

STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN MINAT ANGGOTA UNTUK MEMILIH PRODUK KSPPS AL-HASANAH DESA ENTALSEWU SIDOARJO

Lukman Hakim¹, Ali Hamdan²

Sekolah Tinggi An Najah Indonesia Mandiri Sidoarjo

E-mail: Lukkman008@gmail.com, alihamdan.sby@gmail.com

Abstrak, Banyaknya pertumbuhan lembaga keuangan di masyarakat menjadikan persaingan yang ketat terhadap jasa keuangan yang diperlukan masyarakat. Terjadinya persaingan yang ketat koperasi syariah harus menyusun strategi yang efektif agar menumbuhkan minat masyarakat dan kepercayaan akan jasa keuangan di masyarakat strategi promosi merupakan strategi yang penting dalam pengenalan produk koperasi syariah agar dapat dikenal oleh masyarakat. Jenis penelitian yang penulis gunakan adalah penelitian lapangan (*field research*) yang bersifat deskriptif kualitatif, sumber data yang digunakan adalah data primer dan sekunder sedangkan teknik pengumpulan data menggunakan observasi (mengamati kegiatan KSPPS Al-hasanah), wawancara (pengurus dan pengawas) dan dokumentasi (bukti pendukung yang di dapatkan di lapangan). Hasil penelitian menunjukan bahwa simpanan pokok, simpanan wajib, wadiah, wakaf, pembiayaan Ijarah multijasa dan murabahah telah sesuai dengan tuntunan fatwah DSN dan ekonomi islam dan pada pelaksanaannya tidak mengandung maisyir, gharar, haram, riba dan sebagainya. Strategi pemasaran yang dilakukan KSPPS Al-hasanah Entalsewu dalam meningkatkan minat anggota terhadap produknya strategi pemasaran konsep 7P (Produk, Promosi, Harga, Tempat, Proses, Orang, dan faktor pendukung) yang mana pada promosi sosialisasi dan edukasi berefektif terhadap peningkatan anggota yang mayoritas kurang akan pemahaman koperasi syariah dan produknya.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Produk, Minat Anggota

Abstract, The growth of financial institutions in the community makes intense competition for financial services needed by the community. The occurrence of intense competition in Islamic cooperatives must develop an effective strategy to promote public interest and trust in financial services in the community. Promotion strategy is an important strategy in introducing products in Islamic operations so that they can be recognized by the public. The type of research the author uses is descriptive qualitative field research, the data sources used are primary and secondary data, while the data collection techniques use observation (observing KSPPS Al-hasanah activities), interviews (administrators and supervisors) and documentation (supporting evidence obtained in the field). The results showed that principal savings, compulsory savings, wadiah, waqf, multi-service ijarah financing and murabahah were in accordance with the guidance of DSN fatwa and Islamic economics and did not contain maisyir, gharar, haram, usury etc. in their implementation. The marketing strategy carried out by KSPPS Al-hasanah Entalsewu in increasing the interest of members in its products is the marketing strategy of the 7P concept (Product, Promotion, Price, Place, Process, People, and Supporting Factors), which in promoting socialization and education is effective in increasing members who mostly lack understanding of Sharia cooperatives and their products.

Keybood: Marketing Strategy, Products, Interests of Member

PENDAHULUAN

Di era zaman yang semakin berkembang permintaan akan pemenuhan di sektor jasa lembaga keuangan semakin meningkat, hal ini mengakibatkan dibutuhkan lembaga-lembaga yang bergerak di sektor keuangan baik itu dari bank maupun non bank dalam pemenuhan jasa di sektor keuangan tentunya masyarakat memilih sektor jasa yang paling aman dan terpercaya dalam pemenuhan mereka. Dari transaksi simpan pinjam hingga transaksi lain yang berkaitan dengan berjalannya arus keuangan. Semakin banyaknya populasi masyarakat tentunya meningkatnya populasi agama Islam yang mana hal inilah yang menjadikan masyarakat ingin mengalirkan uang mereka di lembaga yang tentunya tak jauh dengan norma-norma agama seperti koperasi syariah.

Dalam peningkatan perekonomian masyarakat di setiap tahunnya menjadikan individu masyarakat mengatur keuangannya dengan secara cermat. Banyaknya keuangan yang berjalan di masyarakat akibat berkembangnya populasi serta perkembangan zaman menjadikan banyaknya pula lembaga-lembaga keuangan yang berdiri. Dengan banyaknya lembaga keuangan yang berdiri menjadikan persaingan antar lembaga keuangan guna memberikan kepuasan terhadap pemenuhan masyarakat di sektor keuangan. Banyak lembaga-lembaga keuangan bank maupun non bank yang bersifat konvensional yang berdiri tetapi kurangnya pendekatan dengan masyarakat oleh karena itu berdirilah lembaga keuangan syariah yang berdiri langsung di masyarakat agar dapat memberikan layanan sepenuhnya dalam permasalahan keuangan masyarakat (Fitriani, 2019).

Pada laporan perkembangan keuangan syariah Indonesia 2021 jumlah total aset keuangan syariah mencapai Rp2.050,44 Triliun dan porsi aset IKNB syariah dari keseluruhan jumlah aset sebesar 5,90%. Per Tahun 2021, jumlah aset IKNB syariah mencapai Rp120,883 Miliar dengan



pertumbuhan aset sebesar 3,90%(YOY).

Gambar 1. Total Aset IKNB Syariah (Miliar Rupiah)

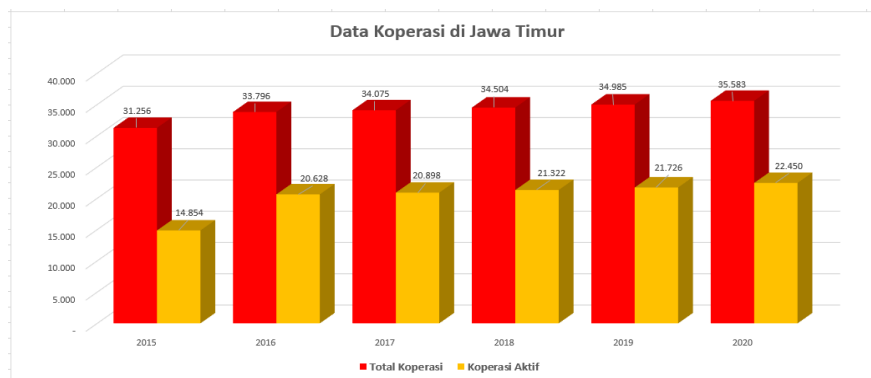
Meskipun market share IKNB Syariah masih terbilang lebih kecil dari sektor keuangan lainnya akan tetapi IKNB syariah tentunya akan berkembang dengan tingkat pertumbuhan yang stabil dan signifikan. Dalam hal ini dapat diperhatikan peningkatan pelaku usaha IKNB syariah akhir tahun 2021. Tercatat terdapat 207 pelaku usaha terdiri dari 113 perusahaan usaha full-fledged syariah dan 94-unit usaha syariah. Peningkatan ini berasal dari sektor perusahaan asuransi syariah, dana pensiun syariah, perusahaan penjamin syariah, dan lembaga keuangan mikro syariah (Icdx,n.d.).

Total Aset IKNB Syariah PerSektor



Gambar 2. Total Aset IKNB Syariah PerSektor

Banyaknya kebutuhan akan sektor jasa keuangan menjadikan pertumbuhan terhadap koperasi baik konvensional dan syariah. Setiap tahunnya baik konvensional maupun syariah mengalami kenaikan jumlah koperasinya seperti halnya grafik di bawah menunjukkan data koperasi aktif di Jatim pertahun, hal ini menunjukkan akan daya tarik masyarakat terhadap minat sektor jasa keuangan. Akan tetapi masyarakat masih belum mengerti akan perbedaan dua koperasi antara konvensional dan syariah karena dalam angan masyarakat kedua koperasi tersebut sama-sama bergerak di sektor jasa keuangan (Jatimprov,.n.d.).



Gambar 3 Data Dinas Koperasi dan UMKM Jatim Per 31 Januari 2021

Koperasi syariah yang berdiri langsung di masyarakat pada kenyataannya masih dianggap sama, dengan koperasi konvensional yang mana hal ini disebabkan kurangnya sosialisasi terhadap masyarakat akan pembeda koperasi syariah dengan konvensional. Tak hanya koperasi syariah yang berdiri di masyarakat akan tetapi koperasi konvensional juga banyak yang berdiri di masyarakat yang mengakibatkan pemahaman antara koperasi syariah dan konvensional sama saja. Dalam pemahaman masyarakat kegiatan antara kedua lembaga keuangan ini sama, yang mana sama-sama menyimpan dan meminjamkan uang padahal dalam kegiatan pembeda antara lembaga dapat dilihat dari segi pemberian pinjaman dan cara pelayanan agar konsumen menyelesaikan permasalahan keuangan tanpa beban lagi.

Berdirinya koperasi syariah merupakan hal yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat Indonesia khususnya masyarakat muslim di Indonesia karena lembaga ini prinsip dan operasional kegiatannya yang berpegang pada pedoman-pedoman syariat islam dan tentunya terhindar dari unsur *Maghrib (maisyr, ghoror, dan riba)*. Lembaga syariah merupakan hal yang dibutuhkan oleh masyarakat indonesia khususnya masyarakat islam di indonesia dapat di lihat dari pemerintah yang terwakilkan oleh MUI bahwasanya MUI melarang bunga pada bank karena

termasuk riba, dan didukung oleh masyarakat Indonesia yang mayoritas beragama Islam hal ini lah yang menjadikan landasan dalam setiap kegiatan transaksi keuangan atau muamalat harus diterapkan prinsip-prinsip syariah agama Islam agar segala kebutuhan dapat terpenuhi di sektor keuangan masyarakat Islam di Indonesia (Ekonomi Islam, 2017)

Koperasi syariah adalah wadah usaha yang berjalan di sektor simpan pinjam serta pembiayaan yang berpegang pada nilai-nilai syariah. Koperasi syariah juga merupakan tempat perkumpulan atau organisasi yang beranggotakan orang-orang yang bekerjasama dengan maksud mensejahterakan anggota dalam pembiayaan-pembiayaan di koperasi syariah untuk memenuhi masalah pembiayaan kebutuhan dan keuangan anggota atas prinsip kekeluargaan. Secara teknis koperasi syariah dapat dikatakan prinsip kegiatan, tujuan dan kegiatan usahanya berpedoman dalam al-Qur'an serta as-sunnah. Pengertian umumnya koperasi syariah adalah badan usaha yang menjalankan usahanya pada nilai-nilai syariah. Koperasi syariah memiliki unit produktif simpan pinjam, oleh karena itu seluruh operasional dan produknya harus dilakukan dengan berpedoman kepada fatwa-fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN), Majelis Ulama Indonesia (MUI). Oleh karena itu, koperasi syariah tidak diperbolehkan berjalan dalam bidang-bidang yang terdapat unsur-unsur riba, maysir, dan gharar (Suhendi, 2002).

Koperasi syariah merupakan wadah perkumpulan anggota yang berlandaskan dengan sistem kekeluargaan, kebersamaan, keadilan, dan kesejahteraan bersama. Lembaga ini merupakan tempat kerjasama, kemitraan kekeluargaan, dan kebersamaan usaha yang baik dan halal, lembaga yang seperti ini sangat dipuji dalam Islam sebagaimana firman QS. Al-Maidah ayat 2 :

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Terjemahan: "Dan tolong-menolonglah kamu dalam kebaikan dan taqwa, dan janganlah kamu tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kepada Allah sesungguhnya Allah amat berat siksaannya". Bahkan nabi Muhammad SAW.

Tidak hanya mengizinkan, melainkan memberikan tuntunan dalam haditsnya yaitu hadits Qudsi, *"Aku (Allah) merupakan pihak ketiga yang menyertai (untuk menolong dan memberkati) kemitraan antara dua pihak, selama salah satu pihak tidak mengkhianati pihak lainnya. Jika salah satu pihak telah melakukan pengkhianatan terhadap mitranya, maka Aku keluar dari kemitraan tersebut."*

(Abu Daud dan Hakim). Beliau juga bersabda,

"Allah akan mengabulkan doa bagi dua orang yang bermitra selama di antara mereka tidak saling mengkhianati." (Al-Bukhari).

Maka tak heran koperasi syariah merupakan suatu kumpulan yang sangat baik di Islam yang mana dalam tuntunan segala kegiatannya berpegang teguh dalam firman Allah SWT dan Hadis Nabi Muhammad SAW (Al-Hikmah, 2011).

Koperasi syariah merupakan koperasi yang berjalan dalam pendirian nilai agama. Indonesia merupakan negara yang banyak berdirinya koperasi syariah di setiap daerah. Dalam berdirinya koperasi syariah dan berjalanya kegiatan koperasi syariah dinaungi langsung oleh sejumlah Regulasi dari kementerian koperasi dan UKM (KEMENKOP UKM) RI. Seperti halnya dalam perizinan usaha untuk koperasi simpan pinjam dan pembiayaan syariah (KSPPS) dan unit simpan pinjam pembiayaan syariah (USPPS) ditata dalam peraturan menteri koperasi dan UKM nomor 5 tahun 2019. Dalam pembeda koperasi syariah dengan konvensional yakni dari kegiatan simpan pinjam nya, yang mana dalam simpan pinjam koperasi konvensional terdapat bunga yang mana dalam agama Islam bunga diharamkan. Akan tetapi dalam koperasi syariah ini bunga diubah menjadi sistem bagi hasil agar tidak memberatkan kedua belah pihak yang mana koperasi syariah juga memberikan potongan pengembalian Dana apabila peminjam mengalami kerugian ketika menjalankan usahanya.

Koperasi syariah merupakan unit usaha yang mana dalam satu tujuannya agar tidak memberatkan anggota ketika melakukan setiap pinjaman di koperasi syariah. Terdapat beberapa faktor pembeda antara koperasi syariah dengan konvensional yaitu dari faktor pembiayaan, aspek pengawasan dan penyaluran produk. Dari faktor pembiayaan yang menjadikan pembeda antara koperasi syariah dengan konvensional ialah pada koperasi syariah sistem yang diterapkan merupakan sistem bagi hasil yang mana sistem ini memberikan kemudahan bagi nasabah seperti halnya ketika nasabah mengalami kerugian biaya yang dikembalikan bisa di potong sedang dalam koperasi konvensional sistem yang digunakan yaitu bunga yang mana ini sangat memberatkan nasabah yang mana tanggungan yang terus bertambah.

Pembeda selanjutnya yaitu dari aspek pengawasan yang mana dalam koperasi syariah kegiatan dan penyaluran Dana terdapat pengawasan di setiap kegiatannya agar tetap berjalan sesuai pedoman syariah. Bahkan dalam pengawasan koperasi syariah diawasi langsung oleh Dewan Pengawas Syariah (DPS). Sedang koperasi konvensional dari setiap kegiatan dan penyaluran dananya di awasi oleh anggotanya langsung hal ini yang menjadi pembeda antara koperasi syariah dengan konvensional dari aspek pengawasan. Penyaluran produk menjadi pembeda selanjutnya antara koperasi syariah dengan konvensional yang mana pada koperasi syariah tidak mengkreditkan barangnya maka dari itu transaksi jual beli seperti halnya akad murabahah berlaku di koperasi ini. Dalam koperasi syariah uang dan barang yang dipinjamkan tidak dibebankan bunga, melainkan sistem bagi hasil yang mana jika nasabah mengalami kerugian maka nasabah dapat potongan ketika pengembalian dananya. Sedang koperasi konvensional dalam penyaluran produknya tidak mau menanggung barang atau uang yang telah digunakan oleh nasabah ketika mengalami kerugian. Dalam pengembalian harus sesuai dengan peminjaman yang awal oleh karena itu konvensional lebih cenderung memberatkan nasabahnya (Dewi & Ani, 2018)

Koperasi keuangan syariah merupakan lembaga keuangan yang segala kegiatannya harus berjalan sesuai pada nilai-nilai syariah dan harus terhindar dari *Riba*, karena pada awal pendiriannya merupakan suatu perintah dari Allah SWT dalam bidang ekonomi dan melayani masyarakat di era modern ini. Dalam pemberian pinjaman pada masyarakat antara koperasi syariah dengan konvensional menjadi pembeda minat masyarakat yang mana pada konvensional, limit dalam pinjaman lebih banyak sedang koperasi syariah tak hanya meringankan masyarakat ketika mengembalikan pinjaman tetapi dalam bidangnya tetap pada pedoman-pedoman syariat islam hal ini yang menjadikan perbedaan minat memilih antara koperasi syariah dengan koperasi konvensional (Burhanudin, 2012).

Strategi pemasaran merupakan hal yang paling mendasar dalam suatu perusahaan karena dapat mencapai tujuan dan dapat mengalami keuntungan yang diharapkan ketika strategi pemasaran yang dipilih tepat. Strategi pemasaran merupakan rancangan untuk mengenal produk dan jasa dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan yang diharapkan. Usaha yang dilakukan perusahaan untuk mengenalkan produknya ke konsumen merupakan rancangan strategi pemasaran agar konsumen menjadi pelanggan tetap dan layanan brand. Menurut Management Study Guide, Strategi pemasaran adalah rencana keseluruhan perusahaan untuk menjangkau calon pelanggan dan mengubah mereka menjadi konsumen tetap dalam memilih produk perusahaan (Kompas, 2022).

Minat adalah suatu keinginan yang muncul pada individu tanpa adanya paksaan dari orang lain supaya mencapai suatu tujuan tertentu. Minat merupakan kecenderungan suka atau senang pada suatu objek atau aktivitas tanpa ada pengaruh dari orang lain. Minat lebih dikenal dengan pemakaian atau pembelian barang dan jasa. Pemilihan pembelian merupakan suatu kegiatan pengambil keputusan atas dalam melakukan kegiatan pembelian yang akan dipilih atau yang tidak di pilih untuk di beli. Keputusan itu merupakan didasarkan dari kebutuhan dan Dana awal yang dimiliki (Sofian, 2011).

Minat dapat tumbuh di sebabkan adanya motif yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya dalam menggunakan suatu pelayanan jasa, dapat dilihat dari uraian minat menjadikan suatu evaluasi mengetahui yang dirasa diinginkan oleh masyarakat terhadap jasa keuangan ini sebagai pengambil keputusan dalam memilih mana yang terbaik. Adanya minat dalam pemilihan masyarakat maka terdapat faktor- faktor yang mempengaruhi hal tersebut antara lain Faktor budaya dan Faktor sosial (Imam,2011).

Dari uraian latar belakang diatas dan survey yang pernah dilakukan oleh peneliti, Permasalahan yang ada di Koperasi simpan pinjam dan pembiayaan syariah (KSPPS) Al-khasana Desa Entalsewu Sidoarjo maka penulis tertarik meneliti Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Anggota Untuk Memilih Produk Di Koperasi Simpan Pinjam Dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) Al-hasanah Desa Entalsewu Sidoarjo agar anggota di koperasi syariah Al-hasanah Desa Entalsewu Sidoarjo dapat memilih jasa lembaga keuangan yang sesuai ajaran pedoman syariat Islam. Tentunya agar mengetahui tindakan yang dilakukan koperasi syariah Al-Khasanah Desa Entalsewu Sidoarjo strategi pemasarannya dalam meningkatkan anggota untuk memilih produknya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yang mana penelitian lakukan di KSPPS Al-Hasanah Desa Entalsewu Sidoarjo. Penulis mengolah data dengan pendekatan kualitatif yaitu penelitian yang menggambarkan fenomena yang terjadi di lapangan sebagaimana adanya sesuai dengan kenyataan yang ada. Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan dalam pengumpulan data mencakup data primer dan data sekunder. Sumber data primer yaitu sumber data utama yang penulis dapatkan melalui pengumpulan data secara langsung dari sumber atau tempat objek penelitian dilakukan dengan metode wawancara. Dalam penelitian ini adalah pengurus koperasi dan pengawas yang menjadi sumber utama bagi penulis. Sumber data sekunder penulis gunakan pada penelitian ini yaitu sumber pustaka baik dari buku dan internet. Dari sumber data tersebut, peneliti mendapatkan informasi yang benar dan valid terkait produk yang akan diteliti oleh peneliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Implementasi Produk KSPPS Al-Hasanah Desa Entalsewu Sidoarjo

a. Simpanan Wajib

KSPPS Al-Hasanah mempunyai simpanan yang harus dilakukan oleh seluruh anggota atau calon anggota yang mana simpanan ini merupakan simpanan wajib yang disetorkan setiap satu bulan sekali sebesar Rp. 10.000. pada pembagian hasil simpanan ini dibagikan tidak berupa uang akan tetapi berupa Ziarah bersama anggota dan pengurus yang dilakukan setiap satu tahun sekali (Kasmunik, Komunikasi pribadi, 25 Mei 2023).

Dari hasil analisis penulis di KSPPS Al-Hasanah dalam simpanan ini anggota menyetorkan uang setiap 1 bulan sekali terhadap pengurus koperasi pada saat pertemuan bulanan Fatayat yang mana masuk dalam buku modal simpanan wajib untuk digunakan setiap RAT di akhir tahun dan nantinya bagi hasil yang diberikan tidak berupa uang akan tetapi Ziarah bersama.

Dalam pengaturan oleh pengurus simpanan ini dapat berubah sewaktu-waktu dikarenakan usulan dari para pengurus ketika perekonomian mengalami kenaikan dengan kesepakatan bersama, hal ini sudah tepat dengan pedoman koperasi syariah dan fatwah DSN 02/DSN-MUI/IV/2000 yang mana simpanan merupakan simpanan dana dengan Syarat-syarat tertentu

yang telah disepakati bersama.

b. Simpanan Pokok

Simpanan pokok merupakan simpanan yang diharuskan menyetor dana bagi calon anggota baru sebagai modal kegiatan operasional KSPPS Al-Hasanah. Besar dari simpanan ini ditentukan oleh pengurus KSPPS Al-Hasanah sebesar Rp.50.000. dari hasil analisis di KSPPS Al-Hasanah. Analisis peneliti pada perekrutan anggota koperasi KSPPS Desa Entalsewu Sidoarjo anggota harus memenuhi syarat yang harus dipenuhi oleh anggota syarat yang paling utama merupakan anggota fatayat ranting Desa Entalsewu karena ruang lingkup koperasi ini hanya sampai di anggota fatayat yang berjumlah kurang lebih 200 orang (Iswati, Komunikasi pribadi, 25 Mei 2023).

Proses Implementasi produk koperasi syariah dalam produk pinjaman yaitu, anggota baru yang ingin meminjam di koperasi syariah minimal harus 3 bulan menjadi anggota untuk mengajukan pinjaman dan tenor yang diberikan minimal 500.000 hal ini dilakukan agar koperasi tidak salah dalam menganalisis anggota untuk diberikan pembiayaan oleh koperasi dan tidak adanya fenomena keterlambatan ketika pembayaran setiap bulan nya. Pada simpanan ini sudah tepat dengan pedoman koperasi syariah dan fatwah DSN 02/DSN-MUI/IV/2000 yang mana simpanan merupakan simpanan dana dengan Syarat-syarat tertentu yang telah disepakati bersama.

c. Simpanan Wadiah

Simpanan *Wadiah* pada KSPPS Al-Hasanah ini ditujukan bagi anggota yang ingin menyimpan uangnya sebagai modal operasional koperasi akan tetapi dalam pengambilan simpanan ini bisa kapan saja ketika si peminjam ingin mengambil. Pada hasil analisis wawancara dengan Ibu Kasmunik selaku ketua pengurus simpanan wadiah merupakan simpanan murni anggota yang dapat ditarik sewaktu-waktu anggota membutuhkan (Kasmunik, Komunikasi pribadi, 25 Mei 2023)

Dalam hal ini akad *Wadiah* didasari dengan Fatwa DSN NO:02/DSN-MUI/IV/2000 yang menentukan tentang tabungan. Dalam analisis yang telah dilakukan oleh peneliti bahwasanya pada simpanan wadiah ini tidak wajib bagi seluruh anggota karena pada simpanan ini anggota yang menyimpan di *Wadiah* bebas mengambil hasil simpanan kapan pun jika diperlukan dengan kesepakatan pengurus dan mendatangi langsung ke pengurus KSPPS Desa Entalsewu Sidoarjo.

d. Simpanan Wakaf

Simpanan *Wakaf* yang ada di KSPPS Desa Entalsewu Sidoarjo merupakan kontribusi dari anggota dengan nominal yang bebas dan tidak memberatkan anggota, karena dana ini diberikan anggota koperasi sebagai tambahan dana operasional koperasi agar koperasi dapat menjalankan setiap program kerjanya dengan baik. Akan tetapi apabila koperasi mengalami penutupan atau gulung tikar maka nantinya dana ini akan dibagikan kepada Yatim dan Dhuafa (Kasmunik, Komunikasi pribadi, 25 Mei 2023).

Hasil analisis terkait wakaf di KSPPS Al-Hasanah sesuai dengan Fatwa DSN 106/DSN-MUI/X?2016 mengenai Wakaf merupakan menahan harta untuk dimanfaatkan dan hasilnya disalurkan dengan yang mubah kepada penerima manfaat.

e. Pembiayaan *Ijarah* Multi Jasa

Pembiayaan *Ijarah* Multi Jasa di KSPPS Al-Hasanah merupakan pembiayaan yang diajukan anggota koperasi guna memenuhi kebutuhan sektor keuangan pembiayaan hidup KSPPS Al-Hasana Desa Entalsewu Sidoarjo menerapkan pembiayaan Akad *Ijarah* Multi Jasa, yang mana hal ini merupakan pembiayaan di sektor jasa seperti pembiayaan uang SPP, Pembiayaan uang saku Umroh, Dll mengenai jasa (Iswati, Komunikasi pribadi, 25 Mei 2023).

Dari hasil analisis terkait pembiayaan *Ijarah* Multi Jasa sudah sesuai dengan Fatwah DSN-MUI Nomor 44 Tahun 2004 Tanggal 28 April 2004 terkait pembiayaan *Ijarah* multijasa. Pada Fatwah tersebut tidak terdapat penjelasan operasional pembiayaan multijasa, akan tetapi secara tersirat melihatkan pertimbangan sosialisasi bahwasanya pembiayaan *Ijarah* multi jasa merupakan pembiayaan yang dilakukan oleh KSPPS Al-Hasanah Desa Entalsewu Sidoarjo terhadap anggotanya dalam memperoleh manfaat atas suatu jasa.

f. Pembiayaan *Murabahah*

Pembiayaan *Murabahah* merupakan pembiayaan yang dibuat oleh KSPPS Al-Hasanah terhadap pembiayaan suatu barang oleh anggota yang mana Ketika anggota mengajukan barang yang akan dibeli, dapat mendatangi langsung ke pengurus dengan meminta pendampingan pembayaran barang yang akan dibeli dan langsung menentukan jumlah kesepakatan cicilan yang akan dibayar oleh anggota selama beberapa bulan dengan tenor yang disepakati (Kasmunik, Komunikasi pribadi, 25 Mei 2023).

Anggota baru tidak diperbolehkan meminjam untuk pembiayaan barang melewati tenor yang diberikan sebesar Rp. 500.000 dikarenakan harus menjadi anggota selama 3 bulan agar dapat tenor yang dapat melebihi kesepakatan pengurus Koperasi dan apabila mengajukan pinjaman dengan nominal 5 juta keatas maka anggota harus mengisi form yang disediakan koperasi dan bermaterai serta mendapat persetujuan keluarga. Dari hasil analisis peneliti terkait pembiayaan *Murabahah* di KSPPS Al-Hasanah ini sudah sesuai dengan fatwa DSN MUI NO:04/DSN-MUI/2000 yang mana pihak KSPPS membeli barang yang diajukan anggota mengatasnamakan nama KSPPS Al-Hasanah yang sah dan terhindar dari riba.

Maka dari hasil analisis Pada implementasi atau penerapan terhadap akadnya di KSPPS Al-Hasanah tidak ada unsur maisyir, gharar, haram, *riba* yang penulis temukan. Dalam pelaksanaan akad *murabahah* pada KSPPS Desa Entalsewu Sidoarjo juga sudah memenuhi rukun syarat dan prinsip *murabahah*, karena hal tersebut akan menentukan sah atau tidaknya akad.

2. Strategi pemasaran dalam meningkatkan minat produk Koperasi simpan pinjam dan pembiayaan syariah (KSPPS) Al-Hasanah desa entalsewu sidoarjo

Menurut *Chandra* strategi pemasaran merupakan proses usaha menjelaskan, apa yang diharapkan perusahaan dalam kegiatan mengenalkan produk agar menjadi apa yang diinginkan oleh konsumen di pasar tertentu. Program pemasaran berkaitan dengan segala perilaku perusahaan yang dapat mempengaruhi peningkatan jumlah permintaan produk. Dalam program pemasaran kegiatan peningkatan permintaan produk dapat dilakukan dengan mengubah harga produk, mengubah cara promosi produk yang lebih menarik, menentukan jalur distribusi yang lebih menguntungkan, dan mengikuti arus keinginan konsumen yang terbaru (Dimas, 2015).

Strategi pemasaran yang dibutuhkan merupakan strategi konsep 7P (*marketing mix*). Konsep 7P (*marketing mix*) merupakan suatu hal yang sangat diperlukan oleh perusahaan dalam mencapai target pemasaran suatu perusahaan. Strategi pemasaran dalam meningkatkan minat anggota untuk memilih produk KSPPS Al-Hasanah melakukan upaya strategi dengan konsep 7P.

a. Produk (*Product*)

Menurut *Philip Kotler* Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan di pasar agar dapat dijadikan perhatian, dibeli, dipergunakan, dan dikonsumsi yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen (Arif,2018). Berkaitan dengan produk yang diinginkan nasabah membutuhkan produk yang sesuai akan kebutuhan anggota. Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Kasmunik selaku ketua pengurus bahwasanya produk yang dikeluarkan KSPPS Al-Hasanah merupakan produk yang dibutuhkan oleh anggota yang mayoritas Ibu-ibu rumah tangga (Kasmunik, Komunikasi pribadi,25 Mei 2023).

KSPPS Al-Hasanah memiliki produk simpanan dan pembiayaan yang mana produk simpanan meliputi: simpanan wajib, simpanan pokok, simpanan *Wadiah*, simpanan *wakaf*, terkait pembiayaan di KSPPS Al-Hasanah terdapat pembiayaan *Ijarah* multi jasa dengan *Murabahah*. Tenor yang diberikan pada anggota baru terhadap pembiayaan KSPPS Al-Hasanah sebesar Rp. 500.000 dengan margin minimal 10% dan lama cicilan yang telah disepakati bersama.

b. Promosi (*Promotion*)

Menurut Kotler dan Keller promosi merupakan susunan dalam melakukan pemasaran yang terdiri dari koleksi alat intensif, sebagian besar jangka pendek yang disusun agar konsumen melakukan pembelian atas produk dan jasa (Kotler & Keller, 2009). Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan peneliti terkait beberapa strategi pemasaran yang dilakukan KSPPS Al-Hasanah terdapat strategi pemasaran yang tepat yaitu dengan melakukan promosi sosialisasi dan edukasi.

Di Setiap tahunnya mengalami peningkatan anggota karena kesadaran akan baiknya koperasi syariah dan produknya. Pada tahun 2020 jumlah anggota mengalami penurunan bukan karena kurangnya strategi pemasaran akan tetapi anggota yang sudah meninggal banyak di KSPPS Al-Hasanah yang disebabkan COVID-19.

Minimnya literasi dan pemahaman anggota menjadikan kurangnya pemahaman akan keuntungan yang didapat terkait manfaat koperasi syariah dan produknya di dunia dan akhirat. Sosialisasi dan edukasi terhadap anggota dilakukan dengan cara memberikan penyuluhan dan wawasan oleh pengurus maupun mengadakan pembelajaran dari eksternal KSPPS Al-Hasanah (Kasmunik, Komunikasi pribadi,25 Mei 2023).

c. Harga (*Price*)

Menurut Kotler dan Keller harga merupakan biaya yang dikeluarkan konsumen terhadap barang yang ditawarkan. Ketika produk memiliki harga yang rendah, maka produk yang dapat dimanfaatkan oleh lebih banyak konsumen, sedangkan harga yang tinggi akan menarik pelanggan yang mencari eksklusivitas. (Nurul,2021) Dalam analisis terhadap KSPPS Al-Hasanah bahwa dalam harga yang ada di sini berupa margin cicilan pembiayaan setiap bulanya. Margin yang diberikan oleh KSPPS Al-Hasanah minimal 10% setiap pengajuan pembiayaan dan bisa lebih melihat pengajuan pembiayaan yang diajukan (Yayuk, Komunikasi pribadi, 25 Mei 2023).

d. Tempat (*Place*)

Tempat koperasi merupakan suatu yang penting bagi koperasi karena tempat yang dapat di jangkau anggota dan tidak jauh ketika anggota mengajukan pembiayaan menjadi daya tarik anggota. Lokasi harus dapat ditemukan konsumen, menggunakan, mengakses atau membeli produk yang disediakan. Selain berbentuk lokasi fisik seperti toko, kantor, pabrik, atau gudang, saat ini unsur place juga dapat berbentuk digital seperti media sosial, market place, website, dan lain-lain (Kemenkop Ukm,n.d).

Dari hasil analisis tempat KSPPS Al-Hasanah terletak di Desa Entalsewu Sidoarjo, RT.

12 RW. 03 Kec. Buduran Kab.Sidoarjo yang terletak di rumah Ibu Kasmunik selaku ketua Pengurus. Tempat koperasi ini memudahkan anggota ketika mengajukan pembiayaan yang mana masih satu desa.

e. Proses (*Process*)

Proses menurut Lupiyoadi merupakan penggabungan kegiatan umum yang terdiri berupa prosedur, jadwal, pekerjaan, mekanisme, aktivitas, dan lain-lain yang mana jasa dihasilkan dan disampaikan kepada konsumen. (Lupiyouda,2006) Dari hasil analisis wawancara dengan Ibu Kasmunik dalam proses pengajuan di KSPPS Al-Hasanah ini lebih mengutamakan kegampangan anggota yang ingin mengajukan pembiayaan karena kebutuhan anggota dalam pembiayaan merupakan hal yang paling diutamakan.

Pada proses pengajuan pembiayaan anggota mengajukan pengurus dengan membawa kwitansi barang atau tagihan setelah membawa barang kwitansi kesepakatan akan berapa lama dan besar cicilan setiap bulannya disepakati bersama jika melebihi tenor yang diberikan harus mengisi surat dari koperasi yang bermaterai dan harus mendapat persetujuan dari pihak keluarga. (Kasmunik, Komunikasi pribadi,25 Mei 2023).

f. Orang (*People*)

Menurut pendapat Nirwana orang merupakan pemegang dalam menentukan atau pelaku pelayanan terhadap konsumen selama pembelian produk (Christine & Wiwik,2018). Dari hasil analisis pengurus KSPPS Al-Hasanah menganut unsur kekeluargaan dalam menangani pengajuan pembiayaan anggota karena kebutuhan anggota dalam pembiayaan merupakan hal yang paling diutamakan. Oleh karena itu keramahaan dan kegampangan pengajuan pembiayaan anggota menjadikan anggota merasa minat terhadap produk KSPPS Al-Hasanah.

g. Fasilitas pendukung (*Physical Evidence*)

Menurut pendapat Hezer dan Render fasilitas pendukung merupakan kondisi barang atau tempat suasana. Lingkungan yang berkarakteristik merupakan yang paling terlihat dengan suatu kondisi, situasi (Hezeri & Render,2006). Dari hasil analisis KSPPS Al-Hasanah fasilitas pendukung masih minim dan belum lengkap karena minimnya modal KSPPS Al-Hasanah yang difokuskan ke pembiayaan anggota.

Tujuan strategi pemasaran yang dilakukan oleh KSPPS Al-Hasanah Desa Entalsewu Sidoarjo untuk meningkatkan anggota dalam memilih produk KSPPS Al-Hasanah maka dilakukan Upaya-upaya yang dirasa tepat akan tetapi hal tersebut masih belum mampu meningkatkan minat yang besar pada anggota dalam memilih produk KSPPS Al-Hasanah.

Pada tahun 2016 sampai 2019 anggota KSPPS Al-Hasanah mengalami peningkatan meskipun tidak banyak. pada tahun 2020 anggota di KSPPS Al-Hasanah mengalami penurunan yang banyak disebabkan pandemi COVID-19 anggota banyak yang meninggal. Setelah 2021 sampai 2022 peningkatannya terjadi lagi meskipun tidak terlalu banyak. Jumlah anggota berpengaruh dalam pembiayaan di KSPPS Al-Hasanah ini karena semakin banyak anggota modal jadi semakin banyak dan KSPPS Al-Hasanah dapat berkembang dengan cepat.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan strategi pemasaran KSPPS Al-Hasanah Desa Entalsewu Sidoarjo yang telah diuraikan, maka kesimpulan yang diperoleh dengan hasil penelitian sebagai berikut:

1. Implementasi produk KSPPS Al-Hasanah Desa Entalsewu Sidoarjo, Dalam produk

simpanan pokok dan simpanan wajib sudah sesuai menurut ekonomi islam yang mana nominal yang diberikan terhadap anggota sesuai dengan kesepakatan antar anggota dan pengurus. Dalam produk simpanan *wadiah* yang ada di KSPPS Al-hasanah Entalsewu Sidoarjo sudah sesuai dengan ekonomi islam dan Fatwah DSN yang mana pada simpanan wadiah ini tidak wajib bagi seluruh anggota karena pada simpanan ini anggota yang menyimpan di *Wadiah* ini bebas mengambil hasil simpanan kapan pun jika diperlukan. Pada simpanan *Wakaf* sudah sesuai menurut ekonomi islam yang mana ketika mengalami penutupan diberikan ke yang mampu. Produk KSPPS Pinjaman *Ijarah* multi jasa sudah sesuai Ekonomi Islam dan Fatwah DSN akan tetapi dalam penyalurannya peneliti melihat penggunaan dua transaksi dalam satu akad yaitu sebagai biaya usaha anggota. Kemudian dalam implementasi produk KSPPS Al-Hasanah sudah sesuai dengan ekonomi islam dan Fatwah DSN karena dalam pelaksanaan tidak ada *maisyr*, *gharar*, *haram*, *riba* dan sebagainya.

2. Strategi pemasaran yang dilakukan KSPPS Al-hasanah Desa Entalsewu Sidoarjo menggunakan strategi pemasaran konsep 7P (Produk, Promosi, Harga, Tempat, Proses, Orang, dan faktor pendukung) yang mana pada promosi sosialisasi dan edukasi berefektif terhadap peningkatan anggota yang mayoritas kurang akan pemahaman koperasi syariah dan produknya. Strategi pemasaran yang dianggap merupakan kurangnya dari fasilitas pendukung karena dana yang difokuskan untuk pembiayaan anggota menjadikan pengadaan dana fasilitas pendukung tertinggal.

DAFTAR PUSTAKA

- An-Nabiry, Fathul Bahri. *Meniti Jalan Dakwah bekal Perjuangan Para Da'i*. Jakarta: AMZAH, 2008.
- AN Nabula, Apa Itu Marketing Mix? Mengenal Konsep 4P dan 7P. *SMEsta*, <https://smesta.kemenkopukm.go.id/apa-itu-marketing-mix-mengenal-konsep-4p-dan-7p/>, diakses 12 Februari 2023.
- Arif Hidayat. *Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Minat Nasabah Dalam Memilih Produk Bmt Mandiri Abadi Syariah*. Jogjakarta: Adimapress, 2018.
- Arikunto. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta. Nitisusastro, 2013.
- Berbagi Ilmu Belajar Ilmu Ekonomi Islam, <https://ekonomiislam2017.wordpress.com/2017/07/01/pengertian-lembaga-keuangan-syariah-dalam-sistem-ekonomi-islam/>. diakses 12 desember 2022.
- Burhanuddin Susanto. *Koperasi syariah dan pengaturannya di Indonesia*. Malang: UIN-Maliki Press), 3, 2013.
- Christine & Wiwik Budiawan. *Analisis Pengaruh Marketing Mix 7P Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Pada House Of moo Semarang)*. Semarang: Universitas Diponegoro, 2018.
- Dewi Agustiya Ningsih dan Ani Hayatul Masruroh. Analisis Perbandingan Sistem Pemberian Kredit Pada Koperasi Syariah Dan Koperasi Konvensional. (*Jurnal peta 3, no. 1*) 12, 2018.
- Dimas Hendika Wibowo dan Zainul Arifin. Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 29, 60, 2015.
- Dinas Koperasi Dan UMKM Provinsi Jawa Timur, *Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Jawa Timur*, https://diskopukm.jatimprov.go.id/info/avatar_diskopukm.jpg. diakses 31 Mei 2023.
- Fitriani, Fitriani. Minat Menabung Masyarakat Pada Koperasi Syariah dan BRI Konvensional di Singki Kabupaten Enrekang. *Jurnal Undergraduate, IAIN Parepare*, 2019.

- H. Hendi Suhendi. *Fiqih Muamalah*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002.
- Hezeri, Render. *Manajemen Operasi*. Jakarta: Salemba Empat, 2006.
- Imam Wahyudi. Strategi Koperasi Syariah Dalam Menarik Minat Nasabah, *jurnal Akademika* 13, no. 02, 7, 2019.
- Industri Keuangan Non-Bank Syariah Di Indonesia, Industri Keuangan Non-Bank Syariah di Indonesia, <https://www.icdx.co.id/news-detail/:category?/:slug?> diakses 22 Mei 2023.
- Al Hikmah. *Koperasi Dalam Islam*. Stid Di Al-Hikmah, Jakarta: Alhikmah press, 2011,
- Kotler & Keller. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2009.
- Lupiyoadi. *Manajemen Pemasaran Jasa, Teori Praktik*. Jakarta: Salemba Empat Press, 2006.
- Mulyadi. *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Nurul Arifka: Penerapan Strategi Bauran Pemasaran 7P Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Pada Sambil Layah Arcawinangun, Purwokerto: *Journal Institut Agama Islam Negeri Purwokerto*, 2021.
- Nurul Huda, Muhammad Heykal. *Lembaga Keuangan Islam Tinjauan Teoritis Dan Praktis*. Jakarta: Prenada Media Group, 2010.
- Rosyidah, Norma. Peningkatan Kapasitas Financial Reports KSPPS Az-Zahra Wonoayu Sidoarjo Melalui Pendekatan Community Based Research. *Proceedings of Annual Conference on Community Engagement* Volume 3 halaman 355-366, 2022.
- Savitri, Fania Mutiara. Strategi Manajemen Bisnis Henry Mintzberg Pasca Pandemi Covid-19 (Pendekatan Pembelajaran Sosial di Toko Ali Murah Madinah), *Jurnal Internasional Pembelajaran Sosial*, 2010.
- Soemitra, Andi. *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Kencana, 2010.
- Sofjan Assauri, M.B.A. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2011.