

# **BAB I**

## **LATAR BELAKANG**

### **A. Konteks Penelitian**

Pemasaran secara teori adalah proses strategis yang menjadi penghubung antara kebutuhan masyarakat dengan pola dan tanggapan dari industri untuk mampu menarik minat dan memenuhi kepuasan individu maupun kelompok. Pemasaran yang akan dipakai Kehadiran lembaga keuangan mikro syariah yang disebut KSPPS dirasakan telah banyak membawa manfaat finansial bagi masyarakat, terutama masyarakat kecil yang kurang begitu memahami tentang dunia perbankan dan menolak praktik riba, karena mengarah pada ekonomi kerakyatan. System kerja yang diterapkan KSPPS pada akhirnya sama dengan pola kerja bank syariah yang menjadi lembaga mediator. Mengumpulkan dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali pada masyarakat.

Pemasaran adalah sebuah proses kemasyarakatan dimata individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan orang lain. <sup>1</sup>Peranan pemasaran yang semakin penting menyebabkan penerimaan pemasaran dalam organisasi perusahaan semakin cepat dan menyeluruh. Pemasaran dianggap menentukan dapat tidaknya suatu perusahaan berhasil mencapai tujuannya sehingga sering ditemukan pemasaran menentukan arah kegiatan usaha

---

<sup>1</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ke-13, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2009), Hlm. 5

perusahaan. Oleh karena itu, perlunya strategi pemasaran dalam usaha dan meningkatkan jumlah anggota yaitu dengan mengukur kemampuan perusahaan dalam memasarkan produk dan layanan pada pelanggan, sebagai salah satu cara untuk mengetahui penilaian konsumen terhadap perkembangan lembaga khususnya di lembaga keuangan syariah. Jadi suatu pemasaran harus dijalankan dengan se efektif mungkin untuk mendukung tercapainya tujuan suatu lembaga keuangan itu sendiri.

Koperasi simpan pinjam syariah dalam usahanya bisa melakukan penghimpunan dana dalam bentuk simpanan biasa dan berjangka berdasarkan prinsip syariah, KSPPS juga dapat menyalurkan pinjaman dan pembiayaan secara syariah kepada anggotanya.<sup>2</sup>

Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Nuri Jawa Timur (KSPPS NURI JATIM) yang sebelumnya di kenal dengan KSN JATIM merupakan salah satu koperasi syariah berskala Provinsi Jawa Timur yang berpusat di jalan raya Palduding-Pegantenan, Desa Plakpak, Kecamatan Pegantenan, Kabupaten Pamekasan Jawa Timur. Koperasi ini di dirikan oleh para tokoh alumni Pondok Pesantren Banyuanyar pada Senin tanggal 1 Desember 2008 dan mulai beroperasi pada tanggal 1 Januari 2009 dengan satu kantor pelayanan yang beralamat di jalan raya Palengaan (Simpang Tiga Palduding) Desa Plakpak, Kecamatan Pegantenan, Kabupaten Pamekasan koperasi ini bergerak dalam bidang usaha simpan pinjam yang beroperasi berdasarkan legalitas badan

---

<sup>2</sup> Andre ilyas, "analisis penilaian koperasi syariah di kota padang" Jurnal ekonomi dan bisnis dharmas andalas, Vol.20 , No.2 (Juli 2018): Hlm. 201

hukum dari Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Pamekasan dengan nomor 02/BHXVI.19/2010, tertanggal 29 April 2010. Terdapat beberapa produk pembiayaan dan simpanan di KSPPS NURI JATIM. Produk pembiayaannya meliputi, pembiayaan gemas, pembiayaan pesona, pembiayaan maha, pembiayaan morni, pembiayaan gebyar, pembiayaan graffiti, pembiayaan generasi, pembiayaan mubarak, pembiayaan kabar, dan pembiayaan berkah. Sedangkan produk simpanannya meliputi, sipokok, siwajib, simsus, sahara, siber, situs, sidik, sihajir, surban, siaga, dan sisuka.<sup>3</sup>

Koperasi ini bergerak dalam bidang usaha simpan pinjam yang beroperasi berdasarkan legalitas badan hukum dari Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Pamekasan dengan Nomor 02/BH/XVI.19/2010, tertanggal 29 April 2010. 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 alih bina kepada Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Jawa Timur. Selanjutnya, berdasarkan pengesahan Akta Perubahan Anggaran Dasar dari Pemerintah Provinsi Jawa Timur Nomor: P2T/10/09.02/01/XII/2014, tanggal 11 Desember 2014, secara resmi menjadi binaan Pemerintah Provinsi Jawa

---

<sup>3</sup> Brosur KSPPS Nuri Jatim

Timur melalui Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Jawa Timur. Pada 2019 resmi beralih status dari KSN JATIM menjadi KSPPS NURI JATIM.

Strategi ialah suatu rencana yang fundamental untuk mencapai tujuan perusahaan. Kenneth R Andrews menyatakan bahwa strategi perusahaan adalah pola keputusan dalam perusahaan yang menentukan dan mengungkapkan saran, maksud atau tujuan yang menghasilkan kebijaksanaan utama dan merencanakan untuk pencapaian tujuan serta merinci jangkauan bisnis yang akan dikejar oleh perusahaan.<sup>4</sup>

Sedangkan Strategi pemasaran secara umum adalah wujud rencana yang terarah dibidang pemasaran, untuk memperoleh suatu hasil yang optimal. Strategi pemasaran mengandung dua faktor yang terpisah tetapi berhubungan erat yakni: Pasar target / sasaran, yaitu suatu kelompok konsumen yang homogen yang merupakan “Sasaran” perusahaan dan Bauran pemasaran (Marketing mix), yaitu variabel-variabel pemasaran yang dapat di kontrol, yang akan dikombinasikan oleh perusahaan untuk memperoleh hasil yang maksimal.

Tabungan merupakan simpanan berdasarkan akad wadiah atau investasi dana berdasarkan akad mudharabah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat dan ketentuan tertentu yang disepakati.<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> Bchrari Alma, Manajemen pemasaran pemasaran jasa, (Bandung: Alfabeta,CV, 2011), Hlm. 14

<sup>5</sup> Feby ayu amalia, “Investasi tabungan di bank syariah dalam prespektif hukum ekonomi syaiah ” jurnal ilmu syari’ah dan perbankan islam , Vol.4, No.1 (juni, 2019): Hlm. 9

Simpanan Pendidikan (SIDIK) adalah jenis simpanan terencana untuk biaya pendidikan. Simpanan tidak dapat diambil kecuali program berakhir. Pada akhir periode simpanan, akan mendapatkan parcel berupa alat-alat sekolah. KSPSS Nuri Jatim Cabang Palengaan sudah melakukan sosialisasi dan telah memasarkan produk kepada masyarakat- masyarakat mengenai adanya simpanan pendidikan dan pentingnya simpanan pendidikan ini baik dari segi ke duniawi maupun akhirat. Seperti yang telah disampaikan Kepala cabang KSPSS Nuri Jatim Cabang palengaan, melalui wawancara langsung yang menyatakan bahwasanya.<sup>6</sup>

Produk simpanan pendidikan di KSPSS Nuri Jatim Cabang Palengaan saat ini belum begitu diminati oleh masyarakat setempat kendati demikian KSPSS Nuri Jatim Cabang Palengaan tetap memberikan pengetahuan akan kelebihan dan keutamaan produk simpanan pendidikan tersebut. Adanya produk simpanan pendidikan diharapkan dapat membantu memberikan kemudahan bagi anggota untuk menyetor uangnya secara pelan-pelan namun tetap aman dan terencana, kendati demikian produk simpanan pendidikan ini bukanlah produk unggulan di KSPSS Nuri Jatim Cabang Palengaan, karena terlihat dari sedikitnya anggota yang menggunakan simpanan pendidikan. Sehingga diperlukannya strategi marketing yang tepat agar dikenal dan diminati oleh anggota. Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti melakukan penelitian

---

<sup>6</sup> Ibid, Brosur KSPSS Nuri Jatim.

dengan judul “**Strategi Pemasaran Produk Simpanan Pendidikan (SIDIK) di KSPPS Nuri Jatim Cabang Palengaan**”.

#### **B. Fokus Penelitian**

1. Bagaimana strategi pemasaran KSPPS Nuri Jatim cabang Palengaan dalam memasarkan produk Simpanan Pendidikan?
2. Apa saja faktor pendukung dan penghambat dalam memasarkan produk Simpanan Pendidikan di KSPPS Nuri Jatim cabang Palengaan?

#### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan focus penelitian di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran KSPPS Nuri Jatim cabang Palengaan dalam memasarkan produk Simpanan Pendidikan.
2. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat dalam memasarkan produk Simpanan Pendidikan di KSPPS Nuri Jatim cabang Palengaan.

#### **D. Kegunaan Penelitian**

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan kegunaan sebagai berikut:

1. Bagi KSPPS

Dari hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pedoman dan penambah wawasan bagi direktur utama beserta jajarannya,

dalam memanfaatkan strategi yang baik untuk dapat menarik minat nasabah.

2. Bagi Mahasiswa IAIN Madura

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu bahan referensi serta dapat dijadikan sebagai bahan kajian oleh Mahasiswa/I IAIN Madura.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti berharap agar peneliti selanjutnya dapat menggunakan hasil akhir dari penelitian ini sebagai referensi ketika akan membuat penelitian baru yang mempunyai hubungan dengan penelitian ini dan juga dapat membenahi segala apa yang masih kurang dalam penelitian ini.

### **E. Definisi Istilah**

Dari judul penelitian ini terdapat beberapa istilah yang perlu didefinisikan agar pembaca memahami makna istilah yang digunakan dan agar juga memperoleh persepsi dan pemahaman yang sama dengan peneliti.

- a) Strategi pemasaran adalah suatu rencana yang menjabarkan suatu ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya di pasar sasaran tertentu<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup> Sunarsasi, Strategi Pemasaran Usaha Kecil Menengah Di Kabupaten Blitar (Studi Pada UKM Cap Kuda Terbang Bu Sulasmi), Jurnal Translitera, Vol 9 No. 1 2020, 23

- b) Produk adalah segala sesuatu baik yang bersifat fisik maupun non fisik yang dapat ditawarkan kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhannya<sup>8</sup>
- c) Simpanan Pendidikan adalah produk tabungan harian, Simpanan ini bertujuan untuk membantu dalam mempersiapkan dana pendidikan putra putri anggota KSPPS<sup>9</sup>
- d) Koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang seseorang atau badan hukum koperasi, dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat, yang berdasarkan asas-asas kekeluargaan<sup>10</sup>

#### **F. Kajian Penelitian Terdahulu**

Dari berbagai penelitian dan pembahasan terdahulu yang telah ditelusuri penulis, telah ditemukan beberapa referensi yang dapat dijadikan penelitian terdahulu karena adanya kemiripan dengan judul dan juga ada kaitannya dengan penelitian yang penulis teliti, namun objeknya berbeda, yaitu sebagai berikut:

- 1) Zoana Irmanis As'at (2019), "Strategi Pemasaran Produk Simpanan Wadiah di KSPPS BMT NU Sejahtera Cabang Jepara". Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Pengumpulan data dilakukan menggunakan observasi, wawancara, dokumentasi dan kuesioner. Adapun hasil penelitian

---

<sup>8</sup> Philip Kotler dan Gary Armstrong, Prinsip-prinsip pemasaran edisi kedelapan jilid 2 (Jakarta: Erlangga, 2008), Hlm. 58

<sup>9</sup> Brosur Produk KSPPS Nuri Jatim

<sup>10</sup> Andri Soemitra, Bank dan Lembaga Keuangan Syariah (Jakarta: Kencana, 2010), Hlm. 452

dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran produk simpanan wadiah yang dilakukan KSPPS BMT NU Sejahtera cabang Jepara dalam meningkatkan jumlah nasabah yaitu menggunakan Segmentasi, Targeting dan Positioning. Selain itu, dalam memasarkan produknya diterapkan strategi bauran pemasaran (marketing mix) yang terdiri atas 4P yaitu Strategi Product (produk), Strategi Price (harga), Strategi Place (tempat/saluran distribusi) dan Strategi Promotion (promosi) yang menggunakan periklanan (advertising) dan promosi penjualan (personal selling) dengan menerapkan strategi jempot bola.

- 2) Muhammad Idris (2020), “Strategi Pemasaran Produk Dalam Rangka Menarik Minat Masyarakat di BMT NU Cabang Tanah Merah”. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (field research) yang bersifat deskriptif kualitatif. Dalam mengumpulkan data, peneliti menggunakan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi. Informan dari penelitian ini ada dua orang pengelola dan satu nasabah dari BMT NU Cabang Tanah Merah. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan menggunakan bauran pemasaran, yaitu strategi produk, tempat dan harga. Faktor pendukung ataupun sarana yang membantu pengelola dalam melakukan pemasaran Di BMT NU Cab. Tanah Merah adalah brosur dan website.

- 3) Rusmini Asih (2021), “Strategi Pemasaran Produk Tabungan Mudharabah (TABAH) Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Lembaga KSPP Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Wringin Bondowoso”. Metode yang digunakan dalam Penelitian ini adalah pendekatan kualitatif yang bersifat descriptive dengan menggunakan jenis penelitian field research. Teknik pengumpulan data: observasi, interview, dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran produk tabungan mudharabah (Tabah) dalam meningkatkan jumlah nasabah pada lembaga BMT NU JATIM Cabang Wringin Bondowoso menggunakan bauran pemasaran 7P & 1C yaitu product, price, place, promotion, people, process, physical evidence dan Customer Service. Dimana pihak BMT NU memasarkan produk tabungan mudharabahnya melewati promosi (Promotion) dengan penyebaran brosur dengan melakukan door to door ke rumah nasabah atau instansi-instansi dan juga adanya system jemput bola yang dapat memudahkan nasabah.
- 4) Kareza Septavi, (2015) “Strategi Pemasaran Produk Tabungan Fasilitas Qurban Pada BMT Al-Munawarah Tangerang Selatan”, penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Adapun hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi pemasaran produk tabungan fasilitas qurban di BMT Al-munawarah Tangerang Selatan tersebut adalah produk tabungan fasilitas

qurban tersebut merupakan produk unggulan dan banyak diminati oleh masyarakat, strategi yang digunakan oleh BMT Al- munawarah yaitu melakukan proses pemasaran dengan memberikan brosur, memberikan penyuluhan kepada masyarakat dan masyarakat, dan membuka pameran produk-produk BMT Al- munawarah. Dimana proses komunikasi dan silaturahmi menjadi trik sentral menjaga mitra atau nasabah baik lama maupun baru agar tetap menggunakan produk BMT Al-munawarah.

- 5) Hikmawati, (Tahun 2011), “Strategi Pemasaran Produk Simpanan Qurban Pada BMT Al-Fath”, Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan data primer dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan data sekunder. Dengan mengembangkan marketing mix 4p yaitu product, harga, distribusi, promosi. Adapun hasil penelitian strategi pemasaran simpanan qurban pada BMT AL-Fath yaitu bahwa penerapan strategi simpanan qurban cukup baik, terlihat dari pendapatan dan perkembangan nasabah yang meningkat, sehingga mempengaruhi pendapatan BMT

**Tabel 1.2**

**Perbedaan dan Persamaan Penelitian Terdahulu**

<b>No</b>	<b>Judul Penelitian</b>	<b>Perbedaan</b>	<b>Persamaan</b>
1	Zoana Irmanis As'at (2019), dengan judul skripsi “strategi pemasaran produk simpanan	Objek penelitian di BMT Jepara	Strategi produk simpanan wadiah. Menggunakan

	wadiah di KSPPS BMT NU Sejahtera Cabang Jepara”		metode kualitatif
2	Muhammad Idris (2020), dengan judul skripsi “Strategi Pemasaran Produk Dalam Rangka Menarik Minat Masyarakat di BMT NU Cabang Tanah Merah”.	Objek Penelitian di BMT Tanah Merah	Dalam penelitian sama-sama menggunakan metode penelitian lapangan yang bersifat deskriptif kualitatif.
3	Rusmini Asih ( 2021) “ Strategi Pemasaran Produk Tabungan Mudharabah (TABAH) Dalam meningkatkan jumlah Nasabah Pada Lembaga KSPP Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Wringin Bondowoso”.	Starategi pemasaran menggunakan bauran pemasaran 7P.	Dalam penelitian ini sama-sama menggunakan penelitian lapangan yang bersifat deskriptif kualitatif.
4	Kareza Septavi, (2015) “Strategi Pemasaran Produk Tabungan Fasilitas Qurban Pada BMT Al-Munawarah Tangerang Selatan	Objek penelitian di BMT STanggerang Selatan	Metode penelitian kualitatif
5	Hikmawati, (Tahun 2011), “ Strategi Pemasaran Produk Simpanan Qurban Pada BMT Al-Fath”,	Objek penelitian di BMT Al-Fath	Metode penelitian kualitatif