

BAB IV

PAPARAN DATA, TEMUAN DAN PEMBAHASAN

A. Paparan Data dan Temuan Penelitian

1. Profil KSPPS Nuri Jawa Timur

a. Sejarah KSPPS Nuri Jawa Timur

Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Nuri Jawa Timur (KSPPS Nuri Jatim) yang sebelumnya dikenal dengan KSN Nuri Jatim, merupakan koperasi syariah berskala Jawa Timur, yang berpusat di Jl. Raya Palduding Pegantenan, Desa Plakpak, Kec. Pegantenan, Kab. Pamekasan, Madura, Jawa Timur. Koperasi ini didirikan oleh para tokoh alumni Pondok Pesantren Ddarul Ulum Banyuwangi, pada hari Senin tanggal 01 Desember 2008 dan mulai beroperasi pada tanggal 01 Januari 2009 dengan kantor pelayanan yang beralamat di Jl. Raya Palduding Pegantenan, Desa Plakpak, Kec. Pegantenan, Kab. Pamekasan.

Koperasi ini bergerak dalam bidang usaha simpan pinjam yang operasional berdasarkan legalitas badan hukum dari Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Pamekasan, dengan Nomor 02/BH/XVI.19/2010, tertanggal 29 April 2010. Dalam perkembangan kelembagaan KSPPS Nuri Jatim, pelayanan usaha simpan pinjam yang diberikan kepada anggota, bukan hanya ada di wilayah Kabupaten Pamekasan saja, melainkan juga menyebar ke Wilayah Kabupaten



Sampang dan kabupaten Sumenep. Sehingga pada tahun 2014 pengurus mengajukan alihbina kepada Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Jawa Timur. Selanjutnya, berdasarkan akta perubahan anggaran dasar dari Pemerintah Provinsi Jawa Timur No: P2T/10/09.02/01/XII/2014, tanggal 11 Desember 2014, secara resmi menjadi binaan Pemerintah Provinsi Jawa Timur (Pemprov Jatim) melalui Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Jawa Timur. Pada tahun 2019 resmi beralih status dari KSN Jatim menjadi KSPPS Nuri Jatim.

KSPPS Nuri Jatim, melaksanakan kegiatan usaha menghimpun dana dalam bentuk simpanan pokok, simpanan wajib, simpanan wajib khusus, simpanan hari raya, simpanan berjangka, simpanan walimatul ursy, simpanan pendidikan, simpanan haji dan umroh, simpanan qurban, simpanan rumah tangga dan simpanan sukarela, serta memberikan pembiayaan untuk anggota atau calon anggota, koperasi lain atau anggotanya antara lain pembiayaan gadai emas, pembelian barang serbaguna, modal usaha, modal pertanian, gadai BPKB Syariah, gadai sertifikat tanah, gadai kendaraan, pembelian mobil dan motor, kebijakan barokah dan pembelian rumah, sebagaimana diatur dalam UU Republik Indonesia, tentang perkoperasian dan peraturan pemerintah tentang pelaksanaan kegiatan usaha simpan pinjam oleh koperasi.

Sebagai salah satu lembaga keuangan non bank, KSPPS NURI Jatim berperan sebagai lembaga intermediasi antara potensi yang dimiliki masyarakat berekonomi kecil, maka pada tahun-tahun



berikutnya membuka kantor pelayanan yang hampir di setiap kecamatan di Madura dan bahkan hampir di setiap kabupaten di tanah Jawa dengan tujuan untuk membangun peradaban ekonomi umat berbasis syariah.

Dalam menjalankan usahanya, KSPPS Nuri Jatim memegang teguh prinsip-prinsip koperasi dan jati diri koperasi yang diorientasikan untuk dapat membantu meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan sosial dari anggota KSPPS NURI Jatim. Sesuai dengan mottonya, hingga saat ini KSPPS NURI Jatim memiliki anggota yang sangat banyak dan tersebar di seluruh provinsi Jawa Timur. Sebagai salah satu tujuan dari berdirinya KSPPS NURI Jatim bergerak dibidang usaha simpan pinjam, diharapkan dapat menjadi solusi untuk terbangunnya ekonomi umat yang berbasis syariah.¹

b. Visi dan Misi KSPPS NURI Jatim

Visi merupakan tujuan yang ingin dicapai oleh suatu lembaga. Sedangkan misi adalah hal-hal yang perlu dilakukan untuk mewujudkan visi. Adapun visi dan misi KSPPS NURI Jatim adalah sebagai berikut;

Visi: Tewujudnya koperasi syariah yang unggul dan kompetitif sebagai pilar pembangunan ekonomi umat.

¹ KSPPS NURI JATIM, diakses dari <http://nuriatim.com/sekilas-sejarah/> pada tanggal 03 April 2022 pukul 22:48.



Misi:

- 1) Menjadikan KSPPS NURI Jatim sebagai rujukan Koperasi Syariah
- 2) Menciptakan pelayanan dan SDM KSPPS NURI Jatim yang kompetitif dan professional
- 3) Meningkatkan pendapatan anggota dan masyarakat
- 4) Membangun kesadaran masyarakat akan kehidupan bergotong-royong dalam melakukan aktivitas usahanya.
- 5) Menciptakan perusahaan muslim yang tangguh di lingkungan masyarakat.
- 6) Meningkatkan program ekonomi, khususnya di kalangan anggota melalui sistem syariah.

c. Struktur Organisasi KSPPS Nuri Jatim Cabang Kota Pamekasan

Adapun struktur yang ada di KSPPS Nuri Jatim Cabang Kota Pamekasan adalah sebagai berikut:

- 1) Struktur Pengawas KSPPS Nuri Jatim
 - a) Koordinator : Drs. H. Khalil Asyari
 - b) Anggota : H. Nurul Hadi, Lc, M.Pd
 - c) Anggota : Suryadi



2) Struktur Pengurus KSPPS Nuri Jatim

a) Ketua : Achmad Mukhlisin, SH, MH.

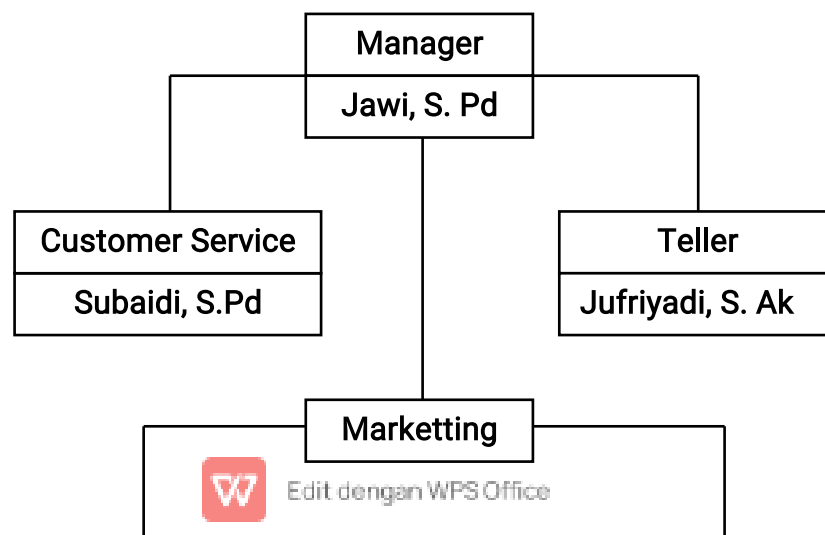
b) Sekretaris : Abdul Wafi Jamal

c) Bendahara : H. Akhmad Farhom, S.Ag

3) Struktur Kepegawaian KSPPS Nuri Jatim Cabang Kota Pamekasan

Gambar 4.1

Struktur Organisasi KSPPS Nuri Jatim Cabang Kota Pamekasan



d. Tugas dan Wewenang

1) Manajer

a) Fungsi Manajer

Berfungsi sebagai Pimpinan Operasional di Tingkat Kantor Cabang KSN JATIM .

b) Tugas Manajer Cabang

- i. Melaksanakan fungsi *Leadership* ditingkat cabang, seperti sebagai panutan (teladan), berprakarsa (berinisiatif), bersikap tanggungjawab, adil, tegas, objektif, mengayomi, (tutwurihandayani) dan berani berkorban.
- ii. Melaksanakan fungsi Manajemen di tingkat cabang, seperti melaksanakan Planning (harian, mingguan, bulanan, dan tahunan), *budgeting*, *organizing*, *Actuating*, *Delegating*, *Controlling*, *Reporting*, *Evaluating* dan sebagainya.



- iii. Melaksanakan fungsi *Entrepreneurship* di tingkat cabang, seperti cepat membaca dan menangkap peluang, berani mengambil risiko, mengubah kesulitan dan hambatan menjadi tantangan, mengubah kelemahan menjadi kekuatan, tidak mudah berpuas diri, ulet, tekun, tidak mudah menyerah, ingin selalu berprestasi dan sebagainya.
- iv. Melaksanakan fungsi Administrator di tingkat cabang, seperti menanda tangani dan mendisposisi surat-menyurat, perjanjian/akad, memvalidasi, pewenangan (Otorisasi) laporan, keuangan, dan sebagainya.
- v. Melaksanakan fungsi *Public Relation* di tingkat cabang seperti menjalin hubungan dengan masyarakat, Anggota/Calon anggota, lembaga sejenis, instansi dan institusi terkait, dan sebagainya.
- vi. Melaksanakan fungsi Supervisor di tingkat cabang, seperti memberi arahan, saran, bimbingan, motivasi, nasehat jalan keluar, penilaian dan pengawasan kepada staff bawahannya.

c) Wewenang Manajer Cabang

- i. Menerima atau menolak pengajuan permohonan sebagai anggota KSN JATIM sesuai dengan prosedur dan



ketentuan yang berlaku.

- ii. Menerima atau menolak pengajuan permohonan membuka rekening simpanan sesuai dengan prosedur dan ketentuan yang berlaku.
- iii. Menerima atau menolak pengajuan pembiayaan sesuai dengan prosedur dan ketentuan yang berlaku.
- iv. Melakukan survey, verifikasi, wawancara dan analisa pengajuan pembiayaan sesuai dengan prosedur dan ketentuan yang berlaku.
- v. Memberikan persetujuan atau penolakan realisasi pembiayaan sesuai dengan prosedur dan ketentuan yang berlaku.
- vi. Melakukan akad pembiayaan sesuai dengan syarat, prosedur dan ketentuan yang berlaku.
- vii. Melakukan *call money* antar kantor cabang sesuai dengan syarat, prosedur dan ketentuan yang berlaku.

d) Tanggung Jawab Manajer Cabang

Bertanggung jawab atas seluruh aspek operasional Kantor Cabang yang dipimpinnya, baik secara normatif, formatif, moral, material, administratif, maupun hukum kepada Manajer Utama.²

2) *Customer Service* (CS)

² Ducumen KSN JATIM



a) Fungsi *Customer Service*

Berfungsi sebagai pelaksana teknis administrasi umum dan administrasi akuntansi di Kantor Cabang.

b) Tugas *Customer Service*

- i. Melayani dan memberikan informasi tentang produk-produk KSN JATIM kepada Customer.
- ii. Melaksanakan kegiatan teknis administrasi korespondensi, inventaris, Personalia dan kearsipan Kantor Cabang.
- iii. Melakukan verifikasi dan validasi data-data dan bukti-bukti transaksi dengan kebenaran faktualnya.
- iv. Melakukan pembukuan akuntatif dan membuat laporan keuangan serta laporan lainnya yang diperlukan oleh lembaga.
- v. Bersama manajer Kantor Cabang senantiasa melakukan koordinasi untuk mengendalikan dan menjaga kesehatan ratio *Cashflow, Likuiditas, Solvabilitas, Rentabilitas, Capital Adique Ratio, Leg Reserve Requirement, Legal Lending Limit*, dan rasio-rasio keuangan lainnya.
- vi. Melayani/memberikan data/laporan kepada Petugas dari Kantor Pusat baik dalam rangka Pelaporan Rutin, Pengawasan Rutin maupun Keperluan Audit dan Investigasi.



c) *Wewenang Customer Service*

- i. Berwenang meminta data dan bukti-bukti pendukungnya yang berkaitan dengan transaksi yang terjadi di Kantor Cabang yang dilakukan baik oleh Manajer Cabang maupun seluruh karyawan di Kantor Cabang.
- ii. Berwenang menolak melakukan transaksi kredit pada Kas / Aktiva Lancar bila dapat membuat ratio keuangan menjadi tidak sehat atau kondisi Kas / Aktiva Lancar tidak memungkinkan.
- iii. Berwenang memberikan laporan, data, arsip, atau dokumen yang diminta oleh Kantor Pusat dengan maupun tanpa sepengetahuan atau persetujuan Manajer Kantor Cabang.
- iv. Tidak berwenang memberikan data, informasi, dan berkas kepada pihak lain atau instansi lain tanpa persetujuan Manajer Cabang dan Manajer Utama.

d) *Tanggung Jawab Customer Service*

- i. Bertanggung jawab secara moral, material, administratif, dan hukum atas pekerjaan yang menjadi tugasnya.
- ii. Bertanggung jawab atas pelaksanaan kegiatan teknis administrasi Umum, Personalia, dan Accounting Kantor Cabang.
- iii. Bertanggung jawab atas validitas dan akurasi data transaksi Funding, Financing, dan Accounting Kantor



Cabang.

- iv. Bertanggung jawab atas pelaksanaan kegiatan teknis kearsipan, dokumentasi, dan inventarisasi Kantor Cabang.
- v. Bersama Manajer Cabang Bertanggung Jawab atas kesehatan ratio keuangan dan performa Keuangan Kantor Cabang.
- vi. Bertanggung Jawab kepada Manajer Cabang.³

3) *Teller*

a) Fungsi *Teller*

Berfungsi sebagai pelaksana teknis Front Office yang meliputi pelaksanaan teknis Kasir, *Teller*, dan *Customer Service*.

b) Tugas *Teller*

- i. Melayani transaksi *funding* maupun financing.
- ii. Meneliti secara cermat alat dan bukti transaksi tentang kelengkapannya, keabsahannya, kebenarannya dan legalitasnya.
- iii. Membuat laporan transaksi *funding*, financing, kas dan lainnya serta rekapannya kepada Bagian *Customer Service*.
- iv. Mengajukan otorisasi dan aprovement/persetujuan

³ Ibid

pencairan kas dan penerimaan kas yang diluar kewenangannya kepada pejabat yang berwenang dan memiliki otoritas untuk itu.

c) Wewenang *Teller*

- i. Berwenang menolak transaksi yang tidak memenuhi syarat dan prosedur baku KSN JATIM .
- ii. Berwenang menolak transaksi yang tidak terbukti atau diragukan keabsahannya, kebenarannya, dan legalitasnya.
- iii. Berwenang menolak transaksi yang telah ditentukan tidak mendapat approval atau otorisasi dari pejabat berwenang.

d) Tanggung Jawab *Teller*

- i. Bertanggung Jawab secara moral, material, administratif dan hukum atas pekerjaan yang menjadi tugasnya.
- ii. Bertanggung jawab atas pelaksanaan kegiatan teknis administrative *Teller, Kasir, Customer Service* di Kantor Cabang.
- iii. Bertanggung jawab atas validitas dan akurasi data transaksi *Funding, Financing*, dan Kas Kantor Cabang.
- iv. Bertanggung jawab kepada Manajer Cabang.⁴

4) Marketing (*Funding*)

⁴ Ibid,



a) Fungsi *Marketing (Funding)*

Berfungsi sebagai Agent, Marketer, dan *Public Relation* dari KSN JATIM .

b) Tugas *Marketing (Funding)*

- i. Bertugas melaksanakan kegiatan keagenan atau mewakili KSN JATIM di lapangan dalam melayani Anggota/Calon anggota yang membutuhkan transaksi dengan KSN JATIM seperti setoran atau penarikan simpanan atau tabungan / simpanan berjangka sesuai dengan syarat, prosedur yang telah ditetapkan dan berlaku serta sesuai dengan kewenangannya.
- ii. Bertugas melaksanakan kegiatan pemasaran atas produk-produk KSN JATIM kepada masyarakat sesuai dengan target, sasaran, dan segment yang telah ditentukan atau diprogramkan.

c) Wewenang *Marketing (Funding)*

- i. Berwenang melakukan kroscek data antara data diAnggota/Calon anggota dan data di Kantor.
- ii. Berwenang melakukan negoisasi dalam melaksanakan tugas-tugas Funding dalam berbagai aspek, seperti aspek jenis tabungan, jenis akad, jangka waktu dan nisbah bagi hasil/markup, dan sebagainya sejauh tidak menyimpang



dan melanggar peraturan, syarat dan prosedur yang berlaku.

d) Tanggung jawab *Marketing (Funding)*

- i. Bertanggung Jawab secara moral, material, administratif, dan hukum atas pekerjaan yang menjadi tugasnya.
- ii. Bertanggung jawab atas pelaksanaan kegiatan keagenan KSN JATIM
- iii. Bertanggung jawab atas pelaksanaan kegiatan pemasaran atas produk-produk KSN JATIM .
- iv. Bertanggung jawab kepada Manajer Cabang.

5) *Marketing (Financing)*

a) Fungsi *Marketing (Financing)*

Berfungsi sebagai surveyor, *Debtcollector* dan *Public Relation* dari KSN JATIM.

b) Tugas *Marketing (Financing)*

- i. Bertugas melaksanakan kegiatan survey bagi Anggota/Calon anggota yang mengajukan pembiayaan atas tugas atau rekomendasi dari Manajer Cabang.
- ii. Bertugas melaksanakan kegiatan penarikan angsuran/pengembalian pembiayaan, bagi hasil atau



margin markup atas pembiayaan yang diberikan oleh KSN JATIM .

c) *Wewenang Marketing (Financing)*

- i. Berwenang melakukan kroscek data antara data di Anggota/Calon anggota dan data di kantor.
- ii. Berwenang melakukan negoisasi dan pendekatan yang dirasa tepat dan efektif dalam melakukan penarikan/penagihan pembiayaan.
- iii. Berwenang melakukan penarikan simpanan milik anggota sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

d) *Tanggung Jawab Marketing (Financing)*

- i. Bertanggung jawab secara moral, material, administratif dan hukum atas pekerjaan yang menjadi tugasnya.
- ii. Bertanggung jawab atas pelaksanaan kegiatan survey bagi calon debitur yang mengajukan pembiayaan ke KSN JATIM.
- iii. Bertanggungjawab atas pelaksanaan kegiatan penarikan angsuran/pengembalian pembiayaan, bagi hasil atau margin markup dari pembiayaan yang diberikan oleh KSN JATIM .
- iv. Bertanggung jawab kepada Manajer Cabang.

B. Paparan Data Penelitian



1.

Strategi Pemasaran Produk

Pembiayaan GEBYAR (Gadai BPKB Syariah) di KSPPS Nuri Jatim Cabang Kota Pamekasan

Sebagai lembaga keuangan syariah yang kegiatannya melayani anggotanya, KSPPS Nuri Jatim mengupayakan pelayanan yang terbaik. Untuk memenuhi kebutuhan anggotanya dan mempermudah transaksi, maka KSPPS Nuri Jatim ada beberapa cabang salah satunya adalah KSPPS Nuri Jatim Cabang Kota Pamekasan. Adapun berdirinya KSPPS Nuri Jatim Cabang Kota Pamekasan menurut Jawi, S.Pd selaku manager di Cabang Kota Pamekasan sebagai berikut,

“KSPPS Nuri Jatim Cabang Kota Pamekasan berdiri sejak tahun 2015 di Jalan Raya Asem Manis Pamekasan setelah Persatuan Alumni Darul Ulum Banyuwangi (Peradaban) yang tergabung dalam KSPPS Nuri Jatim yang sebelumnya KSN (Koperasi Syari’ah Nuri) Jatim sepakat untuk mengembangkan koperasi di beberapa kecamatan di Kabupaten Pamekasan.”⁵

ia kemudian menambahkan,

“Akan tetapi dipertengahan tahun 2017, KSPPS Nuri Jatim Cabang Kota Pamekasan mempunyai inisiatif untuk pindah ke Ruko (Rumah Toko) di depan Pasar Kolpajung Pamekasan dikarenakan tempatnya yang berada di Jalan Raya Asem Manis statusnya kontrak, sementara lokasi yang baru hak milik. Pada tahun 2019 kemaren, Dewan Pengurus Pusat (DPP) KSPPS Nuri Jatim dan KSPPS Nuri Jatim Cabang Kota Pamekasan kembali berencana memindah lokasi kantor. Akhir tahun 2019, KSPPS Nuri Jatim resmi mempunyai sebidang tanah di Jl. Pintu Gerbang, tepatnya di Kelurahan Gladak Anyar Pamekasan. Tahun 2020, kantor KSPPS Nuri Jatim Cabang Kota Pamekasan resmi dibangun. Tepat pada tahun 2021, kantor baru KSPPS Nuri Jatim Cabang Kota

⁵ Wawancara dengan Jawi S.Pd selaku manager KSPPS Nuri Cabang Kota Pamekasan (Rabu, 25 Mei 2022, 14.30 WIB) di KSPPS Nuri Jatim Cabang Kota Pamekasan



Pamekasan selesai dibangun dan dinyatakan resmi dibuka.”⁶

Menurut Jawi kehadiran koperasi ini di berbagai kecamatan merupakan upaya pengembangan dengan membuka akses agar banyak orang lebih mudah dan tertarik untuk bertransaksi di KSPPS Nuri terutama di Cabang Kota Pamekasan yang saat ini tepat berada di Kelurahan Gladak Anyar Pamekasan. Adapun struktur organisasi dari KSPPPS Nuri Cabang Kota Pamekasan terdiri dari “Manager, Customer Service, Teller, dan 4 Marketing, yakni 2 marketing *funding* dan 2 marketing *finance*”⁷

KSPPS Nuri Jatim menawarkan berbagai produk kepada calon anggotanya, salah satu produk pembiayaan yang ditawarkan adalah produk pembiayaan GEBYAR, program ini menjadi program unggulan KSPPS Nuri Jatim Cabang Kota Pamekasan sejak diluncurkan pada 2015 lalu dan merupakan produk pembiayaan yang paling banyak dimininati. Pasalnya, produk ini sangat mudah dan tidak ribet, sehingga masyarakat tertarik untuk melakukan pembiayaan di koperasi ini, secara lebih rinci dijelaskan oleh Manager KSPPS Nuri Jatim Cabang Kota Pamekasan, Jawi,S. Pd

“Gebyar dijalankan sejak pertama kali KSPPS Nuri Jatim Cabang Kota Pamekasan berdiri di tahun 2015. Gebyar masuk diantara produk unggulan di KSPPS Nuri Jatim Cabang Kota Pamekasan, karena banyak diminati oleh nasabah.”⁸

Adapun menurut Rusmiyati, salah satu nasabah KSPPS Nuri

⁶ Ibid.

⁷ Ibid.

⁸ Ibid.

Cabang Kota Pamekasan. Rusmiyati menggunakan produk Gebyar ini karena proses pengajuan hingga pencairan relatif cepat dan mudah, hal itu sangat membantu nasabah yang butuh uang cepat. Secara lebih jelasnya dipaparkan sebagai berikut:

“Proses pengajuan hingga pencairan tidak membutuhkan waktu lama, jadi untuk orang-orang seperti saya yang butuh uang agak cepet tertarik untuk menggadaikan BPKB di KSPPS Nuri.”⁹

Hal senada juga disampaikan Muhammad Saleh, seorang nasabah yang turut menggunakan produk Gebyar selama hampir 1 tahun. Ia mengaku bahwa Gebyar merupakan solusi ketika butuh uang dengan regulasi yang mudah dan cepat,

“GEBYAR merupakan solusi ketika ada kebutuhan mendesak, sehingga patut ketika orang yang sangat membutuhkan dana talangan atau mau menggadaikan BPKB larinya ke KSPPS Nuri. Enaknya itu karena prosesnya cepet, ga di persulit. Malah karyawannya yang sigap ngabarin saat uangnya udah cair.”¹⁰

Proses administrasi dan regulasi dalam pembiayaan dengan produk Gebyar relatif cepat dengan regulasi yang singkat, tanpa membebani nasabah.

“Pengajuannya tidak sulit, sehari setelah berkas masuk langsung dikabari, dan proses pencairan jika diterima tidak sampai satu minggu dari pengajuan”¹¹

Produk Pembiayaan Gebyar telah hadir dan ditawarkan sebagai produk unggulan KSPPS Nuri Cabang Kota Pamekasan sejak pertama

⁹ Wawancara Rusmiyati, nasabah Gebyar asal Sesran Mesrul (Rabu, 25 Mei 2022, 15.30 WIB) di KSPPS Nuri Jatim Cabang Kota Pamekasan

¹⁰ Wawancara Muhammad Saleh, nasabah asal Gladak Anyar (Rabu, 25 Mei 2022, 11.30 WIB) di KSPPS Nuri Jatim Cabang Kota Pamekasan

¹¹ Ibid.

kali di didirikan sebagaimana disampaikan Jawi S.Pd pada paparan di atas. Aspek kelebihan dalam produk pembiayaan Gebyar di Koperasi ini salah satunya adalah dalam menggunakan konsep syariah. Menurut Jufriyadi, S. Ak selaku teller di KSPPS Nuri Kota Pamekasan konsep syariah ini menjadi landasan seluruh administrasi sebagaimana diatur dalam Islam,

“kelebihannya mungkin dari segi syariahnya, seperti kalo itu masalah pendalaman syariahnya dalam pembiayaan, dalam administrasi pembiayaannya, masalah promosi pembiayaan, terus cara mengatasi semisal ada anggota yang bermasalah”¹²

Selain konsep syariah sebagai salah satu kelebihan KSPPS Nuri, aspek lain dari kelebihan koperasi ini adalah keuntungan-keuntungan yang didapatkan nasabah. Menurut Subaidi selaku Customer Service, nasabah yang sekaligus menjadi anggota koperasi Nuri selain dapat menggadaikan kendaraannya sebagai agunan, namun juga pihak koperasi mengambil 70% sebagai patokan dana yang dapat dicairkan,

“Kelebihannya juga anggota bisa menjadikan kendaraannya sebagai agunan. Kedua, kendaraan yang diajukan nasabah, 70% dari harga pasaran yang dapat dicairkan.”¹³

Dalam upaya menggunakan produk pembiayaan ini, setiap nasabah perlu mematuhi prosedur administrasi yang telah diatur oleh pihak koperasi. Meski demikian, proses administrasi tidak memakan waktu

¹² Wawancara Jufriyadi Teller KSPPS Nuri Cabang Kota Pamekasan, (Rabu, 25 Mei 2022, 15.00 WIB) di KSPPS Nuri Jatim Cabang Kota Pamekasan

¹³ Wawancara Subaidi, CS KSPPS Nuri Cabang Kota Pamekasan, (Selasa, 24 Mei 2022, 14.30 WIB) di KSPPS Nuri Jatim Cabang Kota Pamekasan

lama namun harus sesuai dengan aturan regulasi pengajuan produk Gebyar. Adapun proses pengajuan dan administrasi pada produk gebyar ini yakni,

“Kalo biaya administrasi dalam produk Gebyar itu tidak ada. Hanya saja nasabah diminta untuk menyediakan 5 buah materai untuk kebutuhan perjanjian atau kesepakatan bersama Foto copy KTP suami istri (jika berkeluarga), / surat pernyataan dari orang tua (jika belum berkeluarga) Kartu Keluarga, STNK kendaraan, BPKB kendaraan, foto kendaraan.” (teller)

Dengan demikian nasabah cukup menyediakan persyaratan yang dibutuhkan tanpa ada biaya administrasi di awal pendaftaran. Hal ini menjadi poin kelebihan dan keunggulan tersendiri dalam menarik minat masyarakat untuk menjadi anggota dan mengajukan produk Gebyar sebagai produk unggulan KSPPS Nuri Cabang Kota Pamekasan.

Adapun upaya koperasi Nuri dalam menawarkan produk atau strategi pemasaran produk pembiayaan berupa Gebyar kepada masyarakat menggunakan beberapa cara, salah satunya menurut Mohammad Rofiqi, S.H selaku marketing dibidang *funding*. Strategi yang digunakan dalam menarik minat masyarakat dengan produk Gebyar ini adalah sosialisasi dengan menekankan kelebihan produk Gebyar yaitu pengajuan pembiayaan yang dapat dilakukan dengan BPKB kendaraan saja,

“Koperasi sudah melakukan (pemasaran) itu dan sudah sosialisasi kepada anggota. Itukan akad rahn, kan gadai. Jadi orangnya tanpa sepenuhnya menyerahkan kendaraannya, cuma diakad disebutkan



bahwa orang tersebut mengadaikn BPKB mobil maupun motor.”¹⁴

Di sisi lain, menurut Mohammad Haris selaku marketing *financing*, strategi pemasaran yang digunakan adalah menentukan target terlebih dahulu serta segmentasi pasar sesuai sasaran yang diinginkan, salah satunya yakni,

“Kita menyisir beberapa masyarakat sekitar yang punya usaha, jadi yang punya usaha itu kita tawari untuk produk-produk dan juga gadai BPKB. Dan disini itu ada 2, ada kredit dan *cash tempo*, *cash tempo* itu tenor 4 bulan, jadi selama 4 bulan itu nasabah bayar wujud setiap bulannya. Sementara kalo kredit tenor tertingginya sampai 48 bulan alias 4 tahun.”¹⁵

Target yang menjadi sasaran produk ini adalah pegiat usaha seperti UMKM, tidak hanya sebagai sasaran terhadap produk Gebyar melainkan produk KSPPS Nuri yang lain seperti *cash tempo* dan berbagai metode pembiayaan yang lain. Langkah tersebut merupakan upaya penentuan segmentasi pasar yang sesuai dengan produk yang KSPPS Nuri tawarkan kepada masyarakat. Beberapa masyarakat menengah ke atas seperti PNS atau pengusaha yang memiliki penghasilan tinggi. Hal itu sebagaimana dipaparkan Jawi S.Pd selaku manager,

“Kami memetakan dulu kira-kira produk ini cocok untuk kalangan yang seperti apa agar proses pemasaran tepat sasaran. Seperti halnya produk Gebyar ini, kami menyasar masyarakat yang memiliki usaha seperti tempat-tempat seperti pasar, pertokoan dan beberapa tempat lain yang menjadi sumber prekonomian”¹⁶

¹⁴ Wawancara Mohammad Rofiqi, S.H, selaku marketing *funding* KSPPS Nuri Cabang Kota Pamekasan, (Rabu, 25 Mei 2022, 14.30 WIB) di KSPPS Nuri Jatim Cabang Kota Pamekasan

¹⁵ Wawancara Mohammad Haris, Marketing *financing*, KSPPS Nuri Cabang Kota Pamekasan, (Selasa, 24 Mei 2022, 14.30 WIB) di KSPPS Nuri Jatim Cabang Kota Pamekasan

¹⁶ Wawancara Jawi, S.Pd. selaku manager KSPPS Nuri Cabang Kota Pamekasan, (Rabu,

Proses pemetaan tersebut berguna untuk mendapatkan target dan sasaran agar produk dapat dikenal dan diminati masyarakat. Adapun pola promosi yang digunakan KSPPS Nuri Cabang Kota Pamekasan selain menggunakan media sosial berupa pamflet atau sebaran, sedangkan secara langsung dengan door to door kepada masyarakat, baik di pasar maupun di pertokoan. Menurut Mohammad Ilyas, S.E tahapan pertama dalam promosi tentunya adalah pengenalan produk. baru setelah itu keunggulan berupa konsep syariah dan koperasi yang menggunakan akad dalam produknya, salah satunya pada produk pembiayaan Gebyar,

“Kalo promosi itu bervariasi, pertama itu pengenalan produk kepada masyarakat. Baru kita kenalkan akad yang dipakai dalam produk Gebyar biar masyarakat paham dan mengerti alur dan prosedur Saat pengajuan produk pembiayaan gadai ini. Kalo soal pemasarannya, kami pakai media sosial KSPPS Nuri sambil sosialisasi kepada beberapa nasabah yang sudah bergabung serta mengenalkannya di beberapa tempat seperti pasar atau pertokoan”¹⁷

Sebagaimana disampaikan Mohammad Ilyas, Jawi selaku manager juga menapaarkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan KSPP Nuri Cabang Kota Pamekasan terkonsep sesuai dengan sasaran yang telah ditentukan.

“Konsep pertama itu kan kita harus mencari sasaran toh, kalo target kita menargetkan orang tua santri karena kita berafiliasi dengan Pesantren Banyuanyar dan para guru serta keluarga atau kerabat dari karyawan maupun nasabah. Tapi kami jga telusuri apa mereka

25 Mei 2022, 12.00 WIB) di KSPPS Nuri Jatim Cabang Kota Pamekasan

¹⁷ Wawancara Mohammad Ilyas, S.E selaku Marketing *Financing* KSPPS Nuri Cabang Kota Pamekasan, (Selasa, 25 Mei 2022, 12.00 WIB) di KSPPS Nuri Jatim Cabang Kota Pamekasan

betul-betul punya usaha apa tidak, jadi kalo melenceng dari itu, kita tidak bisa mencairkan. Artinya disurvei terlebih dahulu, dan bukan hanya survei, tim KSPPS Nuri juga meminta keterangan dari masyarakat sekitar akan kebenaran penyampaian si nasabah. Minimal 10 orang dan bagian marketing sudah mulai difasilitasi, baik itu untuk pembiayaan kendaraan dan fasilitas-fasilitas lain.”¹⁸

Melalui keterangan di atas maka dapat digaris bawahi segmentasi pasar yang dituju oleh KSPPS Nuri Cabang Kota Pamekasan adalah kawasan yang menjadi pusat perekonomian, seperti pasar dan pertokoan. Terutama kantor KSPPS Nuri relatif dekat dengan pasar 17 Agustus yang cukup besar di Pamekasan. Di samping itu, peentuan target yang menjadi sasaran produk pembiayaan ini adalah orangtua santri, karena koperasi ini berafiliasi dengan pesantren Banyuwangi, pada guru dan para pegiat usaha yang membutuhkan modal. Selain itu, koperasi juga menyediakan pelayanan bagi karyawan seperti difasilitasi dengan kendaraan dan fasilitas-fasilitas yang lain.

Hal ini diperkuat dengan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti bahwasanya dalam pemasaran produk Gebyar ini termasuk produk unggulan di KSPPS Nuri Jatim karena banyak diminati oleh nasabah. Yang mana proses pengajuan tersebut hingga pencairan tidak membutuhkan waktu lama, serta proses pengajuan tersebut cepat dan mudah.¹⁹

Berdasarkan paparan data di atas data disimpulkan bahwa Gebyar merupakan produk unggulan KSPPS Nuri Cabang Kota Pamekasan

¹⁸ Wawancara Jawi, S.Pd. selaku manager KSPPS Nuri Cabang Kota Pamekasan, (Rabu, 25 Mei 2022, 12.00 WIB) di KSPPS Nuri Jatim Cabang Kota Pamekasan

¹⁹ Observasi, 9 Mei 2022



dengan keunggulannya berupa kemudahan administrasi dan keringanan agunan dengan dapat hanya menggunakan BPKB sepeda motor atau mobil. Selain itu, menurut nasabah yang telah dijabarkan pada paparan data di atas, produk Gebyar paling banyak dimintai karena prosesnya cepat dengan kisaran satu minggu setelah pengajuan. Hal itu menjadi daya tarik bagi masyarakat yang membutuhkan dana cepat dan tidak ribet.. Adapula konsep koperasi syariah yang menjadi ciri dan landasarn administrasi dan regulasi yang disesuaikan dengan aturan ekonomi Islam.

2. Tantangan-Tantangan dalam Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan GEBYAR (Gadai BPKB Syariah) di KSPPS Nuri Jatim Cabang Kota

Pamekasan

Dalam pemasaran produk pembiayaan berupa GEGYAR (gadai BPKB Syariah) tentu dalam pelaksanaannya tidak terlepas dari tantangan-tantangan yang mengadang atau menghambat dalam proses pemasaran produk ini

Menurut Jawi, S.Pd selaku manager KSPPS Nuri Cabang Kota Pamekasan tantangan dalam pemasaran tentu pasti ada, hal itu karena pemasaran merupakan bagian paling urgen dalam sebuah



perusahaan, dalam hal ini yang dimaksud adalah koperasi. Ia menambahkan bahwa tantangan yang paling besar adalah banyaknya pesaing terutama dari lembaga perbankan baik syariah dan konvensional. Hal itu menuntut persaingan yang keras perihal produk pembiayaan yang juga menjadi prioritas di beberapa bank konvensional, secara rinci ia menjelaskan sebagai berikut,

“Dengan adanya KUR dilembaga konvensional, kita semakin bersaing ketat karena mereka mudahnya lebih rendah, karena kan itu dana hibah. Nah di syariah seperti ini, kita juga bisa bersaing. Jadi kita harus pinter-pinter cari strategi, dan pendekatan emosional juga perlu.”²⁰

Menurut Jawi, banyaknya pesaing menuntut koperasi syariah seperti KSPPS Nuri untuk terus berinovasi dan mencari strategi untuk mendapatkan pasar dan nasabah, seperti melakukan pendekatan emosional dari segi pelayanan terutama kepada nasabah agar tertarik untuk menggunakan produk Gebyar.

Hasil observasi yang dilakukan peneliti, di lokasi penelitian KSPPS Nuri Jatim Cabang Kota Pamekasan memang terus berinovasi serta mencari strategi untuk mendapatkan pasar dan nasabah.²¹ Dengan demikian antara hasil observasi dan hasil wawancara sama yaitu KSPPS Nuri Jatim Cabang Kota Pamekasan antusias untuk selalu berinovasi serta mencari strategi.

Sedangkan menurut Mohammad Rofiqi, S.H selaku Marketing

²⁰ Wawancara Jawi, S.Pd. selaku manager KSPPS Nuri Cabang Kota Pamekasan, (Rabu, 25 Mei 2022, 12.00 WIB) di KSPPS Nuri Jatim Cabang Kota Pamekasan

²¹ Observasi, 9 Mei 2022

funding menilai bahwa tantangan dalam pemasaran produk Gebyar juga dipengaruhi oleh kuantitas karyawan yang terbatas sehingga juga mempengaruhi hasil dari perolehan nasabah. Semakin banyak marketing tentu akan semakin banyak jalan dan semakin mudah dalam promosi dan pengenalan produk Gebyar,

“Kalau tantangan yang paling kentara di marketing adalah jumlah atau kuantitas karyawan yang sedikit. Pasti kan kalau lebih banyak bagian marketing, semakin banyak tangan, nah dari situ promosi dan lain-lain itu lebih gampang jadi bisa dapat lebih banyak menggaet nasabah. apalagi meski gebyar itu produk unggulan, tetapi kan masih ada produk lain sehingga kadang marketing kewalahan jika sedang sibuk menjemput tabungan”²²

Melalui paparan di atas menurut Mohammad Rofiqi, S.H, tantangan dalam bidang marketing adalah kuantitas yang terbatas sehingga seringkali kewalahan jika sedang mengurus produk yang lain.

Adapun menurut Subaidi, S.Pd tantangan dalam pemasaran produk Gebyar adalah persaingan dari segi inovasi produk. Kecanggihan teknologi juga bergerak sangat cepat, sehingga menuntut lembaga untuk dapat terus *update* dan bersaing dengan lembaga sejenis.

“Tantangannya menurut saya ada pada kurangnya inovasi produk. Bank sudah menggunakan dompet digital, uang digital intinya semua sudah mulai beralih pada digital, jadi semua bersaing di kemudahan akses. Jadi bagaimana Koperasi Nuri juga bisa berinovasi supaya tidak tertinggal, dan untuk menarik minat masyarakat juga. Ya walaupun kebanyakan nasabah kami orang local Pamekasan, tetapi visi kita kan gimana nanti koperasi bisa

²² Wawancara Mohammad Rofiqi, S.H selaku marketing *funding* KSPPS Nuri Cabang Kota Pamekasan, (selasa, 24 Mei 2022, 12.00 WIB) di KSPPS Nuri Jatim Cabang Kota Pamekasan

keluar Jawa bahkan se Indonesia gitu”²³

Subaidi, S.Pd selaku Customer Service menilai bahwa inovasi produk merupakan tantangan yang paling penting, karena pasar atau sasaran target telah meluas ke media social dan beberapa lembaga perbankan telah beralih ke media digital sehingga KSPPS Nuri dituntut juga turut berinovasi agar tidak tertinggal dan lebih diminati masyarakat luas.

Demikian pula dengan Jufriyadi, S.Ak selaku teller, ia optimis KSPPS Nuri memiliki peluang dan kekhasan tersendiri yang akan disadari masyarakat serta peluang dari *positioning* koperasi yang berada di bawah Pesantren Banyuwangi menjadi peluang besar karena akan menjadi target dan segmentasi pasar yang prospek di masa mendatang.

“Meski demikian, Jufriyadi, selaku teller menilai bahwa meski persaingan yang ketat, tetapi koperasi syariah sejenis Nuri memiliki peluang yang sama dengan lembaga perbankan yang lain. System koperasi dan landasan syariah harus menjadi identitas dan kekhasan agar masyarakat yang awalnya berada di bank konvensional akan beralih pada yang menggunakan system syariah. Pun koperasi Nuri sebagai salah satu yang berafiliasi dengan pesantren, dengan jumlah alumni dan jumlah santri, kita punya peluang pasar yang lebih luas”²⁴.

Menurut Jufriyadi, S.Ak selaku teller menilai bahwa persaingan selain menjadi tantangan menjadikan KSPPS Nuri jeli dalam melihat peluang dan membuat strategi. Kekhasan KSPPS Nuri sebagai

²³ Wawancara Subaidi, S.Pd, CS KSPPS Nuri Cabang Kota Pamekasan, (Rabu, 25 Mei 2022, 12.15 WIB) di KSPPS Nuri Jatim Cabang Kota Pamekasan

²⁴ Wawancara Jufriyadi, S. Ak selaku Teller KSPPS Nuri Cabang Kota Pamekasan, (Rabu, 25 Mei 2022, 12.00 WIB) di KSPPS Nuri Jatim Cabang Kota Pamekasan

salah satu koperasi syariah harus dipertahankan agar masyarakat mengenal dan beralih yang awalnya dari bank konvensional, dengan memahami tujuan ekonomi Islam, menjadi menggunakan produk KSPPS Nuri.

C. Temuan Penelitian

1. Strategi Pemasaran Produk

Pembiayaan GEBYAR (Gadai BPKB Syariah) di KSPPS Nuri Jatim Cabang Kota Pamekasan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai strategi yang digunakan KSPPS Nuri Cabang Pamekasan dalam memasarkan produk Gebyar terdiri dari beberapa hal yang menjadi perhatian serta menjadi garis besar temuan penelitian dari strategi KSPPS Nuri berdasarkan data-data yang dipaparkan di atas.

- a. KSPPS Nuri Cabang Kota Pamekasan resmi beroperasi sejak tahun 2015 dengan produk unggulannya berupa GEBYAR (gadai BPKB Syariah) dengan syarat agunan yakni BPKB dengan regulasi sesuai dengan ketentuan koperasi seperti penyetoran berkas, survey dan lain-lain.
- b. Keunggulan dari KSPPS Nuri adalah konsep syariah yang menjadi landasan transaksi dan administrasi. Selain itu, kemudahan layanan dan dengan proses yang mudah dan cepat. Di sisi lain, produk pembiayaan gadai berupa Gebyar tanpa uang adminitrasi



dehingga tergolong murah dengan pedoman pencairan dana berkisar 70% dari harga agunan.

- c. Cara promosi yang dilakukan oleh KSPPS Nuri adalah media social, door to door dan bekerja sama atau sosialisasi pada guru, pegiat UMKM, dan orangtua santri karena koperasi berada di bawah naungan pesantren Banyuanyar.

Strategi yang digunakan dalam pemasaran produk pembiayaan ini terpetakan menjadi segmentasi pasar, penentuan target dan *potitioning*. segmentasi pasar dalam strategi pemasaran pada KSPPS Nuri Kota Pamekasan adalah UMKM dan wilayah pertokoan atau pasar yang menjadi pusat perekonomian. Adapun penentuan target yakni pengusaha, orangtua santri, guru, dan kerabat karyawan serta kerabat nasaah yang mudah dijangkau. Sedangkan *positioning* dari KSPPS Nuri yakni dari label koperasi syariah yang berafiliasi pada Pesantren Banyuanyar dan letaknya yang strategis yaitu di pusat kota sehingga mudah dijangkau.

2. **Tantangan Dalam Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan GEBYAR (Gadai BPKB Syariah) di KSPPS Nuri Jatim Cabang Kota Pamekasan**

Hasil dari paparan data di atas terkait tantangan yang dihadapi KSPPS Nuri dalam pemasaran produk Gebyar sebagai produk unggulan dapat disimpulkan setidaknya-tidaknya menjadi tiga temuan penelitian:



- a. Persaingan produk pembiayaan yang semakin banyak. Ketatnya persaingan menjadi tantangan bagi KSPPS Nuri terutama adanya KUR di lembaga perbankan konvensional menjadi tantangan tersendiri untuk bersaing mendapatkan nasabah.
- b. Kuantitas karyawan menjadi tantangan bagi KSPPS Nuri Jatim cabang Kota Pamekasan, karena persaingan yang ketat juga menjadi tantangan apabila kuantitas karyawan juga sedikit
- c. Inovasi produk. Peralihan transaksi ke digital menjadi tantangan bagi KSPPS Nuri untuk terus berinovasi agar tidak tertinggal dengan lembaga sejenis terutama yang telah beralih kepada transaksi dan uang digital.

D. Pembahasan

1. Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan GEBYAR (Gadai BPKB Syariah) di KSPPS Nuri Jatim Cabang Kota Pamekasan

Menurut Fandy Tjipto & Gregorius Chandra, strategi pemasaran adalah rencana yang menjabarkan ekspansi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya di dalam target sasaran tertentu.²⁵ Strategi pemasaran dapat dipahami sebagai rancangan konsep pemasaran yang akan digunakan suatu institusi atau lembaga untuk mencapai tujuan pemasaran yakni terjualnya produk.

²⁵ Fandy Tjipto & Gregorius Chandra, *Pemasaran Strategi 2*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2012), 193.

Strategi pemasaran dalam penelitian ini memfokuskan pada produk pembiayaan Gebyar di KSPPS Nuri Jatim Cabang Kota Pamekasan yang dapat dipetakan menjadi beberapa langkah pemasaran, yakni:

a. Segmentasi Pasar (*market Segmentation*)

Dalam suatu kegiatan bisnis segmentasi pasar untuk mendesain produk-produk yang lebih responsif terhadap kebutuhan pasar, mencari peluang, merumuskan pesan-pesan komunikasi yang efektif dan efisien, serta menciptakan keunggulan bersaing, melayani lebih baik, menganalisis perilaku konsumen dan lain sebagainya.²⁶

Dalam hal ini segmentasi yang dilakukan oleh KSPPS Nuri Jatim Cabang Kota Pamekasan dalam memasarkan produk Gebyar adalah orang-orang atau masyarakat. Segmentasi tersebut didasarkan pada jenis produk yang dikeluarkan oleh KSPPS Nuri Jatim dan mengacu pada pimpinan KSPPS Nuri Jatim.

Segmentasi pasar merupakan dasar untuk memastikan bahwa setiap pasar itu terdiri atas beberapa segmen dan respon yang berbeda-beda. Pemetaan ini berguna untuk memudahkan respon dan *treatment* terhadap kecenderungan masing-masing segmen, terutama dalam proses promosi.

²⁶ Iwan Purwanto, *Manajemen Strategi* (CV. Yrama Widya, 2006), 152.

Mengingat segmentasi merupakan pembagian pasar ke dalam kelompok pembeli yang berbeda-beda berdasarkan kebutuhan Pasar, karakteristik atau perilaku yang mungkin memerlukan produk atau bauran pemasaran yang berbeda.²⁷

Segmentasi pasar KSPPS Nuri Jatim Cabang Kota Pamekasan meliputi beberapa segmen. *Pertama*, kalangan pengusaha kecil menengah (UMKM). Segmen ini menjadi salah satu pasar yang prospek karena perputaran dana cepat dan memiliki penghasilan sehingga memiliki jaminan usaha saat pembayaran cicilan meskipun dalam persyaratan hanya menggunakan BPKB sebagai agunan dalam akad *Rahn* (gadai).

Kedua, lembaga pesantren. KSPPS Nuri Jatim Cabang Kota Pamekasan yang berafiliasi dengan Pesantren Banyuwangi menjadikan koperasi ini memiliki segmen pasar yang sangat prospek. Karakteristik segmen ini sangat kental dengan unsur agama sejalan dengan konsep syariah yang digunakan KSPPS Nuri. Oleh karena itu, segmen ini memiliki peluang besar baik dalam proses promosi dan kepercayaan (loyalitas) yang dekat dengan pesantren.

b. Penetapan Target Pasar (*Market Targeting*)

Perusahaan memilih pasar yang dapat memberikan peluang maksimum untuk mencapai tujuan. Pemasaran akan menikmati keuntungan apabila memperoleh posisi tertentu di pasar sasaran.

²⁷ Agus Hermawan, *Komunikasi Pemasaran*. hlm. 41.

Untuk mencapai posisi yang kuat, perusahaan harus dapat memasuki segmen pasar yang diperkirakan akan menghasilkan tingkat laba paling besar. Pilihan strategi posisi di pasar sasaran sangat membantu produk, calon pembeli yang akan dilayani, dan pesaing yang akan dihadapi oleh perusahaan. Ada tiga strategi mempromosikan diri pasar yaitu: *Pertama*, strategi konsentrasi segmen tunggal. Konsentrasi segmen tunggal ini merupakan strategi yang dapat ditempuh perusahaan bilamana ingin mempunyai posisi kuat pada satu segmen saja. *Kedua*, strategi *sequential* segmen ganda. Konsentrasi segmen ganda ini merupakan strategi dimana perusahaan menginginkan posisi yang kuat dalam beberapa segmen. *Ketiga*, strategi *selected market*. Strategi ini biasanya digunakan oleh *market* ketika perusahaan memperluas peluang pasar. Strategi ini biasanya digunakan untuk memasuki pasar yang baru.²⁸

Penetapan target pasar berkaitan erat dengan segmentasi pasar. apabila pada terdapat dua segmen pasar yang menjadi prioritas dalam pemasaran produk Gebyar maka target pasar KSPPS Nuri, terutama Cabang Kota Pamekasan meliputi pengusaha baik pengusaha kecil maupun menengah sebagai target pasar.

Pada segmen pasar kedua adalah pesantren, dalam hal ini adalah elemen-elemen yang ada di dalamnya maupun yang

²⁸ Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah: Cara Jitu Meningkatkan Pertumbuhan Pasar Bank Syariah* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), 18-129.



berkaitan dengan segmen ini, semisal orangtua santri, para guru, hingga alumni pesantren Banyuwangi. Keterikatan emosional dan loyalitas menjadi salah satu factor yang menjadikan target pasar ini sangat prospek untuk ditindaklanjuti. Proses promosi yang mudah karena mereka telah mengenal KSPPS Nuri lebih awal dibandingkan masyarakat biasa menjadi peluang pengembangan dan pelebaran informasi termasuk kuatnya solidaritas dengan alumni dari luar kota menjadi gerbang promosi.

c. Posisi Pasar (*positioning*)

Positioning adalah bagaimana menempatkan produk ke dalam bentuk *customer* secara luas sehingga akan tertanam dalam benak pasar bahwa perusahaan anda adalah definisi dari kategori produk yang anda jual. *Positioning* adalah bagaimana agar pelanggan kita mengingat produk atau jasa yang kita tawarkan. Biasanya, untuk menanamkan *positioning* produk ke dalam benak masyarakat, para manajer pemasaran akan menjelaskan produk mereka seluas mungkin kepada semua orang. *Positioning*, bukan bagaimana kita menempatkan produk atau jasa dalam pasar, bukan sebatas pandangan pasar akan produk atau jasa yang akan kita tawarkan dan tidak melihat pada besar atau kecilnya pangsa pasar, tetapi *positioning* benar-benar berhubungan dengan benak atau dalam hal ini *perception* (persepsi).

Positioning (penempatan) adalah memberi identitas merek kepada produk yang dapat membangun kepercayaan, keyakinan,



dan kompetensi tawaran value yang dapat diterima yang diperoleh pelanggan atau calon mitra/nasabah.

Posisi pasar dari KSPPS Nuri Jatim Cabang Kota Pamekasan dalam dinamika lembaga perbankan memiliki value atau nilai pada aspek syariah yang digunakan, meski terdapat beberapa lembaga keuangan yang juga menggunakan konsep syariah juga. Di sisi lain, afiliasi dengan pesantren memiliki nilai tawar tersendiri terhadap kepercayaan public kepada KSPPS Nuri. Meski terlepas dari label tersebut, KSPPS Nuri mengutamakan kekhasan dengan kemudahan dalam pelayanan dan pengajuan pembiayaan yang cepat dan gratis biaya adminitrasi, hal itu menjadi daya tawar tersendiri apabila dibandingkan dengan lembaga keuangan yang lain.

Dalam startegi pemasaran produk pembiayaan Gebyar ini. Adapula bauran pemasaran (*marketing mix*) yang merupakan seperangkat alat yang dapat digunakan pemasar untuk membentuk karakteristik jasa yang ditawarkan kepada pelanggan.²⁹ Pada KSPPS Nuri Jatim cabang Kota Pamekasan karakteristik yang ditawarkan sebagai bauran pemasaran yakni, *pertama*, produk pembiayaan Gebyar ini hanya menggunakan BPKB sebagai agunan. *Kedua*, harga sebagai salah satu hal yang cukup vital menjadi pertimbangan tersendiri bagi KSPPS Nuri Jatim Kota Pamekasan, dengan biaya pendaftaran yang gratis dan pencairan dana di kisaran 70% dari harga agunan menjadi daya

²⁹ Muhammad Jaiz, *Dasar-Dasar Periklanan* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), 39.



tarik bagi masyarakat. *Ketiga*, tempat yang berada di pusat kota menjadi salah satu aspek bauran pemasaran yang memberikan kemudahan akses bagi masyarakat. *Keempat*, pelayanan dengan promosi bahwa pencairan dana kurang lebih seminggu setelah pengajuan dan kemudaha administrasi sehingga nasabah tidak bingung dan ruwet dengan persyaratan. Tahapan ini juga berkaitan dengan keefektifan promosi di media social dan media massa sesuai segmentasi pasar yang sudah ditentukan.

2. Tantangan-Tantangan dalam Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan GEBYAR (Gadai BPKB Syariah) di KSPPS Nuri Jatim Cabang Kota Pamekasan

Dalam menjalankan usahanya, KSPPS Nuri Jatim memegang teguh prinsip-prinsip koperasi dan jati diri koperasi yang diorientasikan untuk dapat membantu meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan sosial dari anggota KSPPS Nuri Jatim.³⁰ Terutama KSPPS Nuri di berbagai cabang di berbagai kabupaten dan kecamatan. Namun dalam usaha mencapai tujuan tersebut terdapat berbagai tantangan yang harus dihadapi KSPPS Nuri Jatim Cabang Kota Pamekasan, yakni:

- a. Persaingan produk pembiayaan yang semakin banyak menjadi tantangan paling besar dalam pemasaran produk Gebyar. Ketatnya persaingan menjadi tantangan bagi KSPPS Nuri terutama adanya KUR di lembaga perbankan konvensional

³⁰ KSPPS NURI JATIM, di akses dari <http://nurijatim.com/sekilas-sejarah/> pada tanggal 15 Februari 2022 pukul 14:03.



menjadi tantangan tersendiri untuk bersaing mendapatkan nasabah

Menurut F. Hartombul Gibting dalam bukunya Manajemen Pemasaran menyatakan bahwa Pesaing adalah perusahaan yang melayani pelanggan yang sama dengan produk yang serupa dan dengan harga yang serupa.³¹ Gebyar sebagai produk unggulan KSPPS Nuri Jatim Cabang Kota Pamekasan, lembaga keuangan non bank ini bersaing dengan berbagai lembaga keuangan non bank lain dan lembaga perbankan konvensional dalam hal memberikan kredit atau produk pembiayaan lain meski secara akad berbeda.

- b. Tantangan kedua dalam upaya pemasaran produk pembiayaan Gebyar KSPPS Nuri Jatim Cabang Kota Pamekasan yakni kuantitas karyawan yang sedikit menjadi tantangan karena persaingan yang ketat juga menjadi tantangan apabila kuantitas karyawan juga sedikit.

KSPPS Nuri Jatim berupaya melebarkan sayap keberbagai kecamatan dan kabupaten untuk memberikan kemudahan akses bagi masyarakat untuk menikmati produk baik simpanan maupun pembiayaan, namun konsekuensinya adalah peningkatan sumber daya manusia sebagai penyeimbang perkembangan lembaga. Sebagaimana misi KSPPS Nuri Jatim, tantangan ini menjadi persoalan waktu dan pengembangan

³¹ Nembah F. Hatibul Ginting, *Manajemen pemasaran*, (Bandung: CV Yrama Widya, 2011), hlm. 17

kualitas internal KSPPS Nuri.

- c. Inovasi produk. Produk adalah segala sesuatu yang dapat di tawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang, jasa, pengalaman, tempat, properti.³² Produk yang ditawarkan KSPPS Nuri Jatim Cabang Kota Pamekasan adalah Gebyar (Gadai BPKB Syariah).

Penggunaan nama ini merupakan salah satu inovasi dan promosi untuk memudahkan masyarakat mengenal produk pembiayaan ini. Namun, tantangan terbesar yang dihadapi KSPPS Nuri di amsa mendatang adalah peralihan transaksi ke digital menjadi tantangan untuk terus berinovasi agar tidak tertinggal dengan lembaga sejenis terutama yang telah beralih kepada transaksi dan uang digital.

³² Philip Kotler, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2008), hal.