

## BAB IV

### PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Paparan Data

##### 1. Profil Koperasi Milenial Berdikari Madura

###### a. Sejarah Koperasi Milenial Berdikari Madura

Koperasi Milenial Berdikari Madura atau yang telah biasa disebut dengan singkatan MBM merupakan koperasi yang di dalamnya mengelola atau berisi produk-produk dan unit-unit. Koperasi ini berdiri sekitar bulan Agustus tahun 2020 yang di dalam aktenotarisnya bertempat di desa Turbuk Pamekasan. Namun setelah legal koperasi milenial berdikari madura terletak didaerah jungcangcang, jln gang gahzali, kabupaten pamekasan. Pada saat ini jumlah pengurus Koprasi Milenial Berdikari Madura sekitar 20 orang. Pengurus-pengurus tersebut mayoritas adalah mahasiswa yang masih kuliah dan sudah lulus. Hal ini disampaikan langsung oleh bapak Rudy selaku ketua koperasi sebagai berikut:

“dulu kita pas pengajuan koperasi ke dinas itu awalnya memang di dubuk, durbuk itu alamat rumah saya. Karena rapat perdana kami itu diadakan dirumah saya sehingga teman-teman sepakat untuk alamat itu di rumah saya yaitu durbuk. Tapi setelah legal kami kan butuh kantor, kebetulan kantor yang kami sewa itu di jungcangcang, makanya kenapa sekrang alamat koperasi MBM itu di jungcangcang ya karena itu alasannya”<sup>1</sup>

Awal mula berdirinya Koperasi Milenial Berdikari Madura ini merupakan ide atau gagasan dari beberapa mahasiswa yang merupakan salah satu alumni UPZ IAIN Madura angkatan 2015-2017. Pada saat itu teman-

---

<sup>1</sup> Rudy wiryo saputero, ketua koperasi Milenial Berdikari madura, *Wawancara Langsung* (12 february 2022)

teman anggota UPZ ada yang mendengar berita akan adanya perencanaan berdirinya sebuah koperasi, kemudian salah satu dari alumni UPZ mengajak teman-teman alumni UPZ lainnya untuk ikut andil dalam mendirikan sebuah koperasi.

Pembentukan koperasi ini diperakarsai oleh bapak Rudy yang kebetulan merupakan salah satu mantan duta koperasi. Dengan tekad yang kuat, kemudian Rudy mengadakan pertemuan dengan beberapa alumni dan anggota UPZ lainnya. Pada pertemuan pertama tersebut Rudy dan beberapa temannya yang hadir tersebut membahas mengenai bidang koperasi, nama koperasi, dan pembentukan struktural koperasi. Dari hasil pembahasan tersebut para anggota spakat memberi nama dengan 'Koperasi Milenial Berdikari Madura'. Selain kesepakatan tersebut, para anggota yang hadir juga memutuskan Rudy sebagai ketua koperasi yang akan memimpin anggota lainnya dalam mendirikan dan mengembangkan koperasi tersebut. Selaras dengan yang disampaikan bpak Rudy sebagai berikut:

“pada awal mulannya saya dengan teman-teman saya tidak ingin mendirikan koperasi melainkan ingin bangun usaha saja. Tapi setelah ngobrol bareng akhirnya menemukan solusi yang menurut kami terbaik untuk dijalankan bersama yaitu sebuah koperasi. Kebetulan saya juga bagian dari duta koperasi Kabupaten Pamekasan, sehingga sedikit banyak tau tentang perkoprasian”<sup>2</sup>

Nama milenial berdikari madura diambil dari 3 suku kata karena merupakan ketentuan dari dinas koperasi sehingga dari kesepakatan bersama terbciptalah nama koperasi milenial berdikari madura. setiap kata dari nama tersebut memiliki filosofi tersendiri. Kata milenial diambil karena anggota atau

---

<sup>2</sup> Rudy wiryo saputero, ketua Koperasi Milenial Berdikari Madura, wawancara langsung (12 februari 2022)

pengurus koperasi adalah kalangan muda, untuk kata berdikari memiliki arti berdiri dikaki sendiri yang bermaksud menunjukkan kemandirian, dan kata madura diambil karena terletak didaerah madura. Jadi nama tersebut memiliki arti pemuda yang mandiri. Hal ini disampaikan langsung oleh Bapak Nurul selaku marketing di koperasi Milenial Berdikari Madura sebagai berikut:

“untuk pemilihan nama memang banyak opsi seblumnya, nama koperasi juga ditentukan oleh dinas harus terdiri dari tiga suku kata. Diambil nama milenial berdikari madura itu karena para pengurus berasal dari kaum milenial yang rata-rata ada yang masih kuliah bahkan ada yng melanjutkan perlkuliahan ke jenjang S2. Untuk beridkari sendiri diartikan sebagai bentuk kemandirian, dalam artian kami yang ada dikoperasi MBM ini diharapkan dapat mandiri diwaktu muda.”<sup>3</sup>

Sebagai koprasi yang masih terbilang baru, Milnial Berdikari Madura sudah sangat berkembang. Koperasi tersebut dari berdirinya hingga saat ini sudah mengelola dana sekitar 400jt baik pengeluaran serta pemasukannya.koperasii ini juga sealau memiliki terobosan-terobosan baru, salah satunya dengan mengeluarkan produk-produk minomal setiap dua bulan sekali, dan produk yang berkembang sangat pesat adalah produk ssembako.

## **b. Visi misi Koperasi Milenial Berdikari Madura**

### 1) Visi Koperasi Milenial Berdikari Madura

Terwujudnya kopersi yan mandiri dan tangguh dengan berlandaskan amanah dalam membangun ekonomi bersama dan berkeadilan.

### 2) Misi Koperasi Milenial Berdikari Madura

---

<sup>3</sup> Dayat, , sebagai Marketing koperasi Milenial Berdikari madura, *Wawancara Langsung* (15 february 2022)

- a) Mengajak seluruh potensi yang ada dalam masyarakat dengan tanpa membdakan suku, ras, goolongan dan agama. Agar mereka dapat bersama-sama dan beritikad baik dalam membanun ekonomi kerakyataan secara bergotong-royong dalam bentuk koperasi.
- b) Mningkatkan kualitas hidup anggota melalui pemberdayaan sosial ekonomi secara berkelanjutan
- c) Membantu masyarakat di dalam mobilisasi permodalan demi kelancaran usaha sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan mereka.
- d) Turut membantu pembangunan ekonomi dan menunjang pelaksanaan kegiatan usaha secara aktif dengan mengajak mitra usaha lainnya.

### **c. Struktur Koperasi Milenial Berdikari Madura**

Secara struktural Koperasi Milenial Berdikari Madura sudah terbentuk sejak awal sebagai persyaratan mengajukan perizinan kepada dinas koperasi. Namun setelah pengajuan perizinan kopersi diterima, struktural kepengurusan dirombak kembali mulai dari kesekretariatan, bendahara, dan lain sebagainya menyesuaikan dengan kemampuan dibidang masing-masing pengurus koperasi. Selain itu juga hingga saat ini unit-unit serta produk-produk terus bertambah, seperti halnya unit Ritel (penjualan), unit Daging dan unit-unit lainnya. Hal ini disampaikan langsung oleh bapak Rudy:

“untuk struktur awal kita itu bikin seadanya, tsapi tetap berdasarkan keputusan bersama. Saya dipilih sebagai ketua oleh teman-teman dengan beberapa alasan yang diajukan. Dari pengajuan hingga sekarang ini sempat terjadi beberpa perubahan struktur dibagian bendahara, para manajer dan juga sekretaris. Hal ini disesuaikan dengan kemampuan yang dimiliki teman-teman pada saat itu.

Bertambahnya produk di koperasi juga menjadi penyebab adanya perubahan struktur pada saat itu.”<sup>4</sup>

Berikut ini sktruktur kepengurusan Koperasi Milenial Berdikari Madura:

**Gambar 4.1**  
**Struktur Koperasi Milenial Berdikari Madura**



Sumber: Arsip koperasi Milenial Berdikari Madura

Pengurus koperasi diberi paran khusus yang sama dalam mengembangkan koperasi yaitu sebagai marketing, mulai dari struktural tertinggi hingga terendah ditugaskan sebagai marketing. Hal ini berdasarkan anggapan para pengurus koperasi yaitu dalam meningkatkan koperasi yang masih baru maka harus lebih mengutamakan pengenalan koperasi pada masyarakat dan juga banyaknya funding atau anggota yang didapat. Hal ini

<sup>4</sup> Rudy widya saputero, ketua koperasi Milenial Berdikari madura, *Wawancara Langsung* (12 februari 2022)

selaras dengan yang disampaikan oleh bapak Hendra selaku manajer simpan pinjam sebagai berikut:

“untuk mengembangkan koperasi yang masih baru saya pikir harus banyak-banyak fokus dipengenalannya terhadap masyarakat, maka dari itu bagaimana caranya teman-teman ini harus bergerak memasarkan koperasi pada masyarakat, banyak-banyak mencari anggota juga. Itulah kenapa dari semua pengurus itu diibaratkan sebagai marketing semua karena ya tujuan kita itu tadi. Kalau strukturalnya jelas, ada yang jadi ketua bendahara dll. Jadi ketika dikantor itu ada yang bagian input data, ngingung tabungan terus yang sedang nggak ada kerjanya itu terjun kelapangan. Baik jemput tabungan ataupun mencari tabungan baru, dan ini berlaku bagi semua pengurus.”<sup>5</sup>

Struktural yang terbaru di koperasi Milenial Berdikari Madura yang sekarang seperti pada gambar di atas. Hingga sekarang belum ada lagi perubahan struktural, hanya saja tugas utama yang diberikan koperasi kepada para pengurus yaitu bagaimana caranya agar koperasi dapat mengelola dana sebanyak mungkin. Sehingga dari adanya demikian dapat memajukan koperasi secara pesat nantinya.

#### **d. Produk-produk Koperasi Milenial Berdikari Madura**

Koperasi milenial berdikari Madura memiliki beberapa produk di dalamnya, yaitu sebagai berikut:

##### **1) SimGO**

Simpanan anggota merupakan simpanan pemilik Koperasi Milenial Berdikari Madura (MBM) dengan bagi hasil yang menguntungkan yaitu 70%. Produk ini menggunakan akad musyarakah. Simpanan anggota

---

<sup>5</sup> Dwi Hendra Kurniawan, manajer simpan pinjam koperasi milenial Berdikari Madura (15 Februari)

terdiri dari simpanan pokok yang dibayar satu kali sebesar Rp. 50.000,- dan simpanan wajib yang dibayar setiap bulan sebesar Rp. 20.000,-. Simpanan pokok khusus Rp.500.000,- dan simpanan wajib Rp.25.000,-. Simpanan pokok dan simpanan wajibnya dapat ditarik ketika berhenti dari keanggotaan.

2) SimKA

Simpanan berjangka merupakan simpanan yang hanya dapat dicairkan dalam jangka waktu tertentu. Produk ini menggunakan akad Mudharabah Mutlaqoh. Setoran minimal Rp.1.000000,- dengan pembagian keuntungan sebagai berikut:

<b>Jangka Waktu</b>	<b>Nisbah Anggota</b>	<b>Nisbah Koperasi</b>
3 Bulan	55%	45%
6 Bulan	70%	30%
12 Bulan	70%	30%

3) SimPEN

Simpanan pendidikan merupakan simpanan untuk siswa dan orang tua siswa yang ingin meraih cita-cita pendidikan secara sempurna dengan nisbah bagi hasil 70% yang menguntungkan. Produk ini menggunakan akad Mudharabah Mutlaqoh yang dapat disetor kapan saja dan ditarik pada saat tahun ajaran baru dan semesteran. Setoran awal Rp.20.000,-. Dan seroran selanjutnya minimal Rp.2.000,-.

4) SimDay

Simpanan harian merupakan tabungan yang bisa mempermudah untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan sehari-hari karena setoran dan penarikannya dapat dilakukan kapan saja, setoran awal tabungan ini sebesar Rp.15.000 dan setoran selanjutnya Rp.2.000,-. Tabungan juga memperoleh keuntungan dari bagi hasil sebesar 70%.

## **2. Data Lapangan**

### **a. Strategi Pemasaran Produk Kredit Tanpa Agunan Koperasi Milenial Berdikari Madura**

Strategi pemasaran sangatlah berperan penting bagi koperasi karena tanpa adanya strategi pemasaran produk di koperasi hanya akan dikenal oleh sebagian orang saja. Dalam mendistribusikan produk-produk yang dimiliki khususnya produk KTA, tentunya ada beberapa hal yang harus diperhatikan seperti segmentasi pasar, targetting dan juga positioning. Hal tersebut terus diupayakan oleh koperasi MBM agar pemasaran yang dijalankan dapat berjalan dengan maksimal. Sesuai dengan yang disampaikan oleh bapak dwi Hendra Kurniawan sebagai berikut:

“dalam memasarkan produk disini kami sudah atur sedemikian rupa yang tidak memberatkan bagi pengurus namun tetap memberikan dampak baik bagi koperasi. Awal-awal kami melibatkan kerabat dekat dalam mengenalkan ataupun juga mencari anggota koperasi. Kemudian sesuai jadwal dan juga lokasi yang menjadi sasaran kami dalam memasarkan produk-produk koperasi.”<sup>6</sup>

Semua penjualan produk dikoperasi Milenial Berdikari Madura harus memiliki persetujuan marketing terlebih dahulu, akan tetapi untuk semua

---

<sup>6</sup> Dwi Hendra Kurniawan manajer simpan pinjam koperasi Milenial Berdikari madura, *Wawancara Langsung* (15 februari 2022)



kepengurusan di koperasi Milenial Berdikari Madura mulai dari ketua dan anggota lainnya juga ditugaskan memasarkan setiap produk yang ada di koperasi. Target utama dari pemasaran koperasi Milenial Berdikari Madura adalah orang terdekat yaitu keluarga, pengurus dan tetangga, kemudian untuk pemasaran yang dilakukan oleh koperasi ada di beberapa wilayah yang sudah ditentukan, sehingga bisa mempermudah bagi pengurus koperasi untuk mendatangi dari rumah ke rumah. Hal itu diatur oleh koperasi kepada para pengurus berupa jadwal-jadwal yang sudah ditentukan.

Sejak awal berdirinya koperasi MBM dalam menjalankan kegiatan pemasarannya menggunakan dua cara yaitu offline dan online. Koperasi MBM juga menerapkan aspek-aspek yang ada dalam kegiatan pemasaran. Pada dasarnya kegiatan pemasaran di koperasi MBM sudah berdasarkan aspek-aspek pemasaran yaitu adanya segmentasi, targeting dan juga positioning akan tetapi aspek-aspek tersebut masih diterapkan secara sederhana saja. Hal ini disampaikan langsung oleh Bapak Nurul Hidayat sebagai berikut:

“kami melakukan pemasaran itu ya menggunakan dua cara, ada yang offline dan juga ada yang online. Offlinenya disini kami jalan rumah ke rumah atau dimana tempat yang ditugaskan kepada kami oleh koperasi. Pemasaran online juga ada yaitu melalui aplikasi kayak Instagram, Whatsapp dan juga media sosial lainnya. Sebelumnya kami juga merapatkan terlebih dahulu siapa target pemasaran dari produk-produk kami. Karena produk kami kan bermacam-macam dan juga ada klasifikasinya tersendiri dari masing-masing produk”<sup>7</sup>

Langkah pertama yang dilakukan oleh koperasi dalam kegiatan pemasaran yaitu melakukan pengelompokan. Pengelompokan dilakukan agar produk yang dipasarkan dapat tepat sasaran. Hal itu dilakukan agar lebih

---

<sup>7</sup> Nurul Hidayat, marketing Koperasi Mileial Berdikari Madura, wawancara Langsung (15 februari 2022)

mudah dalam melaksanakan kegiatan pemasaran, karena jika tidak dikelompokkan akan menyulitkan bagi koperasi mencapai target pemasaran yang dimiliki.

Setelah melakukan pengelompokan tersebut, langkah selanjutnya yang dilakukan oleh koperasi adalah memilih target dari pengelompokan yang telah dilakukan sebelumnya. Dalam hal ini koperasi memiliki kriteria-kriteria tersendiri terhadap produk yang dikeluarkan, seperti halnya produk tabungan Simpanan Berjangka atau yang biasa dikenal dengan istilah SIMKA. Produk tersebut dikhususkan bagi para anggota yang memiliki kelebihan dana untuk kemudian ditawarkan menjadi tabungan di koperasi dengan beberapa manfaat yang ditawarkan. Contoh lainnya yaitu produk KTA atau pembiayaan tanpa jaminan yang mana produk ini ditujukan untuk anggota yang memiliki usaha kecil-kecilan. Selaras dengan yang disampaikan langsung oleh ketua koperasi sebagai berikut:

“kita sebelum memasarkan produk masih mengelompokkan dulu, produk ini masuk jenis produk apa? Siapa targetnya? Apa yang ingin dicapai dari produk yang dikeluarkan? Jadi tidak sembarang membuat suatu produk kemudian langsung dipasarkan. Perihal produk KTA ini sebenarnya suatu bentuk dukungan dari kami terhadap pemerintah dalam memakmurkan UMKM atau pengusaha kecil-kecilan dengan cara memberikan pinjaman bagi mereka yang tidak memberatkan dan juga margin yang kami keluarkan untuk produk itu tidak besar. Dari keputusan itulah yang kemudian kami anggap dapat meringankan para pelaku usaha kecil sehingga usahanya dapat dikembangkan”<sup>8</sup>

Hal terakhir yang dilakukan oleh koperasi MBM setelah melakukan segmentasi dan memilih target adalah melakukan positioning, hal ini biasanya dikenal dengan penciptaan produk yang akan melekat dibenak anggota tentang

---

<sup>8</sup> Rudi, sebagai Ketua Koperasi Milenial Berdikari Madura (12 Februari 2022)

koperasi itu sendiri. Koperasi dalam mengeluarkan produk KTA mengedepankan kesejahteraan anggota, maka dalam aspek positioning disini ada manfaat yang dapat dirasakan oleh anggota yang mengajukan pembiayaan dengan sistem KTA yaitu anggota dapat sekaligus menabung dari hasil usaha yang dijalankannya. Hal ini selaras dengan yang disampaikan oleh bapak Ma'ruf selaku anggota yang mengajukan pembiayaan dengan sistem KTA sebagai berikut:

“kalau menurut saya produk KTA itu lumayan enak meskipun pinjamannya terbatas, akan tetapi 2juta dari produk KTA cukup membantu sekali bagi saya, selain saya juga bisa nyicil angsuran saya juga bisa semangat untuk menabung, jadi stiap bulannya ketika saya membayar angsuran saya sekaligus menabung, nah enakya bagi saya itu, yang awalnya saya tidak terbiasa nabung dan pada akhirnya saya bisa menyisihkan uang saya untuk ditabung. Itu menurut saya menengenai produk KTA”<sup>9</sup>

Bapak Rudi dalam mengembangkan kopersi dalam hal pemasaran terhadap produk KTA selalu mengedepankan kesejahteraan anggotanya, hal ini juga selaras dengan semboyan Koperasi MBM yaitu Sahabat UKM Indonesia. Sehingga dalam aspek positioning disini koperasi meyakinkan para anggota bahwasannya produk yang dikeluarkan murni untuk membantu para pelaku usaha kecil dalam mengimbangkan usahanya meskipun pembiayaan yang dikeluarkan tidak terlalu besar.

#### **b. Prosedur Pengajuan Kredit Tanpa Agunan Koperasi Milenial Berdikari Madura**

---

<sup>9</sup> Ma'ruf sebagai anggota koperasi Milenial Berdikari Madura, wawancara langsung (21 februari 2022).

Prosedur pengajuan pembiayaan produk KTA di koperasi Milenial Berdikari Madura tentunya mempunyai prosedur tersendiri dalam mengajukan Pinjaman ataupun membuat buku tabungan sesuai dengan hasil wawancara yang dilakukan kepada bapak Mail sebagai berikut:

“dalam pengajuan pembiayaan ataupun pembukaan tabungan di koperasi mbm ini sudah ada prosedurnya masing-masing. Hal ini diatur dalam SOP yang dibuat oleh koperasi atas dasar kesepakatan bersama. Adanya SOP diharapkan agar ketika koperasi mengeluarkan produk dapat berjalan dengan baik dan memberikan dampak positif terhadap koperasi. Termasuk produk KTA juga yang menjadi perhatian penting bagi koperasi karena risikonya yang besar.”<sup>10</sup>

Menurut bapak Mail, Simpan pinjam dikoperasi MBM memang sudah ada SOP nya sejak awal pembentukan, jadi sudah ada standarnya masing-masing. Termasuk produk KTA sudah ada prosedur yang sudah ditentukan sejak awal dan SOP Ini sangat penting dalam berdirinya sebuah koperasi karena dalam proses awal pembentukan sebuah koperasi memang harus ada susunan aturan supaya berjalan dengan baik, dan selanjutnya aturan tersebut sebagai pola manajemen pengembangan koperasi.

Ada beberapa aturan yang harus ditaati dan dijalankan operasional untuk bisa mengajukan pembiayaan dan juga untuk mencairkan dana pembiayaan tersebut hal itu selaras dengan hasil wawancara yang dilakukan kepada bapak dayat selaku Staff Marketing koperasi millenial bedikari Madura sebagai berikut:

Dalam pengajuan pembiayaan selain produk KTA harus mempunyai jaminan yang berupa BPKB sehingga nantinya biaya yang dikeluarkan kepada anggota sesuai dengan harga pasar.”<sup>11</sup>

---

<sup>10</sup> Moh. Ismail, pengawas koperasi Milenial Berdikari Madura, *Wawancara Langsung* (20 februari 2022).

<sup>11</sup> Moh Nurul Hidayat, sebagai Marketing Milenial Berdikari Madura, *Wawancara Langsung* (15 februari 2022)

Menurut Bapak Dayat bahwa untuk mengajukan pembiayaan ada aturan yang harus dijalankan . Aturan itu terdiri dari dua bagian, yang pertama secara umum, aturan tersebut dibuat oleh perusahaan sehingga semua yang ada dikoperasi mengikuti aturan tersebut, sedangkan aturan secara khusus, aturan itu dibuat hanya untuk sebagai pengembangan produk atau pengembangan perindividu. Syarat pengajuan pembiayaan secara umum selain produk KTA, yaitu idenditas yang jelas, KTP, punya penghasilan setiap bulan, tidak memnyai tanggungan pinjaman pada bank lain ataupun ada masalah di bank lain, dan jaminan.<sup>12</sup>

Jaminan tersebut juga berpengaruh pada besarnya pengajuan, seperti halnya BPKB, pihak koperasi MBM trsebut akan mengecek dulu jenisdala BPKB seperti apa yang dijadikan jaminan, jika BPKB motor yang dijadikan jaminan harganya sekian maka kopersi akan memberikan pinjaman dengan dibawah harga motor tersebut atau bisa disebut dengan limit jaminan. Sedangkan produk KTA surveynya berdasarkan bisnisnya, jadi adanya produk KTA di koperasi Milenial Berdikari madura agar bisa membantu pengembanagn UMKM.

Produk KTA tentunya ada pengaruh juga terhadap koperasi, jadi branding koperasi Milenial Berdikari madura diluar itu juga membantu dan meminjamkan bagi calon anggota, sehingga mempermudah bagi pelaku UMKM untuk membangun atau menambah modal bagi usahanya, Branding koperasi diluar juga berpengaruh pada koperasi jangka panjang. Untuk

---

<sup>12</sup> Moh Nurul Hidayat, sebagai Marketing Milenial Berdikari Madura, *Wawancara Langsung* (15 februari 2022)

mengetahui progrefitas usaha UMKM itu tugasnya marketing, dan marketing nantinya akan bertanggung jawab pada anggota yang melakukan pembiayaan produk KTA sampai lunas, yang nantinya usaha pelaku UMKM terebut akan didampingi oleh pihak marketing.

Menurut beberapa anggota koperasi millenial berdikari madura yang saya temui mengenai prosedur pengajuan produk KTA adalah sebagai berikut:

“kalau saya diprosedur pengajuan itu alhamdulillah mudah karena saya juga telah mempunyai tabungan dioperasi MBM, dan kebetulan saya buka tabungan cukup lama sehingga ada beberapa tabungan dan penarikan yang sudah saya lakukan, jadi ketika saya mengajukan pinjaman KTA alhamdulillah dipermudah akan tetapi saya tetap mengikuti prosedurnya itu, misalkan dikoperasi harus mempunyai usaha atau misalkan minimal saya mempunyai planning usaha, nah kebetulan saya sudah mempunyai usaha kecil-kecilan. kemarin saya butuh modal bak, nah disitu saya tidak mempunyai modal sama sekali tetapi saya mempunyai telah membuka tabungan dikoperasi cuman tidak besar, jadi saya coba mengajukan kekoperasi dan ngomong dengan salah satu pegawai dikoperasi MBM kemudian setelah itu saya disarankan untuk mengajukan pinjaman produk KTA. Dan saya coba mengajukan dengan melengkapi persyaratan KTP atau lain sebagainya setelah itu saya disurvei dan saya diberikan beberapa pertanyaan terkait usaha saya, selang beberapa hari pengajuan saya di acc.<sup>13</sup>

Menurut wawancara diatas prosedur dalam pengajuan produk KTA di koperasi Milenial Berdikari Madura cukup mudah asalkan memang calon anggota yang mengajukan pembiayaan tersebut memenuhi syarat dan telah mempunyai tabungan di Koperasi, dan ketika calon anggota tersebut memiliki sebuah usaha ataupun menimal mempunyai pandangan untuk membuka usaha maka pihak koperasi akan segera memproses ketahap selanjutnya sampai di acc.

---

<sup>13</sup> Juma'ani, sebagai anggota koperasi Milenial Berdikari Madura, *Wawancara Langsung* (21 february 2022).

Narasumber itu juga menambahkan mengenai realisasi pencairan dan respon terhadap produk KTA sebagai berikut:

“saya sebagai anggota merasa sangat terbantu karena yang pertama, saya mempunyai usaha kaki lima dan pada saat itu saya butuh beberapa peralatan untuk dipake akan tetapi saya tidak mempunyai dana untuk dijadikan modal dan yang mau ngambil ditabungan dana tidak mencukupi, dan saya juga coba mengajukan pembiayaan produk KTA dan alhamdulillah di acc, jadi intinya produk KTA sangat membantu bagi kami para umkm yang kekurangan modal.”<sup>14</sup>

Menurutnya Ketika anggota sudah resmi mendapatkan pinjaman dari koperasi Milenial Berdikari madura maka paling tidak anggota tersebut menyampaikan rasa terima kasih kepada pengurus koperasi dalam bentuk dengan membawa calon anggota yang lain atau memberikan informasi pada masyarakat disekitarnya baik itu dalam bentuk tabungan ataupun produk lainnya sehingga dengan begitu funding kopersi koperasi akan meningkat.

### **c. Tantangan Strategi Pemasaran Produk Kredit Tanpa Agunan di koperasi Milenial Berdikari Madura**

Setiap perusahaan memiliki tantangan tersendiri dalam mengembangkan usahanya. Terlebih bagi koperasi yang pada dasarnya bergerak dibidang profit atau mencari keuntungan. Tatangan dalam strategi pemasaran yang dilakukan oleh koperasi mbm sebagai koperasi baru salah satunya adalah banyaknya kompetitor baik itu berupa perbankan maupun perkoperasian. Hal ini seperti yang disampaikan oleh bapak hafid selaku tim pemasaran di koperasi milenial berdikari madura sebagai berikut:

---

<sup>14</sup> Miskiyah, sebagai anggota koperasi Milenial Berdikari Madura, *Wawancara Langsung* (21 februari 2022)

“Sejauh ini tantangan besar dalam proses memasarkan produk yang pertama, ketika menghadapi para kompetitor yang sudah lama dan mempunyai pangsa pasar yang cukup luas, itu tantangan bagi koperasi, jadi adanya kompetitor bukan masalah bagi koperasi akan tetapi menjadi tantangan tersendiri untuk bagaimana menciptakan inovasi produk yang lebih menarik maupun dari segi pemasarannya.”<sup>15</sup>

Anggota yang tidak memenuhi syarat juga menjadi tantangan bagi koperasi MBM dalam memasarkan produk KTA. yang artinya bagaimana koperasi menemukan jalan keluar bagi anggota ataupun anggota yang tidak mempunyai syarat tersebut, bagi anggota yang tidak mempunyai tanggungan kepada bank lain ataupun masalah pinjaman-pinjaman lainnya maka akan menjadi pertimbangan. Akan tetapi jika sebaliknya anggota tersebut mempunyai tanggungan angsuran pada bank lain maka sudah tidak termasuk kriteria ataupun syarat di koperasi Milenial Berdikari Madura.

Bapak Hafid dalam wawancara tersebut juga menambahkan tentang tantangan dalam pemasaran produk koperasi yaitu sebagai berikut:

“ketika kami memasarkan produk khususnya pinjaman, banyak dari calon anggota yang tidak memenuhi syarat sehingga kami pun harus mencari jalan keluarnya agar bagaimana masyarakat tidak kecewa dengan pelayanan yang diberikan oleh koperasi. Dalam pemasaran yang kami lakukan akhir-akhir ini juga terbatas akibat adanya pandemi covid-19. Yang kemudian mempengaruhi terhadap pemasaran baik itu dalam hal landing maupun funding.”<sup>16</sup>

Tantangan pemasaran yang selanjutnya terletak pada keadaan ataupun kondisi yang tidak sesuai dengan target koperasi, seperti kondisi-kondisi lingkungan masyarakat dan juga kondisi cuaca. Karena apabila terjadi curah hujan disaat akan memasarkan maka hal itu akan menjadi kendala ataupun

---

<sup>15</sup> Hafid, marketing di Koperasi Milenial madura, *Wawancara Langsung* (20 februari 2022).

<sup>16</sup> Hafid, marketing koperasi Milenial Berdikari Madura, *Wawancara Langsung* (20 februari 2022).



tantangan juga bagi pengurus koperasi, sedangkan pada saat berdirinya koperasi kondisi lingkungan di sekitar sudah adanya dampak covid-19 sehingga batasan memasarkan produk sangat minim.

Wasilah selaku staff unit simpan pinjam koperasi Millenial Berdikari Madura juga mempunyai pendapat sebagai berikut:

“dalam pembiayaan yang menjadi tantangan juga salah satunya ketika ada nasabah yang nunggak pembayaran, lebih lebih pada produk KTA yang sudah pasti tidak ada jaminan yang ditanggihkan. Hal ini mengakibatkan terhadap perputaran uang di koperasi itu sendiri. Kami sebagai koperasi tentunya untuk mendapatkan keuntungan yang sumbernya dari dana yang kami putar kembali, sedangkan ketika terjadi hal yang demikian maka pasti berdampak buruk bagi koperasi itu sendiri.”<sup>17</sup>

Terakhir tantangan dikoperasi ketika produk KTA mengalami kredit macet. Koperasi Milenial Berdikari Madura pernah mengalami kredit macet yang diakibatkan angsuran anggota menunggak, karena apabila kredit macet terjadi maka uang yang diputar akan berpengaruh terhadap pendapatan di koperasi tersebut. jadi hal itu menjadi kendala yang di hadapi oleh koperasi MBM.<sup>18</sup>

## **B. Temuan Penelitian**

Berdasarkan paparan data diatas yang didapat peneliti dari hasil observasi, wawancara ataupun dokumentasi, maka temuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

---

<sup>17</sup> Wasilah, staff unit simpan pinjam koperasi milenial berdikari madura, wawancara langsung (20 februari 2022).

<sup>18</sup> Wasilah, staff unit simpan pinjam koperasi milenial berdikari madura, wawancara langsung (20 februari 2022).

1. Strategi pemasaran Produk Kredit Tanpa Agunan di Koperasi Milenial Berdikari Madura.
  - a) Strategi Pemasaran yang dilakukan Koperasi Milenial Berdikari Madura melibatkan kerabat dekat.
  - b) Margin yang ditawarkan oleh Koperasi Milenial Berdikari Madura terkait Produk KTA lebih sedikit ketimbang ketimbang produk pembiayaan lainnya.
  - c) Pemasaran Produk KTA salah satu tujuannya untuk menarik minat menabung.
2. Prosedur Pengajuan Kredit Tanpa Agunan di Koperasi Milenial Berdikari Madura.
  - a) Pencairan dana produk KTA di koperasi MBM maksimal 2 juta pernasabah
  - b) Marketing yang mendapatkan anggota menjadi penguat dalam pembiayaan Produk KTA
  - c) Produk Kredit Tanpa Agunan diprioritaskan bagi anggota yang menjalankan usaha.
3. Tantangan dalam Strategi Pemasaran Produk Kredit Tanpa Agunan di Koperasi Milenial Berdikari Madura.
  - a) Koperasi Milenial Berdikari Madura dinilai sebagai koperasi baru sehingga harus menciptakan inovasi yang lebih menarik dalam menghadapi kompetitor

- b) Banyak dari calon anggota yang tidak memenuhi syarat sehingga koperasi harus mencari jalan keluar agar masyarakat tidak kecewa dengan pelayanan yang diberikan.
- c) Anggota koperasi yang melakukan pembiayaan banyak yang nunggak sehingga perputaran uang menjadi sedikit .

### **C. Pembahasan**

Dari paparan data dan temuan penelitian kemudian selanjutnya dilakukan pembahasan sesuai dengan fokus penelitian. Berikut pembahasan dalam penelitian ini:

#### **1. Strategi Pemasaran Produk Kredit Tanpa Agunan di Koperasi Milenial Berdikari Madura.**

Kegiatan pemasaran merupakan serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberikan arahan kepada usaha-usaha pemasaran dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan pesaing yang selalu berubah. Dunia pemasaran di ibaratkan dengan suatu medan tempur bagi produsen dan para pedagang yang bergerak dalam komoditas yang sama sehingga perlu sekali diciptakan strategi pemasaran agar dapat memenangkan peperangan pemasaran tersebut<sup>19</sup>.

Salah satu tombak utama dari koperasi memang strategi pemasaran karena memang untuk mencapai tujuan pada koperasi harus ada suatu strategi dalam menyusun perencanaan secara menyeluruh pada koperasi, pengelolaan koperasi

---

<sup>19</sup> Yeni Fatur Rohmah, "Strategi Pemasaran Syariah Kedai Terminal Bambu Kraksaan", Jurnal Ekonomi Islam, Vol.2, No.1 (2021).

dapat berjalan secara efektif dan efisien apabila koperasi memiliki strategi pemasaran yang baik pula pada setiap kegiatan pemasaran untuk produknya. Perumusan strategi pemasaran yang tepat adalah dengan mengenali faktor lingkungan dari koperasi tersebut yaitu faktor lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Faktor lingkungan berguna untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dari koperasi, sedangkan faktor lingkungan eksternal berguna untuk memberikan gambaran mengenai peluang dan ancaman yang dihadapi oleh koperasi.<sup>20</sup>

Dalam mencapai tujuan pemasaran, pemasar memerlukan strategi pemasaran. Strategi pemasaran merupakan rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan akan berdampak dari berbagai aktifitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya di pasar sasaran tertentu. Sehingga dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran adalah rencana strategik dan taktikal yang digunakan oleh pemasar untuk mencapai tujuan pemasaran dengan mempertimbangkan perubahan lingkungan, luas dan mikro, serta nilai konsumen yang superior (unggul) yang diinginkan oleh konsumen.<sup>21</sup>

Rumusan strategi yang dapat digunakan oleh koperasi harus memiliki tujuan, baik itu tujuan jangka pendek maupun jangka panjang dengan cara menganalisa dari lingkungan internal maupun eksternal. Setelah melakukan analisa maka dipilih hasil analisa yang dianggap sebagai prioritas dari kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman bagi koperasi yang dianggap sesuai dengan visi misi koperasi dan tujuan jangka panjang. Untuk mencapai daya saing strategi dan

---

<sup>20</sup> Raja Sharah fatricia, *Strategi Pemasaran Koperasi Bina Usaha Al-Ikhsa*. Jurnal Digest Marketing, 2018. 68.

<sup>21</sup> Rofiatul Masyruroh, *Implementasi Strategi Pemasaran Syariah dalam Koperasi Simpan Pinjam di Koppontren (Al- Mashduqiah)*. Jurnal Ekonomi Islam. 2021. 116

memperoleh profit yang tinggi dari perusahaan, koperasi harus menganalisis lingkungan eksternalnya, mengidentifikasi peluang dan ancaman dalam lingkungan tersebut, menentukan mana diantara sumber daya internal dan kemampuan yang dimiliki yang merupakan kompetensi intinya, dan memilih strategi yang cocok untuk diterapkan.

Dari hasil paparan data dijelaskan bahwasannya Koperasi MBM juga melakukan pemasaran produk-produknya. Pemasaran produk di koperasi MBM dilakukan oleh semua pengurus tanpa terkecuali mulai dari ketua dan pengurus lainnya. Target utama pemasaran yang dilakukan oleh koperasi MBM adalah orang terdekat yaitu keluarga pengurus dan tetangga. Selain itu ada beberapa wilayah yang sudah ditentukan oleh koperasi sehingga bisa mempermudah bagi pengurus untuk mendatangi rumah kerumah yang mana hal tersebut sudah diatur berupa jadwal-jadwal bagi setiap pengurus.

Target lain dalam pemasaran yang dilakukan koperasi lebih fokus pada peningkatan yang berdampak pada koperasinya bukan produknya. Hal ini dilakukan karena koperasi MBM masih dikatakan baru, sehingga pemasaran produk lebih difokuskan untuk bagaimana masyarakat atau anggota dapat mengenal koperasi yang sekaligus juga mengenalkan produk-produk yang dimiliki oleh koperasi MBM. Beberapa hal yang diunggulkan oleh koperasi dari segi pemasaran yaitu terletak pada produknya, dimana ketika ada produk yang masih baru koperasi menjadikan produk tersebut prioritas untuk dipasarkan, dan juga terletak pada marginnya atau bagi hasil yang ditentukan oleh koperasi Milenial Berdikari Madura.

Produk KTA tidak dipasarkan secara umum melainkan hanya melalui kerabat dekat para pengurus, hal ini bertujuan agar resiko yang dihadapi dari produk kredit yang tanpa jaminan tidak terlalu memiliki resiko yang cukup tinggi dengan kata lain apabila terjadi kredit macet koperasi dapat mengandalkan pengurus yang kerabatnya mengajukan KTA. Dana yang dilandingskan khusus produk KTA oleh koperasi dibatasi setiap bulannya yaitu sebesar Rp. 2.000.000/bulan dengan tujuan produk tersebut dapat membantu para pelaku usaha kecil dalam mengembangkan usahanya.

Hal ini dapat digambarkan bahwasannya pemasaran yang dilakukan oleh koperasi MBM sama seperti perusahaan pada umumnya. Namun ada beberapa yang menjadi pembeda khususnya pada produk KTA. Meskipun para kerabat pengurus yang memiliki kesempatan untuk mengajukan produk tersebut, calon anggota juga harus memiliki usaha atau planning usaha yang hal tersebut merupakan salah satu syarat dari koperasi untuk memperoleh pinjaman melalui produk KTA.

## **2. Prosedur Pengajuan Kredit Tanpa Agunan di Koperasi Milenial Berdikari Madura.**

Prosedur merupakan suatu urutan kegiatan yang biasanya melibatkan beberapa orang dalam satu departemen atau lebih, yang dibuat untuk menjamin penanganan secara seragam transaksi perusahaan yang terjadi berulang-ulang. Proses dalam pengajuan produk Kredit Tanpa Agunan dikoperasi Milenial Berdikari Madura seperti halnya pengajuan koperasi pada umumnya, Tidak terlalu mudah ataupun sulit bagi calon anggota. Berikut beberapa tahap Prosedur pengajuan yang telah tertulis di SOP:

a. Pengajuan Produk KTA oleh calon anggota

Calon anggota untuk melakukan pinjaman produk KTA dengan mendatangi koperasi dengan membawa syarat-syarat yang telah ditentukan oleh pihak koperasi, setelah itu calon anggota menyerahkan persyaratan yang telah dibawa kepada marketing yaitu:

- 1) KTP/SIM
- 2) Kartu Keluarga (KK)
- 3) Peminjam harus berdomisili Pamekasan

Kemudian calon anggota mengisi formulir pendaftaran atau formulir pengajuan permohonan untuk melakukan pinjaman produk KTA yang sudah disediakan oleh pihak koperasi dan di tanda tangani oleh pihak calon anggota, sebagai berikut:

**Gambar 4. 2**

**Formulir Pengajuan Pinjaman**

 <p style="text-align: center;"><b>KOPERASI KONSUMEN MILENIAL BERDIKARI MADURA (MBM)</b> <small>Alamat : Dusun Utara, Desa Darbak, Pamekasan : 69323 Email : milenialberdikarimad@gmail.com / Telp. 085204155832/082336626762</small></p> <hr/> <p style="text-align: center;"><b>FORMULIR PERMOHONAN PEMBIAYAAN</b></p> <p>Yang bertanda tangan di bawah ini:</p> <p>Nama : .....</p> <p>Tempat/Tgl. Lahir : .....</p> <p>Alamat Rumah : .....</p> <p>No. Telp : .....</p> <p>No. KTP : .....</p> <p>Pekerjaan : .....</p> <p>Dengan ini mengajukan permohonan kredit/pinjaman kepada Koperasi Konsumen "Milenial Berdikari Madura" sebagai berikut:</p> <p>Nominal permohonan : Rp. ....</p> <p>Jangka waktu (Bulan) : ..... Bulan/Tahun</p> <p>Untuk keperluan : .....</p> <p>Jaminan : .....</p> <p>Jenis Pembiayaan : .....</p> <p style="text-align: right;">Pamekasan, ..... Pemohon</p> <p style="text-align: center;">(.....)</p>	 <p style="text-align: center;"><b>KOPERASI KONSUMEN MILENIAL BERDIKARI MADURA (MBM)</b> <small>Alamat : Dusun Utara, Desa Darbak, Pamekasan : 69323 Email : milenialberdikarimad@gmail.com / Telp. 085204155832/082336626762</small></p> <hr/> <p style="text-align: center;"><b>LEMBAR PERSETUJUAN</b></p> <p>Menyetujui Permohonan Pinjaman sebagaimana tersebut di atas :</p> <table border="0" style="width: 100%;"><tr><td>1. Nominal Pembiayaan : Rp 1.725.000</td><td></td></tr><tr><td>2. Jangka waktu : 10 Bulan/Tahun</td><td></td></tr><tr><td>3. Ujroh per bulan : Rp 22.500</td><td></td></tr><tr><td>4. Angsuran per bulan : Rp 172.500</td><td></td></tr><tr><td>5. Biaya asuransi : Rp 30.000 (2%)</td><td></td></tr><tr><td>6. Administrasi : Rp 35.000</td><td></td></tr></table> <p style="text-align: right;">Pamekasan, 14 Januari 2021</p> <table border="0" style="width: 100%;"><tr><td style="text-align: center;">Ketua</td><td style="text-align: center;">Manager</td></tr><tr><td style="text-align: center;">Rudy Wijyo Saputero, S.E</td><td style="text-align: center;">Dwi Hendra Kusriawan, S.E</td></tr></table>	1. Nominal Pembiayaan : Rp 1.725.000		2. Jangka waktu : 10 Bulan/Tahun		3. Ujroh per bulan : Rp 22.500		4. Angsuran per bulan : Rp 172.500		5. Biaya asuransi : Rp 30.000 (2%)		6. Administrasi : Rp 35.000		Ketua	Manager	Rudy Wijyo Saputero, S.E	Dwi Hendra Kusriawan, S.E
1. Nominal Pembiayaan : Rp 1.725.000																	
2. Jangka waktu : 10 Bulan/Tahun																	
3. Ujroh per bulan : Rp 22.500																	
4. Angsuran per bulan : Rp 172.500																	
5. Biaya asuransi : Rp 30.000 (2%)																	
6. Administrasi : Rp 35.000																	
Ketua	Manager																
Rudy Wijyo Saputero, S.E	Dwi Hendra Kusriawan, S.E																

b. Menganalisis Permohonan Pembiayaan

Pihak koperasi (marketing) akan memeriksa kelengkapan syarat-syarat yang telah diajukan dan akan mengevaluasi beberapa informan calon anggota seperti halnya, KTP, KK, usaha yang dikelola saat ini, usaha lama, dan setelah itu pengajuan jumlah kredit. calon anggota koperasi akan di berikan penjelasan oleh marketing mengenai angsuran sesuai pinjaman yang telah di ajukan, dan jangka waktu pelunasannya.

c. Analisis calon anggota

Pihak marketing menganalisis calon anggota koperasi untuk mengantisipasi terjadinya hal yang tidak diinginkan. Kemudian apabila calon anggota tidak sedang melakukan pinjaman pada koperasi lain maka itu akan akan mempermudah pihak koperasi untuk melakukan proses selanjutnya.

d. Survey

Pada tahap ini pengurus koperasi akan melakukan survey pada tempat usaha yang dikelola oleh calon anggota (yang sudah mempunyai usaha), apabila masih ingin membangun usaha maka pihak koperasi akan mensurvey dan menanyakan pada tetangga ataupun orang-orang terdekat.

e. Keputusan

survey dilakukan maka pihak koperasi akan mempertimbangkan calon anggota Layak atau tidaknya untuk menerima pinjaman Kredit Tanpa Agunan tersebut dengan memusyawarahkan bersama pengurus koperasi.

f. Dokumen

Jika sudah melakukan survey maka calon anggota harus sudah harus rampung persyaratan yang telah dipersiapkan. Dan setelah itu pihak koperasi dan pihak calon anggota akan melakukan kesepakatan bersama.



g. Pencairan pinjaman

Pada tahap ini setelah semua persyaratan dilakukan maka pihak koperasi akan mencairkan dana dan kemudian diserahkan pada anggota tersebut.

**3. Tantangan dalam strategi pemasaran produk Kredit Tanpa Agunan di Koperasi Milenial Berdikari Madura.**

Tanggung jawab dan pekerjaan seorang pemasaran di perusahaan khususnya dikoperasi tidaklah mudah, berbagai tuntutan berbagai pekerjaan yang semakin lama semakin tinggi, mengharuskan seorang pemasaran memiliki kemampuan yang baik. Cara manusia untuk berkomunikasi akan selalu berubah-ubah sesuai dengan perkembangan zaman dan perubahan teknologi yang terjadi. Sama halnya dengan strategi marketing harus selalu menyesuaikan. Segala tantangan yang akan dihadapi oleh marketing biasanya bersifat adaptif.<sup>22</sup>

Kurangnya pengetahuan sumber daya manusia dianggap juga sebagai hambatan dalam strategi pemasaran, seorang marketing dituntut untuk paham apa yang dipromosikan. Sehingga berdampak pada bagaimana produk itu dipasarkan. SDM merupakan bagian dari pihak internal dalam strategi pemasaran, sedangkan tantangan dari pihak eksternalnya yaitu berupa aspek sosial, politik, budaya yang juga merupakan bagian tantangan dalam strategi pemasaran. Sedangkan perusahaan

---

<sup>22</sup> Alfin Arifin, dkk. *Bunga Rampai Bubahan Akademisi Manajemen*, (STIEBA Madura Press. 2019), 39

atau koperasi dituntut harus menggunakan sumber daya yang dimiliki untuk dapat berinovasi.<sup>23</sup>

Adanya strategi pemasaran, perusahaan dapat mengetahui seberapa besar pangsa pasar yang dimiliki. selain itu perusahaan juga dapat mengetahui kebutuhan para sasaran pesarannya berdasarkan segmen yang ada. Citra baik yang diberikan perusahaan akan membuat calon anggota tertarik terhadap produk yang dipasarkan.<sup>24</sup> Hal tersebut dapat mengatasi tantangan lapangan dalam melakukan pemasaran terkait bagaimana kondisi sosial yang ada pada masyarakat. Perusahaan akan selalu dituntut untuk bagaimana memberikan kesan yang baik bagi masyarakat agar mendapatkan hasil yang maksimal.

Setiap perusahaan memiliki tantangan tersendiri dalam mengembangkan usahanya, adapun tantangan yang dihadapi oleh koperasi Milenial Berdikari Madura dalam memasarkan produk KTA ketika calon anggota tidak memenuhi syarat yang kemudian bagaimana menemukan jalan keluar terhadap masalah tersebut, hal ini bertujuan agar anggota tidak kecewa terhadap koperasi. Tantangan selanjutnya yaitu koperasi MBM masih terbilang baru, sehingga harus bersaing secara ketat dalam menghadapi para kompetitor khususnya kompetitor yang sudah besar.

Produk pembiayaan berupa kredit tanpa agunan yang dikeluarkan oleh koperasi MBM juga berdampak pada perputaran uang atau uang yang dikelola

---

<sup>23</sup> Adijati Utaminingsih, *Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi, Dan Kreativitas Strategi Pemasaran Terhadap Kinerja Pemasaran Pada Ukm Kerajinan*

*Rotan Di Desa Teluk Wetan, Welahan, Jepara.* (Media Ekonomi dan Manajemen). Jepara.2016. 78

<sup>24</sup> Hendry Hartono, dkk. *Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Perusahaan*". (Jurnal Manajemen) 2012. 883

oleh koperasi. Karena dari pembiayaan tersebut banyak yang nunggak pembayaran setiap bulannya. Sehingga hal tersebut menjadi tantangan tersendiri bagi koperasi untuk bagaimana bisa mengatasi permasalahan tersebut. Marketing yang mempunyai tanggungjawab terhadap anggota yang melakukan pembiayaan melalui produk KTA harus bekerja ekstra serta mengatur strategi komunikasi yang baik pada anggota yang bermasalah agar nama koperasi tetap terjaga dan pembiayaan berjalan dengan lancar.

Secara garis besar tantangan yang dihadapi koperasi MBM seperti koperasi pada umumnya. Koperasi MBM terus melakukan peningkatan baik dari segi SDM serta bagaimana caranya agar produk yang dikeluarkan tidak mengalami permasalahan sepertihalnya kredit macet. Kendati demikian, tantangan yang ada justru membuat koperasi MBM semakin berinovasi dan berusaha untuk memberikan yang terbaik untuk anggotanya.

Adapun kendala dalam memasarkan produk Kredit Tanpa Agunan, koperasi Milenial Berdikari madura menemukan beberapa kendala terkait internal maupun eksternal, yaitu:

a) Kendala internal

- 1) Untuk kendala internal yang terjadi terletak pada anggota yang tidak memenuhi syarat dalam melakukan pinjaman, itu menjadi tantangan tersendiri bagi koperasi untuk menemukan jalan keluar
- 2) Setelah itu terjadinya kredit macet saat anggota telat membayar angsuran yang telah disepakati bersama.

b) Kendala eksternal

- 1) pada kendala eksternal yang menjadi tantangan tersendiri bagi pihak koperasi adalah ketika para kompetitor bermunculan dan kompetitor lama yang telah memiliki pangsa pasar yang cukup luas. Sehingga koperasi harus lebih kompetitif untuk menciptakan inovasi<sup>2</sup> produk yang berbeda.
- 2) Keadaan pada kendala berikutnya ini terletak pada kondisi ketika ingin memasarkan produk yaitu cuaca yang tidak mendukung dengan terjadinya hujan, dan adanya COVID-19 menjadi hambatan paling sensitif apalagi untuk melakukan pemasaran dari rumah ke rumah.
- 3) Pola komunikasi terhadap masyarakat ketika menjelaskan produk-produk yang ada di koperasi, karena untuk menjelaskan setiap detail produk pada masyarakat penyampaian pengurus koperasi berbeda-beda, hal itu menjadi kurangnya kepercayaan ataupun minat masyarakat untuk melakukan pinjaman.
- 4) Pengambilan keputusan mengalami tahap lebih sulit dengan apa yang diperkirakan, pengurus koperasi harus bisa menyadari bahwa mengalirnya informasi di era sekarang membuat pengambilan keputusan tidak gampang dilakukan, termasuk urusan memasarkan produk.
- 5) Loyalitas pengurus yang masih minim, sehingga kurangnya semangat tinggi untuk melakukan kegiatan di koperasi Milenial Berdikari madura.

Untuk meminimalisir adanya tantangan yang di hadapi koperasi Milenial Berdikari madura perlu adanya ide atau inovasi yang harus diriset kembali untuk menarik minat calon anggota agar lebih tertarik melakukan pinjaman di koperasi

Milenial Berdikari madura, dan juga untuk menghadapi para pesaing yang dari waktu ke waktu sangat meningkat.<sup>25</sup>

Royal terhadap pengurus memang termasuk penting, karena nantinya itu akan menjadi motivasi untuk mendorong para karyawan lebih semangat, dalam Koperasi Milenial Berdikari madura royaltas terhadap karyawan masih rendah maksudnya anggota koperasi merasa belum terkecukupi dengan gaji yang diberikan tidak sebanding dengan kebutuhan karyawan dalam menjalankan tugasnya. Dalam hal ini Koperasi Milenial Berdikari madura perlu mengadakan penyesuain penggajian dengan kerja yang dilakukan oleh pengurus koperasi sehingga Pengurus bekerja dengan semangat dalam menjalankan tugasnya.

---

<sup>25</sup> Angelica Tamara, Implementasi Analisis Swot Dalam Strategi Pemasaran Produk Mandiri Tabungan Bisnis, "*Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*", Vol.4, No.3 (2016)