masyarakatnya mayoritas meyakini ajaran-ajaran Islam, sehingga mereka dengan sendirinya memiliki keinginan untuk mengambil manfaat produk simpanan pada lembaga yang berbasiskan Islam. Sementara ancaman yang dihadapi lembaga kami adanya lembaga keuangan lain yang juga berbasiskan Islam dan beroperasinya juga di wilayah Waru mas. Dengan demikian akan menghambat terhadap lancarnya pemasaran produk-produk lembaga ini”.<sup>22</sup>

Hasil wawancara dengan Bpk Hosnan.

“Kami menyadari adanya keterbatasan dilembaga kami. Namun dengan niat pengabdian, kami berusaha bekerja semaksimal mungkin agar harapan dari didirikannya lembaga keuangan ini bisa terwujud mas, peluang lembaga kami ya karena masyarakat waru terdapat beberapa alumni pondok mas, itu sangat membantu kami dalam memasarkan produk-produk lembaga ini. Dan untuk yang menghambat beroperasinya lembaga ini mas, dilihat dari SDM yang saat ini dimiliki mungkin itu mas, sehingga proses pemasaran dari produk-produknya tidak berjalan efektif”.<sup>23</sup>

---

<sup>22</sup> Ali Wafa, Marketing Funding, Koperasi Syariah Nuri Cabang Waru; wawancara langsung, (Kamis, 19 Maret 2020)

<sup>23</sup> Ach. Hosnan, Marketing Funding, Koperasi Syariah Nuri Cabang Waru; wawancara langsung, (Senin, 23 Maret 2020)

Dilanjutkan wawancara dengan pihak eksternal KSPPS NURI JATIM Cabang Waru Kabupaten Pamekasan Ibu Tri Handayani yang menyampaikan.

“Saya memilih menabung di KSPPS NURI JATIM karena pelayanannya tidak ribet mas, karyawannya juga berperilaku sopan dan ramah. Selain itu, karena pada setiap akhir tahun KSPPS NURI JATIM memberikan souvenir kepada kita yang jumlah Simpanannya sudah mencukupi syarat yang berlaku di KSPPS NURI JATIM”.<sup>24</sup>

Masih wawancara dengan pihak eksternal KSPPS NURI JATIM Bpk Wahyudi menyampaikan.

“Kalau menurut pengalaman saya memakai produk KSPPS NURI JATIM Cabang Waru Kabupaten Pamekasan kualitas produk yang ditawarkan KSPPS NURI JATIM Cabang Waru Kabupaten Pamekasan sudah bagus. Sudah sesuai dengan syariat Islam, tidak menyalahi aturan apa pun khususnya produk simpanannya. Jika ditanya mengenai kekurangan-kekurangannya jujur sih saya belum menemukan adanya kekurangan, khususnya di produk yang saya gunakan yaitu produk simpanan.”<sup>25</sup>

Dilanjutkan dengan Bpk Sayuti sebagai nasabah KSPPS NURI JATIM Cabang Waru Kabupaten Pamekasan, menyampaikan.

“Kalau menurut saya sudah baik ya, mulai dari akad-akadnya sudah sesuai dengan syariah, sistem kerjanya juga, untuk produk pembiayaan juga tidak memberatkan juga. Saat pelunasan tapi belum ada uang kita bisa konfirmasi ke pihak KSPPS NURI JATIM jadi kita bisa minta waktu tenggang lagi asalkan tidak keterlaluhan saja minta waktu tenggangnya. Sejauh ini saya juga belum menemukan adanya kekurangan-kekurangan sih, sudah sesuai dengan harapan saya juga.”<sup>26</sup>

### **C. Temuan Penelitian**

Memperhatikan paparan data dimuka yang diperoleh di lapangan, baik yang dihasilkan melalui observasi maupun dari hasil wawancara serta temuan lainnya yang tidak lepas dari lokasi penelitian dapat dijabarkan sebagai berikut:

---

<sup>24</sup> Tri Handayani, Anggota, Koperasi Syariah Nuri Cabang Waru; wawancara langsung, (Rabu, 15 April 2020)

<sup>25</sup> Wahyudi, Nasabah, Koperasi Syariah Nuri Cabang Waru; wawancara langsung, (04 Mei 2020)

<sup>26</sup> Imam Sayuti, Nasabah, Koperasi Syariah Nuri Cabang Waru; wawancara langsung, (04 Mei 2020)



**1. Implementasi *Segmenting, Targeting* dan *Positioning* Produk Simpanan Pada Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Nuri Jawa Timur (KSPPS NURI JATIM) Cabang Waru Kabupaten Pamekasan**

Bahwa implementasi *segmenting* produk simpanan Pada Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Nuri Jawa Timur Cabang Waru Kabupaten Pamekasan;

- a) Tidak ada ketetapan kriteria Wilayah (Geografi) yang secara khusus.
- b) Tidak ada ketetapan umur dan status sosial (Demografi) yang secara husus.
- c) Kriteria calon anggota produk simpanan tersebut sudah terdapat pada beragam produk simpanan itu sendiri.

Bahwa implementasi *targeting* produk simpanan Pada Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Nuri Jawa Timur Cabang Waru Kabupaten Pamekasan;

- a) Lebih mensyaratkan di wilayah pasar.
- b) Lingkungan tempat tinggal karyawannya.

Bahwa implementasi *positioning* produk simpanan Pada Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Nuri Jawa Timur Cabang Waru Kabupaten Pamekasan adalah:

- a) Adanya pembagian souvenir pada akhir tahun.
- b) Menyediakan jasa sebagai EO (*Event Organizer*) ketika dari salah satu anggota produk Simpanannya memiliki event besar, dan hal

ini sering dilakukan dengan pihak lembaga yang sudah menjadi mitra dalam mengambil manfaat produk simpanan.

## **2. Peluang dan Hambatan Pemasaran Produk simpanan Pada Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Nuri Jawa Timur (KSPPS NURI JATIM) Cabang Waru Kabupaten Pamekasan**

Sementara dalam temuan peneliti kaitannya dengan peluang dan hambatan dalam pemasaran produk simpanan Pada Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Nuri Jawa Timur Cabang Waru Kabupaten Pamekasan adalah;

- a) Terdapatnya masyarakat waru yang berstatus sebagai alumni pondok pesantren Banyuwangi.
- b) Mayoritas masyarakatnya yang berkeyakinan terhadap ajaran Islam, sehingga membantu memudahkan memasarkan produk-produk simpanan lembaga tersebut.
- c) Meskipun KSPPS NURI JATIM memiliki pesaing dalam beroperasinya, namun tidak ada lembaga pesaing yang memiliki pangsa pasar dominan.
- d) KSPPS NURI JATIM sebagai lembaga yang baru beroperasi, memiliki peluang mengambil alih minat pasar dari pesaingnya dengan produk-produknya.

Kemudian hambatan yang ada antara lain adalah;

- a) Terbatasnya Sumber Daya Manusia.

- b) Adanya lembaga keuangan lain yang juga berbasis Islam beroperasi di wilayah tersebut.

## **B. Pembahasan Hasil Penelitian**

Setiap perjalanan dunia bisnis akan mengalami pasang dan surut dalam memahami kondisi setiap pangsa pasarnya ditambah lagi dengan hadirnya para pesaing yang dewasa ini tidak jarang melakukan monopoli, selain dari yang demikian itu ada pula persamaan jenis usaha bisnis yang memiliki pangsa pasar yang sama. Sehingga ketika tidak memiliki strategi tersendiri akan menyeretnya terhadap penutupan dan atau gulung tikar.

Telah banyak kalangan akademisi melakukan riset mengenai metode atau tata cara memahami pangsa pasar yang akan menjadi target dalam pelayanan bagi setiap dunia usaha bisnis, baik mereka yang dari luar negeri mau pun mereka yang dari Indonesia sendiri. Namun meski telah melakukan riset hasilnya tidak bisa kemudian kita jadikan sebagai sebuah kesimpulan yang mutlak kebenarannya, sebab situasi dan kondisi intuitif manusia atau pangsa pasar tidak jarang mengalami perubahan seiring perkembangan jaman.

Dalam menghadapi persaingan yang semakin kompetitif sudah seharusnya sebuah perusahaan berbenah diri dengan memperbaiki semua lini kegiatan bisnisnya mulai dari sistem manajemen keuangan, sumber daya manusia dan pemasarannya, serta sistem distribusi yang diperluas jangkauannya, dan membuat sebuah terobosan baru terkait sistem operasional proses produksi sehingga bisa lebih efektif dan efisien semua perbaikan ini diharapkan perusahaan agar mampu bertahan dengan berbagai kondisi persaingan yang semakin kompleks. Untuk bisa bertahan dan memenangkan persaingan diperlukan sebuah strategi, salah satu

strategi yang bisa diimplementasikan adalah strategi *segmenting, targeting dan positioning*.

Sejalan dengan paparan data juga temuan penelitian sebagaimana dimaksud dimuka, dapat peneliti bahas dan atau uraikan seperti sebagaimana dalam fokus penelitian skripsi ini yang berjudul Implementasi *Segmenting, Targeting, dan Positioning* (STP) Produk Simpanan Pada Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Nuri Jawa Timur (KSPPS NURI JATIM) Cabang Waru Kabupaten Pamekasan sebagaimana berikut:

### **1. Implementasi *Segmenting* Simpanan Pada Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Nuri Jawa Timur (KSPPS NURI JATIM) Cabang Waru Kabupaten Pamekasan**

Sesuai dengan paparan data dan temuan penelitian sebagaimana dimaksud dimuka bahwa implementasi *segmenting* produk simpanan pada Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Nuri Jawa Timur (KSPPS NURI JATIM) Cabang Waru Kabupaten Pamekasan tidak menetapkan kriteria yang secara husus, ia berupaya melayani semua elemen masyarakat yang bisa dijangkau. Dengan beragam produk simpanan yang dimiliki, KSPPS NURI JATIM Cabang Waru Kabupaten Pamekasan telah berupaya mengelompokkan setiap kebutuhan dan keinginan dari setiap pangsa pasarnya dalam produk simpanan tersebut.

Menurut Kotler menyatakan bahwa segmentasi adalah suatu kegaitan untuk mengidenfikasi dan membagi pembeli atau konsumen pada kriteria kriteria yang sudah ditetapkan sehingga terjadi pengelompokkan dengan ciri-ciri tertentu.

Pengelompokkan ini bertujuan adanya pelayanan yang sesuai dengan kriteria yang dimiliki oleh konsumen, melalui program-program pemasaran yang strategis.<sup>27</sup>

Kasali dalam teorinya yang menyatakan bahwa *segmenting* merupakan proses mengkotak-kotakkan pasar (yang heterogen) kedalam kelompok-kelompok yang “*potensial costumers*” yang memiliki kesamaan kebutuhan dan kesamaan karakter yang memiliki kesamaan respon dalam membelanjakan uangnya. Oleh karena itu pemasar harus memilih segmen-segmen tertentu saja dan meninggalkan sebagian pasar lainnya.<sup>28</sup>

Dengan demikian implementasi *segmenting* produk simpanan pada Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Nuri Jawa Timur Cabang Waru Kabupaten Pamekasan sebagaimana teori yang disampaikan oleh Kotler juga Kasali. Demikian juga tidak selaras dengan apa yang disampaikan oleh Drs. H. Indriyo bahwa pentingnya penentuan sasaran pasar menuntut untuk dilakukannya segmentasi pasar. Adapun dimensi yang dapat dipakai sebagai dasar segmentasi pasar adalah; a). Geografis, b). Demografis, c). Pola Konsumsi.<sup>29</sup> Dalam hal ini pengambil manfaat produk simpanan di KSPPS NURI Jawa Timur Cabang Waru Kabupaten Pamekasan terbagi kedalam dua segmen yaitu segmen geografis dan segmen demografis.

---

<sup>27</sup> Kotler. P. *Unsur-unsur Pemasaran*, Jilid Satu, Edisi kelima, Alih Bahasa Jaka Wasana, (Jakarta: Intermedia. 1991), hlm. 9

<sup>28</sup> Kasali, Rhenald. *Membidik Pasar Indonesia*, Edisi Ketiga, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama. 1999), hlm. 54

<sup>29</sup> H. Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Strategis*, (Yogyakarta: BPFE, 2001), hlm. 74

## **2. Implementasi *Targeting* Produk Simpanan Pada Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Nuri Jawa Timur (KSPPS NURI JATIM) Cabang Waru Kabupaten Pamekasan**

Dilanjutkan dengan pembahasan mengenai implementasi *targeting* produk simpanan Pada Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Nuri Jawa Timur Cabang Waru Kabupaten Pamekasan bahwa lebih mengutamakan wilayah pasar utama waru juga sekitar lingkungan tempat tinggal karyawannya, ini tidak lepas dari kondisi atau keadaan internal Koperasi Syariah Nuri Jawa Timur Cabang Waru Kabupaten Pamekasan.

Sebagaimana hasil penelitian yang dilakukan oleh Antonius Willy Agam Saputra menyatakan bahwa strategi *segmenting*, *targeting*, dan *positioning* membantu perusahaan dalam mengambil sebuah keputusan, mana pasar yang akan dituju atau ditarget. Strategi pemasaran ini adalah logika pemasaran dimana perusahaan menciptakan suatu nilai pelanggan dan mencapai suatu hubungan yang saling menguntungkan. Dengan demikian perusahaan dapat memutuskan pelanggan mana yang akan dilayaninya dan bagaimana cara perusahaan melayaninya.<sup>30</sup>

Sebagaimana yang dinyatakan oleh Fandy Tjiptono bahwa keputusan *Targeting* merupakan proses mengevaluasi dan memilih satu atau beberapa segmen pasar yang dinilai paling menarik untuk dilayani dengan program pemasaran spesifik.<sup>31</sup> Ahmad Subagio juga menyatakan bahwa setiap perusahaan perlu mempertimbangkan 5 (lima) alternatif pola seleksi pasar sasaran yang

---

<sup>30</sup> Saputra Agam, Antonius Willy, SKRIPSI. *Penerapan Strategi segmenting, targeting, dan positioning* pada PT. Sekar Nusa Kreasi Indonesia. (Universitas Sebelas Maret Surakarta, 2012), hlm. ix

<sup>31</sup> Fandy Tjiptono. *Strategi Pemasaran*, Edisi 3. (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2008), hlm. 232.

diantaranya; a. *Single Segmen Concentration*, b. *Selective Specialization*, c. *Market Specialization*, d. *Produk Specialization*, dan e. *Full Market Coverage*.<sup>32</sup>

Koperasi Syariah Nuri Jawa Timur Cabang Waru Kabupaten Pamekasan dalam implementasi *targeting* produk Simpanannya ketika dipandang dengan teori yang disampaikan oleh Ahmad Subagio dihasilkan sebuah kesimpulan bahwa telah menerapkan 2 (dua) alternatif dari 5 (lima) alternatif yang disampaikan yaitu *Single Segmen Concentration*, dan *Produk Specialization*.

### **3. Implementasi *Positioning* Produk Simpanan Pada Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Nuri Jawa Timur (KSPPS NURI JATIM) Cabang Waru Kabupaten Pamekasan**

Sementara pelaksanaan *positioning* produk simpanan di Koperasi Syariah Nuri Jawa Timur Cabang Waru Kabupaten Pamekasan adalah adanya pembagian souvenir pada akhir tahun juga menyediakan jasa sebagai EO (*Event Organiser*) ketika dari salah satu anggota produk simpanannya memiliki event besar seperti ketika mereka ingin mengadakan acara Haflatul Imtihan kami yang menghandlenya, dan hal ini sering dilakukan dengan pihak lembaga yang sudah menjadi mitra dalam mengambil manfaat produk simpanan.

Sebagaimana pernyataan Sentot Imam Wahjono mengutip pernyataan Al Ries dan Jack Trout salah seorang eksekutif periklanan bahwa penentuan posisi dimulai dengan produk, suatu barang, jasa, perusahaan, lembaga, atau bahkan orang. Tetapi penentuan posisi bukanlah sesuatu yang anda lakukan terhadap

---

<sup>32</sup> Ahmad Subagyo, *Marketing In Business*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2010), hlm. 44-46

produk. Penentuan posisi adalah apa yang anda lakukan terhadap pikiran calon pelanggan.<sup>33</sup>

Tjiptono dan Chandra, strategi *segmenting, targeting, dan positioning* memiliki tujuan pokok memposisikan suatu merek dalam benak konsumen. Posisi tersebut berupa keunggulan yang bersifat kompetitif yang berkesinambungan. Keunggulan kompetitif akan didapat ketika konsumen menganggap produk penting dan unik.<sup>34</sup>

M. Nur Rianto Al Arif dengan mengutip bahasanya Philip Kotler menyatakan bahwa ada tiga langkah dalam melaksanakan *positioning*, yaitu:

- a. Mengenali keunggulan-keunggulan yang mungkin dapat ditampilkan dalam hubungan dengan pesaing dengan cara mengadakan: Diferensi Produk, Jasa, Personal dan Citra.
- b. Memilih keunggulan-keunggulan yang kuat menonjol dengan melakukan pertimbangan-pertimbangan atas berapa banyak perbedaan yang dipromosikan, perbedaan mana yang dipromosikan dan menyampaikan keunggulan secara efektif kepada target pasar.

William dan Yamarto menyampaikan terdapat 3 (tiga) konsep dalam penentuan posisi produk yang diantaranya:

- a. Konsep Fungsional, produk dimaksudkan untuk menyelesaikan masalah kebutuhan konsumsi eksternal.
- b. Konsep Simbolis, berhubungan dengan internal produk yakni kebutuhan bagi pengembangan diri, posisi peran, keanekaragaman kelompok dan identifikasi ego.

---

<sup>33</sup> Wahjono, Sentot Imam, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), hlm. 83

<sup>34</sup> Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. *Pemasaran Strategik*. Edisi 2. (Andi Offset: Yogyakarta. 2012), hlm. 65



- c. Konsep Eksperiensial, digunakan untuk menentukan posisi produk yang memberikan rasa senang, keanekaragaman dan golongan kognitif.<sup>35</sup>

Dalam hal ini terkait implementasi *positioning* produk simpanan Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Nuri Jawa Timur Cabang Waru Kabupaten Pamekasan ketika diteropong menggunakan teori yang disampaikan oleh Sentot Imam juga Tjiptono dan Chandra bahwa posisi produk Simpanannya sudah selaras dengan teori tersebut, yaitu konsumen atau calon anggotanya menganggap produk Simpanannya penting.

Demikian juga dengan yang disampaikan oleh M. Nur Rianto juga William dan Yamarto bahwa implementasi *positioning* produk simpanan Koperasi Syariah Nuri Jawa Timur Cabang Waru Kabupaten Pamekasan dilaksanakan dengan memilih keunggulan-keunggulan yang kuat menonjol dengan melakukan pertimbangan menyampaikan keunggulan secara efektif kepada target pasar. Dengan konsep eksperiensial, digunakan untuk menentukan posisi produk yang memberikan rasa senang, keanekaragaman dan golongan kognitif.

#### **4. Peluang Pemasaran Produk Simpanan Pada KSPPS NURI JATIM Cabang Waru Kabupaten Pamekasan**

Pemasaran merupakan satu kegiatan pokok yang harus dipahami dalam upaya mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan untuk berkembang dan

---

<sup>35</sup> Tanama Putri, Budi Rahayu. *Manajemen Pemasaran*, (Denpasar: Universitas Udayana, 2017), hlm. 67

mendapatkan laba, pemasaran sebagaimana dimaksud dalam pelaksanaannya di Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Nuri Jawa Timur Cabang Waru Kabupaten Pamekasan meliputi beragam alat; browsur, media dan orang ke orang. Sebagaimana hasil dari wawancara dan observasi terkait pelaksanaan pemasaran produk simpanan di Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Nuri Jawa Timur Cabang Waru Kabupaten Pamekasan dengan memanfaatkan karyawannya (orang ke orang) dan alat browsur juga media.

David menyebutkan bahwa lingkungan internal merupakan suatu kekuatan dan kelemahan yang dimiliki organisasi dalam melakukan aktivitas yang dapat dikendalikan dan dijalankan dengan sangat baik atau sangat buruk.<sup>36</sup>

Hariadi kemudian menambahkan bahwa lingkungan internal merupakan sejumlah variabel (kekuatan dan kelemahan) yang berada di dalam organisasi, di mana dalam jangka pendek variabel tersebut berada di dalam pengendalian manajer puncak.<sup>37</sup>

Sebagaimana David dan Haridi menyatakan bahwa lingkungan internal merupakan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki organisasi dalam melakukan aktivitas yang dapat dikendalikan dan dijalankan dengan sangat baik atau sangat buruk. Teori ini juga terlihat di Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Nuri Cabang Waru Kabupaten Pamekasan dimana terdapat kekuatan dan kelemahan di internalnya.

Peluang (*Opportunities*) merupakan tren positif yang berada di lingkungan eksternal perusahaan dan apabila peluang tersebut dieksploitasi oleh

---

<sup>36</sup> David, Fred R, *Manajemen Strategi*. Buku 1, Edisi kesepuluh. (Jakarta:Salemba Empat,2010), hlm. 15

<sup>37</sup> Hariadi, B. *Strategi manajemen: Strategi Memenangkan Perang Bisnis*, (Jawa Timur:Bayumedia Publishing,2005), hlm. 7

perusahaan maka peluang usaha tersebut berpotensi untuk menghasilkan laba bagi perusahaan secara berkelanjutan.<sup>38</sup>

Adapun peluang yang dimiliki oleh Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Nuri Jawa Timur Cabang Waru Kabupaten Pamekasan adalah terdapatnya masyarakat waru yang berstatus sebagai alumni Pondok Pesantren Banyuwangi juga mayoritas masyarakatnya yang berkeyakinan terhadap ajaran Islam sehingga membantu memudahkan memasarkan produk-produk simpanan lembaga tersebut. Selain dari itu tidak ada lembaga pesaing yang memiliki pangsa pasar dominan, serta KSPPS NURI JATIM memiliki peluang mengambil alih minat pasar dari pesaingnya dengan produk-produknya.

## **5. Hambatan Pemasaran Produk Simpanan Pada KSPPS NURI JATIM Cabang Waru Kabupaten Pamekasan**

Sebagaimana David menyebutkan bahwa lingkungan internal merupakan suatu kekuatan dan kelemahan yang dimiliki organisasi dalam melakukan aktivitas yang dapat dikendalikan dan dijalankan dengan sangat baik atau sangat buruk.<sup>39</sup>

Hariadi kemudian menambahkan bahwa lingkungan internal merupakan sejumlah variabel (kekuatan dan kelemahan) yang berada di dalam organisasi, di mana dalam jangka pendek variabel tersebut berada di dalam pengendalian manajer puncak.<sup>40</sup>

---

<sup>38</sup> Solihin Ismail, *Manajemen Strategik*, (Bandung: Erlangga, 2012), hlm. 128

<sup>39</sup> David, Fred R, *Manajemen Strategi*. Buku 1, Edisi kesepuluh. (Jakarta: Salemba Empat, 2010), hlm. 15

<sup>40</sup> Hariadi, B. *Strategi manajemen: Strategi Memenangkan Perang Bisnis*, (Jawa Timur: Bayumedia Publishing, 2005), hlm. 7

Ditinjau dari teori David dan Haridi yang menyatakan bahwa lingkungan internal merupakan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki organisasi dalam melakukan aktivitas yang dapat dikendalikan dan dijalankan dengan sangat baik atau sangat buruk. Teori ini juga terlihat di Koperasi Syariah Nuri Jawa Timur Cabang Waru Kabupaten Pamekasan dimana terdapat kekuatan dan kelemahan di internalnya.

Ismail Sholihin menyatakan adapun yang dimaksud dengan ancaman (*Threats*) adalah berbagai tren negatif yang terdapat di lingkungan eksternal perusahaan dan apabila ancaman ini tidak diantisipasi dengan baik oleh perusahaan maka ancaman tersebut berpotensi menimbulkan kerugian bagi perusahaan. Macam-macam ancaman yang ditimbulkan dari lingkungan eksternal perusahaan antara lain; a) Ancaman Masuknya Pesaing Potensial. b) Daya Tawar Pemasok. c) Persaingan Antar Perusahaan Dalam Satu Industri. d) Ancaman Dari Produk Substitusi. e) Daya Tawar Pembeli.<sup>41</sup>

Mengaca pada pernyataan Ismail Sholihin hambatan atau ancaman yang dimiliki oleh Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Nuri Jawa Timur Cabang Waru Kabupaten Pamekasan datangnya beragam ada dari internalnya sendiri ada juga yang dari eksternal hal itu dapat disebutkan antara lain adalah terbatasnya Sumber Daya Manusia yang disusul dengan adanya lembaga keuangan lain yang juga berbasiskan Islam juga beroperasi di wilayah tersebut.

---

<sup>41</sup> Solihin Ismail, *Manajemen Strategik*, (Bandung: Erlangga, 2012), hlm. 134