

## **BAB IV**

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

#### **A. Profil Koperasi Syariah Nuri Jawa Timur**

##### **1. Sejarah Singkat Koperasi Syariah Nuri**

Koperasi Syariah Nuri Jawa Timur (KSN JATIM) adalah usaha berbentuk koperasi yang menghimpun dana dari ummat dan kemudian disalurkan kembali kepada ummat dengan imbalan atau margin yang disahkan menurut syariah Islam dan tidak bertentangan dengan perundang-undangan Negara kesatuan Republik Indonesia serta menerima taukil (perwakilan) untuk menerima zakat, infaq, dan sodaqah (ZIS) diberikan kepada yang berhak menerimanya.

Koperasi Syariah Nuri Jawa Timur (KSN JATIM) dibentuk oleh para pendiri KSN JATIM pada hari senin tanggal 1 bulan desember 2008 dan mulai beroperasi pada tanggal 1 januari 2009 yang berpusat di daerah Plakpak Kec. Pegantenan Kab. Pamekasan.

##### **2. Badan Hukum Koperasi Syariah Nuri Jawa Timur**

Dalam Koperasi Syariah Nuri Jawa Timur (KSN JATIM) :

- a. Badan hukum dari dinas koperasi dan UKM Kab.Pamekasan No.02/BH/XVI.19/2010, tanggal 29 April 2010.
- b. Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) 03.020.416.8-608.000
- c. Selanjutnya pada tanggal 11 Desember 2014 Koperasi Syariah Nuri Jawa Timur telah memperoleh Akta Perubahan Anggaran Dasar dari Pemerintah Provinsi Jawa Timur Nomor: P2T/10/09.02/01/XII/2014

- d. Tanggal 11 Desember 2014 serta Surat Izin Usaha Simpan Pinjam Dari Pemerintah Provinsi Jawa Timur Nomor: P2T/26/09.06/01/XII/2014 Tanggal 11 Desember 2014
- e. Kemudian mendapat izin ISSO pada bulan September dua ribu tujuh belas.

### **3. Visi, Misi dan Motto Koperasi Syariah Nuri Jawa Timur**

#### **a. Visi Koperasi Syariah Nuri Jawa Timur**

Koperasi Syariah Nuri Jawa Timur adalah menjadi lembaga keuangan syariah multiguna dan usaha dalam mengimplementasikan maqashid syariah bagi masyarakat pada khususnya dan masyarakat Indonesia pada umumnya

#### **b. Misi Koperasi Syariah Nuri Jawa Timur**

- 1) Meningkatkan kesejahteraan hidup anggota.
- 2) Terberdayanya anggota untuk meningkatkan potensi ekonomi dan sumber daya alam yang ada
- 3) Terbentuknya jaringan usaha kecil menengah yang tangguh dan potensial di seluruh wilayah kerja anggota
- 4) Terwujudnya status Koperasi Syariah Nuri Jawa Timur sebagai lembaga ekonomi produktif yang di pandang sejajar dengan lembaga ekonomi yang lain, baik swasta maupun BUMN/BUMD.

#### **c. Motto Koperasi Syariah Nuri Jawa Timur**

Sedangkan Motto Koperasi Syariah Nuri Jawa Timur ialah”*kerja Keras, Kerja Cerdas, Kerja Ikhlas*”

#### **4. Struktur Pengawas dan Pengurus Koperasi Syariah Nuri**

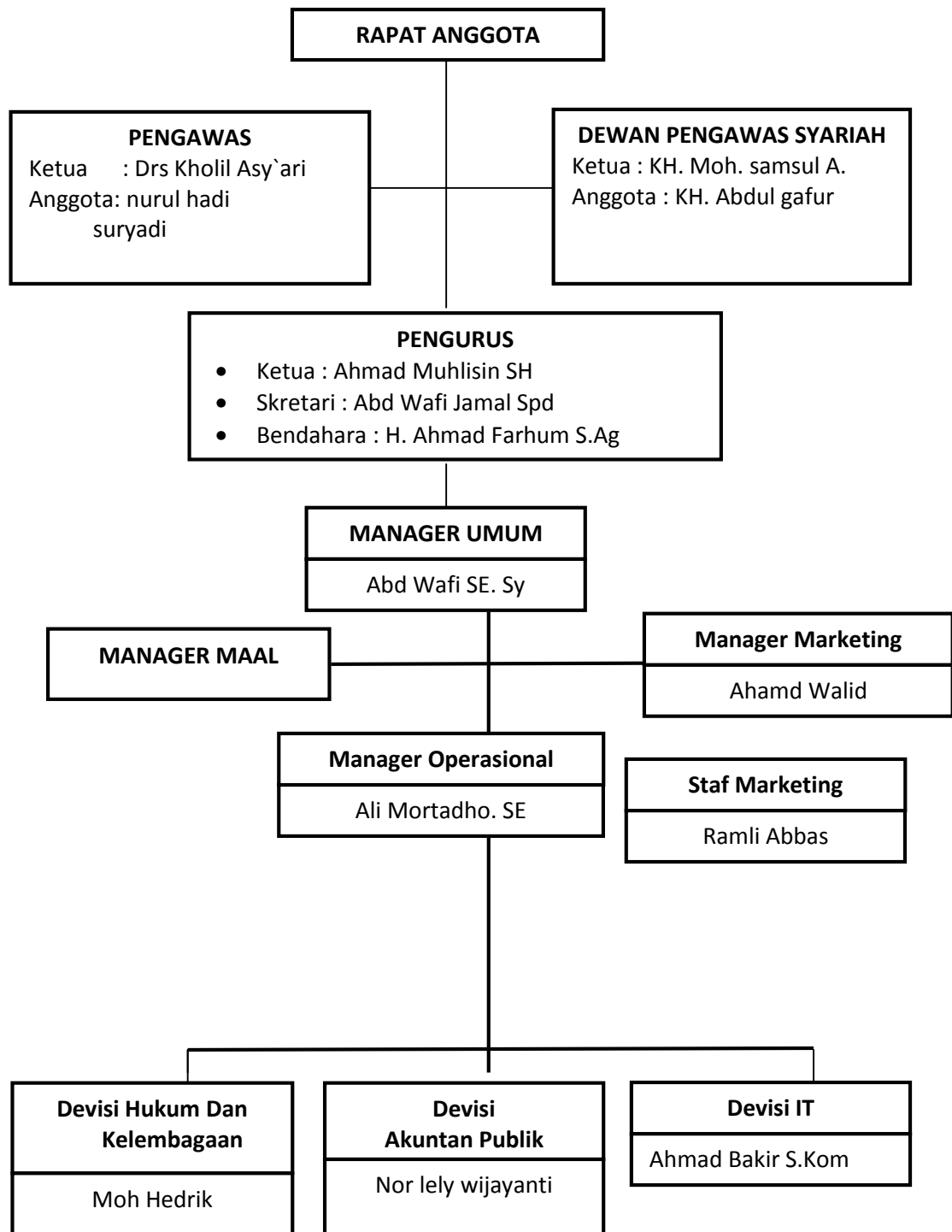
##### **a. Struktur pengawas Koperasi Syariah Nuri Jawa Timur**

Struktur Pengawas Koperasi Syariah Nuri Jawa Timur (KSN JATIM) bisa dilihat di bagian berikut:

#### **STRUKTUR PENGAWAS DAN PENGURUS**

#### **KOPERASI SYARIAH NURI JAWA TIMUR**

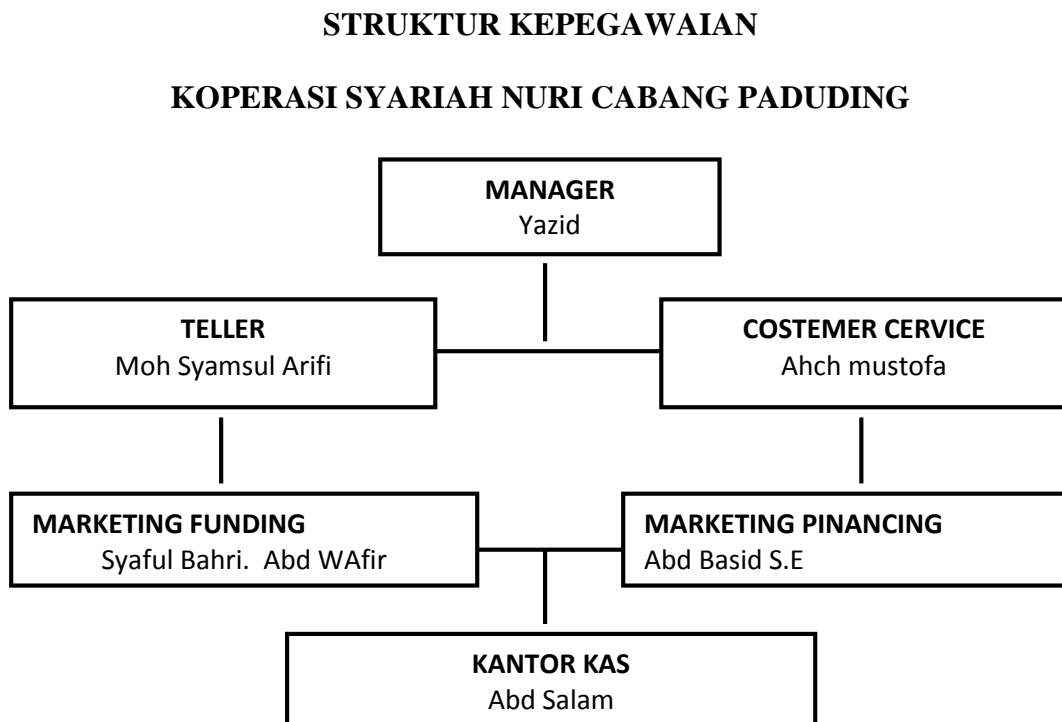
**Preode 2018**



**Gambar 1.1**

Sumber Data: *Arsip Koperasi Syariah Nuri 2018*

**b. Struktur Koperasi Syariah Nuri Cabang Palduding,**



**Gambar 1.2**

Sumber Data: *Arsip Koperasi Syariah Nuri 2018*

Tugas dan tanggung jawab masing-masing pengurus adalah sebagai berikut:

**1) Manajer**

Berfungsi sebagai Pimpinan oprasiaonal di tingkat kantor cabang KSN Jatim.

**2) Customer Service (CS)**

Berfungsi sebagai pelaksana teknis administrasi umum dan administrasi akuntansi di kanator cabang

**3) Teller**

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

#### **4) Marketing (Funding)**

Berfungsi sebagai agent, marketer, dan public relation dari KSN Jatim

#### **5) Marketing (Financing)**

Berfungsi sebagai surveyor, Debtcolector dan public relation dari KSN Jatim

### **5. Produk Koperasi Syariah Nuri Jawa Timur**

Usaha yang dilakukan oleh KSN Jatim ini telah memiliki beragam macam produk jasa keuangan yang dijalankan yakni dalam bentuk simpanan berupa simpanan pokok, simpanan wajib, simpanan wadiah dan simpanan berjangka. Sedangkan untuk pembiayaan berupa *Rhan*, *Qordul Hasan*, *Murabahah*, dan *musyarakah*.

Sedangkan pembiayaan Modal pertanian (MORNI) adalah produk pembiayaan *Murabahah* dengan demikian pembiayaan ini mempunyai syarat pengajuan yang tergolong mudah diantaranya syarat yang harus dipenuhi adalah foto copy KTP suami istri, foto copy KK, foto copy tanda anggota, foto copy rekening tabungan, asli bukti kepemilikan barang jaminan. Apabila syarat-syarat tersebut tidak terpenuhi semua maka pemohon tidak bisa kami proses. Apabila semua persyaratan sudah di penuhi maka pihak KSN Jatim akan memproses dengan sebaik baiknya, dan juga KSN Jatim memberi kemudahan bagi para anggotanya. KSN Jatim juga akan membantu kesulitan dalam memenuhi persyaratan yang di berikan KSN Jatim terhadap calon anggotantanya.

## **B. Paparan Data.**

Dalam penelitian ini kedudukan informan sangat penting kerana sebagai sumber data yang utama dan akurat, selain itu dalam penelitian ini yang menjadi sumber informasi adalah karyawan KSN Jatim cabang palakpak Pegantenan, untuk lebih jelasnya disini peneliti akan mengupas satu persatu profil informan yang akan diteliti oleh peneliti.

Untuk mempermudah penlitian dalam menjelaskan permasalahan yang akan diteliti, peneliti akan memaparkan data yang berkaitan dengan fokus penelitian agar tidak melebar ke fokus penelitian yang lain, fokus penelitian yang ada di penelitian skripsi ini hanya membahas dua poin, yaitu ;

### **1. Bagaimana Pemasaran Produk Pembiayaan Modal Pertanian (MORNI) di KSN Jawa Timur Cabang Palduding Plakpak, Pegantenan, Pamekasan.**

Ksn jatim cabang palduding Plakpak Pegantenan Pamekasan, merupakan sebuah lembaga yang membantu perekonomian masyarakat kelas menengah kebawah, hal ini seperti yang di jalaskan oleh Manager KSN Jatim cabang Palduding, Palakpak Pegantenan Pamekasan yaitu Bapak Yasid:

*“KSN Jatim adalah lembaga keuangan syariah yang terlahir untuk mayoritas kecil atau perusahaan mikro, sebagai lembaga simpan pinjam penyedia dana juga sebagai mitra usaha, KSN Jatim juga membantu menyelesaikan masalah- masalah yang dihadapi para anggotanya.”<sup>1</sup>*

Di KSN Jatim cabang palduding plakapak, Pegantenan Pamekasan terdapat paroduk pembiayaan Modal pertanian (MORNI) dimana pembiayaan

---

<sup>1</sup> Hasil wawan cara dengan bapak Yasid 27 februari 2020 pukul 09:00 WIB

tersebut Modal pertanian (MORNI) syaratnya mudah juga tingkat resiko rendah, ini sesuai dengan pemaparan Bapak Yasid ;

*“ Pembiayaan Modal pertanian (MORNI) merupakan pembiayaan yang juga banyak digunakan oleh anggota kami karena syarat juga cara pengembaliannya mudah, dan ringan bagi penggunaannya.”<sup>2</sup>*

Kemudian peneliti menanyakan lebih lanjut mengenai pembiayaan Modal pertanian (MORNI) bagaimana penyaluran dalam bentuk pembiayaan tersebut?

Bapak yasid menjelaskan

*Pembiayaan Modal pertanian (MORNI) di KSN Jatim cabang Palduding, Plapak Pegantenan, Pamekasan, disalurkan dalam pembiayaan produktif juga konsumtif, jadi pembiayaan Modal pertanian (MORNI) tidak hanya digunakan untuk memenuhi modal usaha akan tetapi juga digunakan untuk memenuhi konsumsi anggota misalnya saja untuk pembelian sepeda motor, pupuk, dan lain sebagainya.<sup>3</sup>*

Peneliti menanyakan lebih lanjut, untuk dana pembiayaan Modal pertanian (MORNI) khusus untuk pembiayaan produktif atau konsumtif? Bapak Yasid

Menambahkan:

*“pada KSN Jatim Cabang palduding, Pegantenan, Pamekasan, untuk penggunaan dana dalam hal pembiayaan produktif dan konsumtif tidak ada pengkhusukan, jadi, dalam pembiayaan Modal pertanian (MORNI) bisa digunakan dalam pembiayaan konsumtif ataupun juga pembiayaan produktif*

peneliti mencukupkan wawancara dengan Bapak Manager yaitu Bapak Yasid karena beliau menyarankan untuk mewawancara dengan bagian yang berkenaan dengan fokus penelitian peneliti. Dan peneliti melanjutkan wawancara dengan Bapak Syaiful Bahri selaku bagaian dari Marketing di KSN Jatim cabang Palduding, Plapak Pegantenan Pamekasan.

---

<sup>2</sup> Hasil wawan cara dengan bapak Yasid 27 februari 2020 pukul 09:30 WIB

<sup>3</sup> Hasil wawan cara dengan bapak Yasid 27 februari 2020 pukul 09:30 WIB



Peneliti menanyakan bagaimana pemasaran produk pembiayaan Modal Pertanian ( MORNI) dalam meningkatkan jumlah nasabah Di KSN Jatim Cabang Palduding, Plakpak Pegantenan, Pamekasan, Bapak Syaiful Bahri menjelaskan:

*“ Mengenai produk pembiayaan memang di KSN Jatim produk pembiayaan sudah banyak dan salah satunya pembiayaan Modal Pertanian ( MORNI) yang adanya produk tersebut memang dulunya dikhususkan bagi petani akan tetapi setelah produk diperkenalkan pada pasar yang berminat dengan produk tersebut bukan hanya masyarakat yang bidang pekerjaannya terfokus pada pertanian akan tetapi juga ada dan bahkan banyak yang bukan dari kalangan petani sehingga dalam promosi pemasaran yang kami lakukan bukan Cuma di khususnya akan tetapi juga di longgarkan untuk masyarakat yang ingin mennunakan produk tersebut. Karena hal tersebut bisa berdampak pada penambahan nasabah di kantor kami .”<sup>4</sup>*

Peneliti penanyakan lebih lanjut tentang sistem pemasaran produk pembiayaan Modal Pertanian ( MORNI ) yang dilakukan oleh KSN Jatim cabang palduding Plakpak, Pegantenan, Pamekasan. Bapak Syaiful Bahri Menjelaskan:

*“ Sistem pemasaran yang dilakukan oleh KSN jatim kebanyakan Memakai strategi pemasaran Marketing Mix karena dalam marketing mix sudah lengkap dalam uapaya pemasaran produk baik produk baru ataupun produk lama yang dimiliki KSN Jatim, sehingga kita dapat menggunakan bagian marketing mix itu sebaik-baiknya supaya apa yang di harapkan sesuai dengan yang di targerkan oleh KSN Jatim cabang Plakpak, Pegantenan, Pamekasan. Akan tetapi memang ada sistem lain yang juga kita terapkan, apabila dengan bauran pemasaran (marketing mix)ada kesulitan dan bahkan tidak ada.”<sup>5</sup>*

Peneliti menanyakan lebih lanjut, bagaimana pemasaran produk pembiayaan Modal Pertanian ( MORNI ) dalam meningkatkan nasabah Di KSN Jatim cabang Palduding, plalpak, pegantenan, pamekasan. Bapak Syaiful Bahri menambahkan:

*Sistem yang dilakukan seperti yang sudah saya jelaskan tadi bahwa Marketing mix atau bauran pemasaran memang sering digunakan oleh kantor kami sebagai upaya ikhtiyar memasarkan produk yang kami punya, untuk meningkatkan nasabah itu sebagian dari hasil yang akan di*

<sup>4</sup> Hasil wawan cara dengan bapak Syaiful Bahri 29 februari 2020 pukul 09:30 WIB

<sup>5</sup> Hasil wawan cara dengan bapak Syaiful Bahri 29 februari 2020 pukul 08:30 WIB

*peroleh dalam usaha melakukan pemasaran sistem marketing mix itu sendiri, apabila promosi diantaranya, sudah maksimal dan masyarakat sudah berminat terhadap apa yang kami tawarkan tentunya nasabah atau yang kami bahasakan sebagai anggota, akan bertambah, sebaliknya apabila produk yang kita tawarkan dan perkenalkan pada calon anggota khususnya dan masyarakat pada umumnya, tidak mereka inginkan atau mereka tidak puas dengan hasil yang mungkin mereka dapatkan maka tentunya kami sebagai yang mempunyai produk akan kehilangan calon anggota dan tentunya nasabah yang kita harapkan tidak akan kita dapatkan.<sup>6</sup>*

## **2. Bagaimana Efektifitas Pemasaran Produk Pemiayaan Modal Pertanian (MORNI) di KSN Jawa Timur Cabang Palduding Plakpak, Pegantenan, Pamekasan.**

Setelah mengetahui pemasaran yang dilakukan KSN Jatim Cabang Palduding Plakpak, Pegantenan, Pamekasan. Peneliti melanjutkan wawancara sebagai dasar untuk mengetahui efektifitas pemasaran yang dilakukan oleh KSN Jawa Timur Cabang Palduding Plakpak, Pegantenan, Pamekasan. Bapak Abd Wafir sebagai marketing funding menjelaskan bagaimana KSN Jatim memperkenalkan produk yang mereka miliki kepada masyarakat dan calon anggotanya.

*KSN Jatim pusat dan semua pengurus melakukan semacam rapat untuk menciptakan produk baru yang akan disosialisasikan pada masyarakat lewat cabang dan kantor dibawah naungan Al Hamidi banyuwangi lewat usaha simpan pinjam Syariah yaitu KSN Jatim, cabang seperti kami hanya melakukan tugas memperkenalkan dan memberikan fasilitas anggota yang ingin menggunakan jasa yang kami tawarkan buat mereka, karena kami juga diberikan hak menjalankan usaha yang juga dijalankan kantor pusat. Dengan demikian kami mempunyai suatu target pemasaran yang akan kami jadikan tolak ukur efektifitas pemasaran yang kami lakukan.<sup>7</sup>*

---

<sup>6</sup> Hasil wawan cara dengan bapak Syaiful Bahri 29 februari 2020 pukul 08:30 WIB

<sup>7</sup> Hasil wawan cara dengan bapak Abd Wafir 05 Maret 2020 pukul 08:30 WIB

Kemudian peneliti menanyakan lebih lanjut Apa saja tahap-tahap yang dilakukan KSN Jatim cabang Palduding, plalpak, pegantenan, pamekasan, agar pemasaran yang dilakukan bisa efektif dalam meningkatkan nasabah. Bapak Abd Wafir memaparkan:

*Tahap- tahapnya banyak diantaranya Promosi, promosi yang kami lakukan untuk memperkenalkan produk baru kami mulai dari anggota atau nasabah kami sendiri baik kami memberikan selebaran atau brosur yang berisikan penjelasan produk yang kami akan tawarkan pada mereka, dan juga kita lakukan promosi secara menjelaskan langsung pada mereka, apa produk dan bagaimana cara dan sistem yang akan kami berikan buat mereka, sehingga mereka mengerti dan selanjutnya kami tingga menunggu apa mereka berminat atau tidak. selanjutnya kami mempromosikan pada alumni khususnya alumni pondok pesantren banyuwang, sehingga promosi yang kita lakukan lebih meluas karena alumni itu datang dari bermacam-macam daerah, baik di Pamekasan atau bahkan dari luar negri juga ada. Dan masih banyak promosi-promosi yang bisa kami lakukan agar benar-benar ada bukti yang akan kami dapatkan.<sup>8</sup>*

Apa yang dilakukan KSN Jatim cabang Palduding, plalpak, pegantenan, pamekasan. Ketika pemasaran yang dilakukan tidak membuahkan hasil yang diinginkan bapak Abd Wafir menambahkan :

*Ketika ada suatu masalah yang dihadapi dalam pemasaran suatu produk yang kami miliki, maka hal yang pertama kami lakukan adalah mengoreksi kesalahan apa yang telah kami lakukan dalam pemasaran, dengan demikian kita akan mengetahui apa kesalahan yang harus diperbaiki, supaya pemasaran yang kami lakukan tidak sia-sia, dengan demikian kecepatan penanganan yang dihapkan oleh kantor kami apa bila ada masalah seperti itu. Akan tetapi kalau kesalahan itu fatal dan tidak bisa kami perbaiki maka mau tidak mau kami harus menerima resiko yang akan kami dapatkan di kemudian hari.<sup>9</sup>*

Kemudian peneliti melanjutkan pertanyaannya. Menurut bapak di KSN Jatim produk pembiayaan Modal Pertanian (MORNI) pemasarannya sudah Efektif apa tidak bapak Abd Wafir memaparkan:

---

<sup>8</sup> Hasil wawan cara dengan bapak Abd Wafir 05 Maret 2020 pukul 08:30 WIB

<sup>9</sup> Hasil wawan cara dengan bapak Abd Wafir 05 Maret 2020 pukul 08:30 WIB

*Kalau efektivitas pemasaran produk pembiayaan Modal Pertanian (MORNI) di KSN Jatim dari dulu sampai sekarang sudah efektif, karena pencapaian sudah mendekati dengan apa yang di targetkan oleh KSN pusat walupun akad yang di gunakan oleh KSN dalam pembiayaan Modal Pertanian ini adalah Morabahah, sedangkan sudah ada produk lain yang lebih dulu telah menggunakan akad murabahah, dengan demikian sudah banyak anggota di produk lain tersebut, walaupun masih sedikit anggota yang menggunakan produk tersebut.*<sup>10</sup>

Kemudian peneliti menanyakan lebih lanjut, apa penyebab efektifnya pemasaran yang dilakukan KSN Jatim sehingga pemasaran produk pembiayaan Modal Pertanian (MORNI) bisa di katakan efektif. Bapak Abd Wafir menjelaskan

*Kalau masalah efektifnya pemasaran pada produk ini dikarenakan kami memaksimalkan promosi dan pendekatan terhadap masyarakat pada produk ini dan yang kedua memang produk ini masih baru dan mungkin masih tidak ada lembaga kauangan lain yang mempunyai sehingga banyak masyarakat yang berminat dengan produk kami ini h\saya jelaskan tadi ada kesamaan akad dengan produk lain yang kami miliki sehingga masyarakat yang terlanjur banyak yang menggunakan produk yang lebih dulu itu, dan ingin merasakan produk yang baru ini walaupun produk ini dulunya di khususkan bagi kelompok tani atau petani, akan tetapi mereka masih meminati produk baru kami ini..*<sup>11</sup>

Peneliti bertanya apakah dalam cara supaya pemasaran produk pembiayaan Modal Pertanian ini, seperti memberi bonus, menurunkan harga, dan masih banyak cara untuk menekan calon anggota untuk menggunakan produk pembiayaan yang dimiliki, khususnya pembiayaan Modal Pertanian (MORNI) ini.

Abd Wafir menjelaskan:

*Kami sudah mencoba untuk malakukan itu akan tetapi untuk melakukan hal yang ekstrim kami belum mencoba, karena kami juga harus mempertahankan reputasi produk yang sudah banyak anggotanya, karena dengan demikian pendapatan KSN Jatim tidak menurun akan tetapi bisa meningkat, ya walaupun tentunya memang harus ada produk yang terbengkalai. Dan perlu diketahui bahwanya produk pembiayaan MORNI ini memang kami ciptakan untuk para petani, karena kami juga memikirkan usaha pertanian membutuhkan modal yang tidak sedikit, akan tetapi di dalam lingkungan pertanian tidak semua petani bisa memberikan*

<sup>10</sup> Hasil wawan cara dengan bapak Abd Wafir 05 Maret 2020 pukul 08:30 WIB

<sup>11</sup> Hasil wawan cara dengan bapak Abd Wafir 05 Maret 2020 pukul 08:30 WIB

*suntikan modal bagi petani lainnya sehingga mereka tidak bingung tinggal ke KSN cabang terdekat saja, insyaallah kami akan sedia membantu.*<sup>12</sup>

Selanjutnya peneliti mewawancarai anggota KSN Jatim Cabang Palduding lainnya yaitu bapak Abd Basyid selaku *Marketing Pinancing*. dalam wawancaranya peneliti bertanya, apa yang menjadi kendala pemasaran KSN Jatim dalam memasarkan produk pembiayaan Modal pertanian (MORNI) ini. bapak Abd Basyid menjelaskan :

*Banyak faktor yang terjadi dilapangan akan tetapi yang menjadi kendala pertama ialah kesamaan akad yang diterapkan, dan memang sekarang ini banyak saingan Koperasi, yang mana ada yang pelayanannya di jemput kerumah anggota masing masing, atau bisa dilakukan dirumah masing- masing anggota mereka, dan juga jangkauan kami tidak begitu luas karena kami Cuma sebagai cabang di Palduding, tentunya sudah banyak cabang yang lain yang menanngani di wilayahnya masing masing. Memang faktor penghambat bukan cuma itu saja akan tetapi ada faktor lain yang tidak bisa saya jelaskan semua.*<sup>13</sup>

Peneliti melanjutkan bertanya, apa dengan efektivnya pemasaran pembiayaan Modal Pertanian (MORNI) ini ada penambahan nasabah atau anggota di KSN Jatim cabang Palduding, Bapak Abd Basyid menjelaskan

*Walaupun dalam pemasaran produk ini tidak seratus persen efektif akan tetapi tidak membuat KSN Jatim mengalami penurunan anggota akan tetapi makin bertambah, karena KSN Jatim tidak hanya bertumpu pada satu produk pembiayaan akan tetapi masih banyak pembiayaan dan juga didukung oleh produk simpanan anggota sehingga kami memaksimalnya produk mana yang akan banyak membantu perkembangan pada KSN Jatim, dengan demikian kami dapat menyelesaikan masalah pemasaran suatu produk. Dan kami juga harus berusaha semaksimal mungkin untuk menambah dan terus menambah anggota di KSN Jatim cabang Palduding ini.*<sup>14</sup>

---

<sup>12</sup> Hasil wawan cara dengan bapak Abd Wafir 05 Maret 2020 pukul 08:30 WIB

<sup>13</sup> Hasil wawan cara dengan bapak Abd Basyid 09 Maret 2020 pukul 08:30 WIB

<sup>14</sup> Hasil wawan cara dengan bapak Abd Basyid 09 Maret 2020 pukul 08:30 WIB

### C. Temuan Peneliti

1. Mekanisme pembiayaan disini semua calon nasabah yang hendak mengajukan pembiayaan harus terdaftar sebagai anggota terlebih dahulu, apabila belum pernah menjadi anggota maka orang tersebut harus mendaftarkan diri sebagai anggota dengan membuka rekening di KSN Jatim cabang palduding, plakpak, pegantenan, Pamekasan. Setelah itu anggota tersebut mengisi formulir pembiayaan.
2. Syarat-syarat yang harus dipenuhi adalah foto copy KTP suami istri, foto copy KK, foto copy tanda anggota, foto copy rekening tabungan, asli bukti kepemilikan barang jaminan. Apabila syarat-syarat tersebut tidak terpenuhi semua maka pemohon tidak bisa kami proses.
3. Pembiayaan Modal pertanian (MORNI) yang diterapkan di KSN Jatim cabang palduding, plakpak, pegantenan, Pamekasan. merupakan pembiayaan yang menggunakan akad jual beli antara KSN Jatim dan nasabah dengan Jual beli ini dilakukan dengan ketetapan dan kesepakatan bahwa harga pokok diketahui bersama dengan harga jual berdasarkan kesepakatan bersama. selisih harga pokok dengan harga jual merupakan margin/keuntungan KSN Jatim. Penerapan akad pembiayaan ini tentunya harus memenuhi rukun, syarat serta objek jual beli yang telah ditentukan dalam akad *Murabahah*.
4. Nasabah yang mengajukan permohonan pembiayaan Modal pertanian (MORNI) dan telah memenuhi prosedur serta telah melakukan kesepakatan atau perjanjian pembelian dengan KSN Jatim cabang palduding, plakpak, pegantenan, Pamekasan kemudian nasabah dapat

membeli sendiri barang yang dibutuhkan jika barang tersebut tidak memungkinkan dibeli sendiri oleh pihak KSN Jatim. Pembelian barang yang dilakukan sendiri oleh nasabah, dalam membeli barang yang dibutuhkan tersebut nasabah harus melaporkan kepada Koperasi Syariah untuk kemudian dapat dilakukan survei oleh KSN Jatim cabang palduding, plakpak, pegantenan, Pamekasan.

5. KSN Jatim cabang palduding, pemasaran banyak menggunakan bauran pemasaran ( *marketing mix*) dalam memasarkan produknya, akan tetapi juga banyak mengambil cara manajemen lainnya sebagai pendukung dalam pemasarannya supaya KSN Jatim cabang palduding, plakpak, pegantenan, Pamekasan dapat mencapai tujuan yang KSN harapkan khususnya dapat meningkatkan jumlah nasabah yang mereka miliki.
6. KSN Jatim cabang palduding, plakpak, pegantenan, Pamekasan. Mengkhususkan pembiayaan Modal Pertanian (MORNI) terhadap petani akan tetapi karena penyesuaian terhadap pemasaran maka pembiayaan Modal Pertanian (MORNI) tidak lagi dikhususkan. Supaya ada peningkatan yang sangat signifikan dalam pencapaian pemasarannya khususnya peningkatan jumlah nasabah yang KSN Jatim cabang palduding, plakpak, pegantenan, Pamekasan miliki.
7. KSN Jatim cabang palduding, plakpak, pegantenan, Pamekasan dalam memasarkan produk Pembiayaan Modal Pertanian (MORNI) sudah bisa dikatakan Efektif karena sudah mendekati target yang ditetapkan oleh KSN Pusat khususnya dalam peningkatan jumlah nasabah atau anggota

yang dimiliki KSN Jatim cabang palduding, plakpak, pegantenan, Pamekasan. .

8. Walaupun tidak memenuhi target maksimal dalam memasarkan produk akan tetapi peningkatan nasabah masih bagus, dan tidak terpengaruh dengan tidak efektifnya pemasaran satu produk akan tetapi masih banyak produk yang akan menutupi kekurangan yang dimiliki KSN Jatim cabang palduding, plakpak, pegantenan, Pamekasan.
9. KSN Jatim cabang palduding, plakpak, pegantenan, Pamekasan akan selalu membantu dalam hal pembiayaan, demi kesejahteraan anggota, masyarakat dan petani khususnya dan juga dapat memaksimalkan pemasaran supaya dapat meningkatkan jumlah nasabah yang memang diharapkan oleh KSN Jatim cabang palduding, plakpak, pegantenan, Pamekasan.
10. Faktor penghambat efektifnya pemasaran diantaranya, ada kesamaan akad dengan produk lain yang sudah lebih dulu ada, dan banyak saingan diantara koperasi selain KSN Jatim.

#### **D. Pembahasan**

##### **1. Pemasaran produk pembiayaan modal pertanian (MORNI) dalam meningkatkan jumlah nasabah di KSN Jatim Cabang Palduding, Plakpak, Pegantenan, Pamekasan.**

Lembaga keuangan seperti Koperasi syariah, sesungguhnya sangat diperlukan untuk menjangkau dan mendukung para petani di seluruh pelosok Indonesia yang belum dilayani oleh perbankan. koperasi syariah sebagai lembaga



keuangan tidak pernah lepas dari masalah pembiayaan, karena kegiatan koperasi syariah sebagai lembaga keuangan pemberian pembiayaan merupakan kegiatan utamanya.

Peran Koperasi Syariah Nuri Cabang Palduding, plakpak, pegantenan, Pamekasan diantaranya adalah sebagai lembaga simpan pinjam dengan prinsip bagi hasil, sebagai penyalur dana dan sebagai mitra usaha. Selain itu, juga mendampingi nasabahnya dalam menjalankan usaha seperti mengarahkan juga memberi saran untuk perkembangan usahanya dan menghubungkan antara nasabah dan penyedia barang. Tetapi tidak semua mitra dapat didampingi dan diawasi karena keterbatasan staf KSN Jatim Cabang Palduding, Plakpak, pegantenan, Pamekasan. Jadi hanya sebagian kecil yang selalu didampingi serta diawasi dalam perkembangannya. Selain itu, KSN Jatim Cabang Palduding juga membantu memasarkan produk usaha nasabahnya.

Pembiayaan merupakan penyaluran dana koperasi syariah kepada pihak ketiga berdasarkan kesepakatan antara koperasi syariah dengan pihak lain dengan harga ditetapkan sebesar biaya perolehan barang ditambah *margin* keuntungan yang disepakati. Terkait dengan pembiayaan peneliti akan membahas pemasaran pembiayaan Modal Pertanian (MORNI) dalam meningkatkan nasabah di KSN jatim Cabang Palduding, Plakpak, Pegantenan, Pamekasan.

Pembiayaan Modal Pertanian (MORNI) adalah salah satu produk pembiayaan yang ada di KSN Jatim Cabang Palduding, Plakpak, pegantenan, Pamekasan, produk ini merupakan pembiayaan yang di khususkan bagi anggota Atau nasabah yang penghasilannya sebagian besar dari pertanian.

Pembiayaan Modal Pertanian (MORNI) yang ada di KSN Jatim Cabang Palduding, Plakpak, pegantenan, Pamekasan tidak hanya digunakan sebagai pembiayaan produktif akan tetapi juga digunakan sebagai pembiayaan konsumtif. Modal Pertanian (MORNI) membawa pengaruh yang baik kepada para petani, dengan adanya Pembiayaan Modal Pertanian (MORNI) para petani dapat memenuhi barang-barang kebutuhan yang mereka perlukan dan juga dapat menumbuh kembangkan usahanya. Untuk KSN Jatim Cabang Palduding, Plakpak, pegantenan, Pamekasan. sendiri keuntungan adanya pembiayaan Pembiayaan Modal Pertanian (MORNI) adalah perputaran modal cepat kembali sehingga dapat diputar kembali kepada nasabah yang membutuhkan dan juga menjadi salah satu faktor meningkatkan jumlah nasabah di KSN Jatim Cabang, Palduding, Plakpak. Pegantenan, Pamekasan.

Pemasaran yang di lakukan pihak KSN Jatim Cabang Palduding, mencakup pada setiap lapisan masyarakat. Dengan aktif melakukan promosi pada masyarakat dan calon anggota, Sistem pemasaran yang dilakukan oleh KSN jatim kebanyakan Memakai *Marketing Mix*, karena dalam *marketing mix* sudah lengkap dalam upaya pemasaran produk baik produk baru ataupun produk lama yang dimiliki KSN Jatim, sehingga kita dapat menggunakan bagian *marketing mix* itu sebaik-baiknya supaya apa yang di harapkan sesuai dengan yang di targerkan oleh KSN Jatim cabang Plakpak, Pegantenan, Pamekasan di antaranya meningkatkan jumlah nasabah atau anggota yang dimiliki oleh KSN Jatim Cabang, Palduding, Plakpak. Pegantenan, Pamekasan.

Akan tetapi memang ada sistem lain yang juga kita terapkan, apabila dengan bauran pemasaran (*marketing mix*) ada kesulitan dan bahkan tidak ada

penerapan didalamnya. *Marketing Mix Strategy* (Strategi Bauran Pemasaran). *Marketing Mix strategy* adalah kumpulan variabel-variabel yang dapat dipergunakan perusahaan untuk memengaruhi tanggapan konsumen. Variabel-variabel yang dapat mempengaruhi pembeli adalah yang disebut 4P, yaitu Produk (*Product*), Harga (*Price*), Tempat (*Place*), dan Promosi (*Promotion*). Para ahli juga menyebutkan bahwa *marketing mix* bukan saja 4p akan tetapi ada 7p dengan menambahkan *people* (orang) *process* (proses) *Physical Evidence* (fasilitas pendukung) akan tetapi *marketing mix* masih lebih populer dan banyak diterapkan oleh perusahaan jasa keuangan adalah 4p dan penjelasannya sebagai berikut:

**a. Produk (*Product*)**

Produk merupakan sesuatu yang memenuhi apa yang pelanggan butuhkan atau inginkan. Produk menjadi sesuatu yang diasosiasikan dengan perusahaan oleh pelanggan. Setiap produk melalui sebuah roda kehidupan (*life-cycle*) yang mencakup sebuah fase pertumbuhan diikuti dengan fase kematangan dan akhirnya sebuah periode dimana penjualan produk tersebut menurun. Oleh karena itu, perusahaan harus dapat memprediksi seberapa lama *life-cycle* dari sebuah produk dan memfokuskan perhatiannya pada tantangan- tantangan yang muncul seiring dengan bergeraknya roda pemasaran, karena dengan adanya produk yang mereka miliki diharapkan dalam perputarannya dapat mencapai tujuan KSN Jatim cabang palduding, plakpak, pegantenan, Pamekasan khususnya meningkatkan jumlah nasabah di KSN Jatim cabang palduding, plakpak, pegantenan, Pamekasan.

**b. Harga (*Price*)**

Harga adalah banyaknya uang yang dibayarkan oleh pelanggan untuk produk tersebut. Harga sangat penting mengingat hal tersebut menentukan keuntungan perusahaan. Menyesuaikan harga memiliki dampak yang mendalam pada strategi pemasaran, dan terkadang dapat juga memengaruhi permintaan dan penjualan. Karena dengan demikian pencapaian KSN Jatim Cabang, Palduding, Plakpak. Pegantenan, Pamekasan bisa dimaksimalakan dan dapat mencapai peningkatan jumlah nasabah yang di harapkan oleh KSN Jatim Cabang, Palduding, Plakpak. Pegantenan, Pamekasan.

**c. Promosi (*Promotion*)**

Promosi merujuk pada semua metode komunikasi yang digunakan untuk memberikan informasi terhadap pihak lain tentang produk. Promosi terdiri dari elemen-elemen seperti iklan, *public relations*, dan promosi penjualan. Iklan mencakup komunikasi apapun yang dibayar, mulai dari iklan televisi, radio, internet sampai media cetak dan *billboard*. *Public relations* adalah saat komunikasi tidak dibayar secara langsung dan mencakup *press release*, perjanjian sponsor, pameran dan seminar. Karena dengan promosi yang dilakukan produk yang mereka miliki akan cepat dikenal dan digunakan oleh nasabah atau anggotanya, hal ini juga sangat besar pengaruhnya terhadap peningkatan nasabah atau anggota yang dimiliki oleh KSN Jatim Cabang, Palduding, Plakpak. Pegantenan, Pamekasan.

#### **d. Tempat (*Place*)**

*Place* merujuk pada menyediakan produk tersebut pada sebuah tempat yang nyaman bagi pelanggan untuk mendapatkannya. *Place* hampir sama dengan distribusi. Berbagai macam strategi seperti *franchising* (waralaba) dapat digunakan oleh perusahaan untuk melengkapi aspek lainnya dari bauran pemasaran. Karena tempat juga dapat mendukung supaya pemasaran yang digunakan oleh KSN Jatim Cabang, Palduding, Plakpak. Pegantenan, Pamekasan dapat efektif dan mengakibatkan pencapaian target pemasaran yang dimiliki KSN Jatim Cabang, Palduding, Plakpak. Pegantenan, Pamekasan dapat terpenuhi khususnya peningkatan jumlah nasabah atau anggota KSN Jatim Cabang, Palduding, Plakpak. Pegantenan, Pamekasan

Ada juga sistem pemasaran yang juga di gunakan oleh KSN Jatim Bukhari Alma dan Donni Juni Priansa dalam bukunya “Manajemen Bisnis Syariah: Menanamkan Nilai dan Praktis Syariah dalam Bisnis Kontemporer”, menyatakan bahwa praktik pemasaran Nabi Muhammad SAW antara lain sebagai berikut:<sup>15</sup>

##### **1) *Segmentasi dan targeting.***

*Segmentasi* dan *targeting* dipraktikkan Nabi Muhammad SAW tatkala ia berdagang ke negara Syam, Yaman, Bahrain. Nabi Muhammad mengenal betul barang apa yang disenangi oleh penduduk dan diserap oleh pasar setempat. Setelah mengenal target pasarnya (*targeting*), Nabi Muhammad SAW menyiapkan barang-barang dagangan yang dibawa ke daerah tersebut. Nabi Muhammad SAW betul-betul profesional dan memahami dengan baik *segmentasi* dan *targeting*

---

<sup>15</sup> Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2001, hlm.114

sehingga sangat menyenangkan hati Khadijah, yang saat itu berperan sebagai bosnya. Barang-barang yang diperdagangkan Muhammad selalu cepat terjual, karena memang sesuai dengan segmen dan target pasarnya (targeting).

## 2) *Positioning*.

*Positioning* berarti bagaimana membuat barang yang kita hasilkan atau kita jual memiliki keunggulan, disenangi, dan melekat di hati pelanggan dan bisa melekat dalam jangka waktu yang lama. *Positioning* berhubungan dengan apa yang ada di benak pelanggan, berhubungan dengan persepsi, di mana persepsi tersebut akan melekat dalam waktu yang lama. *Positioning* Nabi Muhammad SAW yang sangat mengesankan dan tidak terlupakan oleh pelanggan merupakan kunci kenapa Muhammad menjadi pebisnis yang sukses. Beliau menjual barang-barang asli yang memang original serta sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Tidak pernah terjadi pertengkaran atau klaim dari pihak pelanggan bahwa pelayanan dan produk yang dijual Muhammad mengecewakan.

Sedangkan syarat-syarat untuk mengajukan pembiayaan di KSN Jatim Cabang Palduding, Plakpak, pegantenan, Pamekasan adalah sebagai berikut :

- a. Fotocopy Kartu Tanda Penduduk (KTP) suami istri 2 lembar.
- b. Fotocopy Kartu Keluarga 2 lembar
- c. Fotocopy jaminan:
  - 1) Jaminan Jaminan Buku Pemilik Kendaraan Bermotor (BPKB) Asli (fotocopy BPKB, fotocopy Surat Tanda Nomor Kendaraan (STNK), Nomor gesek rangka, Nomor gesek mesin).
  - 2) Sertifikat (fotocopy sertifikat 1 bendel rangkap 2)

Jika jaminan bukan atas nama sendiri maka dilampirkan fotocopy KTP yang mempunyai jaminan dan dikuatkan dengan surat kuasa dari pemerintah setempat (balai desa/kecamatan) akan tetapi sangat jarang hanya untuk nasabah-nasabah tertentu saja. Apabila nasabah yang mengajukan pembiayaan belum berkeluarga maka ketika pengajuan pembiayaan harus membawa walinya.

Dengan melihat persyaratan di atas maka kita menyimpulkan usaha pemasaran KSN Jatim Cabang Palduding, dengan mempermudah calon anggota yang akan menjadi anggota atau nasabah di KSN Jatim Cabang Palduding, dengan demikian tentunya harapan KSN Jatim untuk meningkatkan nasabah bagi KSN Jatim Cabang Palduding, Plakpak, Pegantenan, Pamekasan.

Dengan berjalannya cara pemasaran yang dilakukan oleh KSN Jatim maka di targetkan dapat meningkatkan pencapaian KSN Jatim dari semua aspek baik dari pengenalan produk, pencapaian dan bahkan meningkatkan nasabah yang ada di KSN Jatim Cabang, Palduding, Plakpak. Pegantenan, Pamekasan.

Karena dapat kita ketahui faktor yang mempengaruhi peningkatan nasabah di KSN Jatim Cabang, Palduding, Plakpak. Pegantenan, Pamekasan adalah berjalannya *Marketing mix* dalam strategi pemasaran yang dilakukan oleh KSN Jatim Cabang, Palduding, Plakpak. Pegantenan, Pamekasan. Dengan demikian kita dapat menyimpulkan bahwan peningkatan jumlah nasabah dapat kita ukur dengan memaksimalkan *marketing mix* sehingga dengan penerapan strategi pemasaran itu KSN Jatim Cabang, Palduding, Plakpak. Pegantenan, Pamekasan, akan mendapatkan dampak positif dari meningkatnya minat masyarakat dan calon anggota yang KSN miliki untuk menggunakan produk yang mereka pasarkan dan

akan berdampak pada meningkatnya nasabah atau anggota yang dimiliki KSN Jatim Cabang, Palduding, Plakpak, Pegantenan, Pamekasan.

## **2. Efektivitas Pemasaran Produk Pembiayaan Modal Pertanian (MORNI) dalam Meningkatkan nasabah di KSN Jatim Cabang Palduding, Plakpak, Pegantenan, Pamekasan.**

Efektivitas pemasaran produk pembiayaan modal pertanian (MORNI) di KSN Jatim Cabang Palduding, Plakpak, pegantenan, pamekasan. Mempunyai tolak ukur yang sudah ditetapkan oleh KSN Jatim, apabila nanti pemasaran yang dilakukan oleh KSN Jatim Cabang Palduding, sampai pada target yang telah ditetapkan oleh KSN Jatim pusat maka bisa dikatakan pemasaran yang dilakukan efektif. Sehingga tidak sulit untuk mengukur keefektivan pemasaran yang dilakukan kantor cabang KSN Jatim. Efektivitas berhasil apabila telah ditetapkan dengan tujuan tertentu, semakin hasil mendekati tujuan yang diinginkan maka semakin tinggi derajat keefektivitasannya.

Di KSN Jatim Cabang Palduding, dalam memasarkan produk pembiayaan Modal Pertanian (MORNI) minimalnya dalam jangka waktu satu tahun harus mencapai 80-100 puluh anggota dari seratus anggota yang ditargetkan, maka dalam hal itu KSN Jatim harus memenuhi persyaratan keefektivan pemasaran. Dalam hal tersebut KSN Jatim Cabang Palduding, sudah dapat memenuhi target yang telah ditetapkan oleh KSN Jatim pusat sehingga dalam pemasaran produk pembiayaan Modal Pertanian (MORNI) sudah bisa dikatakan Efektif walaupun belum mencapai tingkat efektif seratus persen akan tetapi hal itu sudah sangat mempengaruhi tingkat penambahan anggota di KSN Jatim Cabang palduding, Plakpak, Pegantenan, Pamekasan.



Dari strategi pemasaran yang dilakukan oleh KSN Jatim dengan memaksimalkan Promosi, dan Penyesuaian produk maka efektivitas pemasaran yang dilakukan KSN Jatim Cabang Palduding, Mencapai perkembangan pemasaran sesuai tabel yang ada di bawah ini

<b>Jumlah bertambahnya anggota</b>	<b>Tahun</b>		<b>target</b>
	<b>2019</b>	<b>2020</b>	
<b>Dari tahun 2019-2020</b>	<b>39</b>	<b>81</b>	<b>80-100</b>

**Tabel 2.1 perkembangan pemasaran pembiayaan Modal Pertanian (MORNI)**

Dengan demikian seperti yang sudah di jalaskan tadi bahwasanya KSN Jatim Sudah mencapai Target minimum yang ditargetkan oleh KSN pusat dan bisa dikatakan pemasaran yang dilakukan efektif sehingga penambahan anggota, minat, dan perbuatan masyarakat terhadap penggunaan pembiayaan Modal Pertanian (MORNI) di KSN Jatim mencapai terget sesuai dengan teori teori efektivitas yang ada.

Dengan efektivitas pemasaran yang dicapai oleh KSN Jatim Cabang, Palduding, Plakpak. Pegantenan, Pamekasan. Maka hasil yang akan diteriama adalah peningkatan dari semua hal khususnya peningkatan jumlah nasabah yang ada di KSN Jatim Cabang, Palduding, Plakpak. Pegantenan, Pamekasan. Karena bisa kita lihat dari penjelasan sebelumnya peningkatan nasabah atau anggota yang dimiliki KSN Jatim Cabang, Palduding, Plakpak. Pegantenan, Pamekasan dalam waktu tidak sampai satu tahun sudah bisa menambah nasabah atau anggota mecapai 80% dari target 100% oleh KSN Jatim pusat khusus bagi nasabah atau anggota produk pembiayaan modal pertanian (MURNI).

Oleh karena itu meningkatnya nasabah atau anggota yang dimiliki KSN Jatim Cabang Palduding, Plakpak, Pegantenan, Pamekasan, apabila keefektivitasan pemasaran yang dimiliki KSN Jatim Cabang Palduding, Plakpak, Pegantenan, Pamekasan sudah mencapai tujuan yang mereka harapkan, baik dari kelancaran, kesanggupan dan pendapatan yang mereka miliki.