

BAB IV

A. Strategi Pemasaran Produk Simpanan *Mudārabah* Pendidikan Koperasi Jasa Keuangan Syariah Harapan Surabaya

Strategi pemasaran pada dasarnya memberikan arah dalam kaitanya dengan variabel-variabel seperti segmentasi pasar, identifikasi pasar sasaran, positioning, dan elemen bauran pemasaran. Strategi pemasaran sangat diperlukan oleh suatu organisasi maupun perusahaan khususnya pada lembaga keuangan syariah yaitu Koperasi Jasa Keuangan Syariah Harapan Surabaya. Untuk mencapai suatu tujuan dan agar dapat bersaing dengan lembaga keuangan lainnya, maka Koperasi Jasa Keuangan Syariah memerlukan strategi pemasaran dalam memasarkan produknya. Salah satu produk yang ada di Koperasi Jasa Keuangan Syariah Harapan Surabaya dan merupakan produk unggulan yang dimiliki oleh Koperasi Jasa Keuangan Syariah Harapan Surabaya adalah produk Simpanan *Mudārabah* Pendidikan.

Produk Simpanan *Muḍārabah* Pendidikan atau biasa disebut dengan sebutan SIMUDA adalah produk simpanan khusus untuk anak usia sekolah yang penyetoranya dan pengambilanya diutamakan untuk kebutuhan sekolah. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Koperasi Jasa Keuangan Syariah Harapan Surabaya dalam memasarkan produk Simpanan *Muḍārabah* Pendidikan (SIMUDA) meliputi :

1. Segmentasi pasar.

Segmentasi pasar merupakan tindakan membagi sebuah pasar kedalam kelompok-kelompok konsumen yang berbeda. Dasar dalam pasar konsumen terdiri dari beberapa variabel yaitu geografi, demografi, psikografi dan behavioristik. Dalam pengaplikasiannya, Koperasi Jasa KJKS Harapan melakukan segmentasi pasarnya dengan beroperasi dalam ruang lingkup umum diseluruh wilayah area surabaya, khususnya pada wilayah area sekitar KJKS Harapan yang berada di daerah Semolowaru.

Konsumen yang menjadi tolak ukur KJKS Harapan dalam memasarkan produknya yaitu mencakup seluruh golongan masyarakat tanpa membedakan kelompok sosial tertentu. Dalam hal ini produk KJKS Harapan terbuka untuk seluruh masyarakat dan pihak KJKS siap untuk melayani kebutuhan masyarakat terutama pada masyarakat menengah kebawah yang difokuskan pada kebutuhan untuk pendidikan anak sekolah usia dini pada tingkatan PAUD, TK, dan SD. Hal utama yang menjadi alasan KJKS Harapan dalam mensegmentasi pasarnya kedalam kelompok tersebut adalah terbukanya peluang yang sangat besar dalam melakukan pemasaran produk Simpanan *Mudārabah* Pendidikan.

Hal yang menjadi nilai tambah bagi pihak KJKS Harapan adalah dengan menerapkan sistem kepercayaan. KJKS Harapan menerapkan sistem kepercayaan tersebut dengan tujuan agar menumbuhkan rasa saling percaya dan untuk membuktikan bahwa, tidak ada unsur penipuan dalam kegiatan pemasaran tersebut. Sehingga dapat menciptakan

Pertama segmentasi geografi: berdasarkan ruang lingkup wilayah, KJKS Harapan mensegmentasi pasarnya pada seluruh wilayah area Surabaya, diantaranya yaitu area Surabaya barat: Lakarsantri, Surabaya timur: Keputih, Gunung Anyar, Surabaya utara: Perak, Tanjung Pinang, Surabaya selatan: Pagesangan, Jambangan, dan khususnya wilayah area sekitar KJKS Harapan Surabaya daerah Semolowaru. Kedua, segmentasi demografi: berdasarkan usia, jenis kelamin, pendapatan, agama, ras, dan lain-lain, KJKS Harapan mensegmentasi pasarnya pada seluruh masyarakat umum, khususnya pada orang tua yang mensekolahkan anaknya pada tingkatan TK maupun SD. Ketiga, segmentasi psikografi: berdasarkan kelas sosial, KJKS Harapan mensegmentasi pasarannya pada seluruh kelompok masyarakat tanpa membedakan kelas sosial, khususnya pada kelompok kelas menengah kebawah. Keempat, segmentasi behavioristik: berdasarkan perilaku, dan sikap, KJKS Harapan mensegmentasi pasarnya pada seluruh masyarakat dilihat dari segi perilaku dan keseharian masyarakat. KJKS Harapan memilih calon nasabah dilihat dari perilaku dan sikap serta kehidupan kesehariannya.

Segmentasi pasar sudah ada pada masa Nabi Muhammad saw. Dimana pasar yang menonjol dimasa nabi adalah pasar konsumen. Segmentasi pasar yang ada pada masa nabi Muhammad saw sama dengan segmentasi pasar umum yaitu dengan adanya variabel-variabel yang terdiri dari segmentasi geografi, segmentasi demografi, segmentasi psikografi, dan segmentasi behavioristik.

Dari uraian yang telah dijelaskan, dikatakan bahwa segmentasi pasar yang diterapkan oleh KJKS Harapan Surabaya mengacu pada teori pemasaran pada umumnya dan teori pemasaran pada konsep islam. Dalam pengaplikasiannya, segmentasi pasar umum dan segmentasi pasar islam

sama-sama terdiri beberapa variabel yaitu segmentasi geografi, segmentasi demografi, segmentasi psikografi, dan segmentasi behavioristik.

2. Target Pasar

Target pasar atau pasar sasaran merupakan proses pemilihan dan penentuan target pasar sasaran. KJKS Harapan menentukan target pasar sasarnya yakni dengan membidik pasar konsumen khususnya pada masyarakat yang telah mensekolahkan anaknya pada Lembaga Pendidikan Sekolah tertentu. KJKS Harapan Surabaya sangat selektif dalam hal menentukan target pasar sasarnya. Hal tersebut telah direncanakan sejak awal adanya produk Simpanan *Muḍārabah* Pendidikan. Lembaga Pendidikan yang menjadi target sasaran KJKS Harapan adalah Lembaga Pendidikan Sekolah pada tingkatan sekolah PAUD, Taman Kanak-Kanak, dan Sekolah Dasar.

Dari hal yang telah dijelaskan, dikatakan bahwa Sasaran utama yang menjadi target pasar sasaran KJKS Harapan Surabaya adalah Lembaga pendidikan Sekolah tertentu. Dari situlah KJKS Harapan dapat mengenalkan produk-produk yang ada di KJKS Harapan khususnya pada produk Simpanan *Mudārabah* Pendidikan.

3. Penempatan Produk

Penempatan produk atau biasa disebut dengan *positioning* merupakan proses menempatkan produk agar sesuai dengan karakteristis target pasar. Penempatan produk sangat erat kaitannya dengan langkah

strategi pemasaran selanjutnya yang dikenal dengan istilah bauran pemasaran (7P) atau biasa disebut dengan *marketing mix*.

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh KJKS Harapan Surabaya dalam memasarkan produk Simpanan *Muḍārabah* Pendidikan agar sesuai dengan karakteristik dari target pasar yaitu dengan menerapkan sistem *marketing mix* atau biasa disebut dengan bauran pemasaran 7P (Strategi Produk, Strategi Harga, Strategi Distribusi, Strategi Promosi, Strategi Orang, Strategi Proses, Strategi Bukti Fisik).

Adapun bauran pemasaran (7P) yang diterapkan oleh KJKS Harapan Surabaya untuk memasarkan produk Simpanan *Mudārabah* Pendidikan adalah sebagai berikut :

1) Strategi Produk

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat di tawarkan ke pasar untuk mendapatkat perhatian, dibeli, dipergunakan, atau dikonsumsi dan yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Produk mencakup lebih dari sekedar barang berwujud (dapat terdeteksi pancaindra). Produk yang dimiliki oleh KJKS Harapan adalah produk simpanan yang berasaskan akad *Mudārabah* (kerjasama). Produk simpanan yang ada di KJKS Harapan sangat bermacam-macam. Produk yang menjadi sorotan dan merupakan produk unggulan yang ada di KJKS Harapan adalah produk Simpanan *Mudārabah* pendidikan. Penerapan strategi pemasaran Produk Simpanan *Mudārabah* Pendidikan yang dilakukan oleh KJKS Harapan yaitu dengan aturan

Dalam pengaplikasiannya, strategi produk Simpanan *Muḍārabah* Pendidikan yang diterapkan di KJKS Harapan yaitu dengan persyaratan yang mudah yang bertujuan untuk memudahkan masyarakat maupun calon nasabah untuk mendapatkan layanan dan melakukan transaksi pada produk Simpanan *Muḍārabah* Pendidikan. Dan dengan timbal balik jasa berupa bagi hasil yang kompetitif yang berlandaskan pada nilai-nilai agama yang sesuai dengan ajaran islam.

2) Strategi Harga

Harga merupakan salah satu unsur pemasaran yang penting, yang berdampak pada jumlah penjualan, sedangkan unsur lainnya merupakan unsur pendukung yang merupakan suatu kesatuan dalam *marketing mix*. Walaupun penetapan harga merupakan persoalan penting, masih banyak perusahaan yang kurang sempurna dalam menangani permasalahan penetapan harga tersebut.

Dalam penetapan harga pada produk Simpanan *Muḍārabah* Pendidikan, KJKS Harapan Surabaya menetapkan harga dan biaya administrasinya yaitu dengan tidak memberatkan dan merugikan pihak konsumen. Aturan tersebut dilakukan karena mengacu pada prinsip pemasaran islam sebagaimana telah dijelaskan dalam al-Qur'an surat Asy-Syuraa' ayat 181-183 yang artinya “Sempurnakanlah takaran dan

Produk Simpanan *Mudārabah* Pendidikan (SIMUDA)

- Mengisi aplikasi pembukaan rekening Simpanan Muḍārabah Pendidikan (SIMUDA).
- Melampirkan fotokopi identitas KTP/SIM/Kartu Pelajar/Kartu Mahasiswa.
- Setoran awal minimal Rp 20.000,-
- Setoran selanjutnya minimal Rp 10.000,-

Dari keterangan biaya yang dikenakan pada produk Simpanan *Mudārabah* Pendidikan, simpanan ini sangat terjangkau bagi semua golongan masyarakat. Dengan biaya setoran awal Rp 20.000 dan setoran selanjutnya Rp 10.000,- simpanan ini sangat murah dan terjangkau bagi seluruh masyarakat, sehingga dapat menarik minat masyarakat untuk menjadi mitra di KJKS Harapan Surabaya khususnya pada produk Simpanan *Mudārabah* Pendidikan.

Mengenai kebijakan distribusi yaitu menyangkut cara penyampaian produk ke tangan konsumen. Strategi distribusi yang

dilakukan KJKS Harapan dalam memasarkan produknya yaitu dengan mendatangi para mitra/nasabah ditempat. Dalam hal ini pihak KJKS Harapan Surabaya menerapkan sistem antar jemput bola. Dan dengan adanya saluran pemasaran antara KJKS Harapan dengan Lembaga Pendidikan Sekolah tertentu, produk maupun jasa layanan KJKS Harapan Surabaya dapat distribusikan. Dan hal yang terpenting dalam pendistribusian produk Simpanan *Mudārabah* Pendidikan, bahwa pihak KJKS Harapan Surabaya telah menjamin pencairan (*likuiditas*) dana produk Simpanan *Mudārabah* Pendidikan pada saat para mitra/nasabah ingin menarik dana yang dilakukan pada setiap waktu jatuh tempo pengambilan, yaitu pada saat menjelang hari liburan sekolah maupun tahun ajaran baru.

Agar dapat dipercaya oleh konsumen, KJKS Harapan Surabaya dalam mendistribusikan produknya mengacu pada konsep pemasaran islam. Dimana konsep ini mengharuskan untuk jujur dan tidak berbohong dalam hal memasarkan produk. Hal ini ditunjukkan pada komitmen kerja dalam usaha KJKS dalam mendistribusikan produknya yakni dengan menjamin atas pencairan dana yang dibutuhkan saat konsumen membutuhkan dana tersebut dan akan menepati janji serta jujur dan tidak berbohong dalam pendistribusian produknya khususnya produk Simpanan *Mudārabah* Pendidikan.

layanan Koperasi Jasa Keuangan Syariah Harapan Surabaya, sehingga bisa menjadi sumber informasi untuk calon nasabah maupun masyarakat sekitar.

- b. Dengan brosur-brosur/iklan-iklan yang menarik, sehingga calon nasabah dan masyarakat dapat mengetahui bahwa dengan adanya lembaga keuangan Syariah seperti Koperasi Jasa Keuangan Syariah Harapan Surabaya bisa dengan mudah untuk mendapatkan produk maupun jasa layanan khususnya Produk Simpanan *Mudārabah* Pendidikan. Koperasi Jasa Keuangan Syariah Harapan Surabaya dalam mensegmentasi pasar sasaran, pada umumnya di tujukan untuk semua golongan masyarakat khususnya pada masyarakat kecil dengan kondisi ekonomi menengah kebawah.
- c. Tenaga pemasaran/dilapangan dengan sistem antar jemput bola, maksud dari strategi antar jemput bola ini dengan mendatangi nasabah maupun mitra ke lingkungan mereka, agar masyarakat lebih mudah untuk melakukan transaksi, serta dapat membangun rasa kepercayaan antara pihak Koperasi Jasa Keuangan Syariah Harapan Surabaya dengan mitra. Yang menjadi nilai tambah bagi Koperasi Jasa Keuangan Syariah Harapan Surabaya adalah dengan menggunakan konsep kepercayaan. Dengan kata lain, rasa saling percaya dari

Dari hasil keterangan promosi yang dilakukan oleh KJKS di Surabaya yang terdiri dari kunjungan ke sekolah-sekolah, membagikan brosur-brosur/iklan yang menarik, serta menggunakan sistem jemput bola dapat dikatakan bahwa, strategi promosi yang dilakukan di KJKS Harapan sudah sangat baik dan sangat memanjakan konsumen.

Strategi SDM yang diterapkan oleh KJKS Harapan Surabaya dalam meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia yang ada, yaitu dengan mengikuti kegiatan seminar-seminar, training , dan pelatihan-pelatihan yang telah diselenggarakan oleh Lembaga Keuangan Syariah serta Workshop tentang Perbankan Syariah maupun Koperasi Syariah.

6) Strategi Proses

Strategi proses yang diterapkan oleh pihak KJKS Harapan yaitu dimulai dari proses penawaran, penjualan, pelayanan sesudah menjual, dan proses penyelesaian masalah pada KJKS Harapan Surabaya. Dari semua mekanisme yang ada, KJKS melakukan strategi prosesnya dengan proses dan pelayanan jasa yang baik serta tidak merugikan satu sama lain antara pihak KJKS Harapan dengan mitra/nasabah.

Dari proses yang ada, dikatakan bahwa strategi proses yang dilakukan oleh KJKS Harapan terdiri dari beberapa mekanisme, antara lain : proses penawaran, proses penjualan, proses setelah penjualan, sampai dengan proses penyelesaian masalah. KJKS Harapan melakukan proses yang dimulai dari penjualan hingga penyelesaian masalah yang terjadi dengan menerapkan strategi proses sesuai dengan Undang-Undang standar prosedur pelaksanaan kegiatan koperasi yang ada. Dalam hal ini, KJKS Harapan melayani dan membujuk mitra/nasabah dengan sangat baik, selektif, dan efisien.

7) Strategi Bukti Fisik

Strategi bukti fisik yang diterapkan KJKS Harapan yaitu mengenai produk yang ditawarkan KJKS Harapan Surabaya berupa jasa yang bersifat wujud dan tidak berwujud, dimana jasa berwujud mengarah kepada produk khususnya produk Simpanan *Muḍārahah* Pendidikan dan tidak berwujud mengarah kepada layanan jasa yang ada di KJKS Harapan Surabaya. Dalam hal ini, pihak KJKS

Dari uraian strategi pemasaran yang diterapkan oleh KJKS Harapan Surabaya, hal penting yang perlu dan harus diketahui adalah strategi pemasaran dan proses pemasaran yang dilakukan oleh KJKS Harapan Surabaya tidak hanya merujuk pada konsep pemasaran umum saja, akan tetapi merujuk juga pada konsep pemasaran islam yang berlandaskan dari al-Qur'an dan Hadits, serta merujuk pada konsep dasar kaidah fikih yakni, Al-ashlu fil-muamalah illa ayyadulla dalilun 'ala takhrimiha, yang artinya: “pada dasarnya semua bentuk muamalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya.

Adapun dukungan dan kendala yang dihadapi Koperasi Jasa Keuangan Syariah Harapan Surabaya dalam memasarkan Produk Simpanan Mudharabah Pendidikan adalah sebagai berikut :

1. Dukungan pada Koperasi Jasa Keuangan Syariah Harapan Surabaya dalam memasarkan Produk Simpanan Mudharabah Pendidikan :

1. Dukungan pada Koperasi Jasa Keuangan Syariah Harapan Surabaya dalam memasarkan Produk Simpanan Mudarabah Pendidikan :

a. Mendapatkan dukungan penuh dari pemerintah.

Koperasi Jasa Keuangan Syariah Harapan Surabaya mendapat dukungan penuh dari pemerintah. Hal tersebut dikuatkan dengan adanya Undang-Undang RI Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian dan Peraturan Menteri Koperasi dan UKM tentang Pelaksanaan Kegiatan Usaha Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah oleh Koperasi.

Dapat dikatakan bahwa, peluang dalam memasarkan produk yang ada di KJKS Harapan kepada masyarakat sangat besar khususnya produk Simpanan *Muḍārabah* Pendidikan. Dalam hal ini KJKS telah diuntungkan dari segi pemasaran untuk menarik minat masyarakat untuk menjadi mitra yang diperkuat dengan adanya Undang-Undang tentang Perkoperasian dan Peraturan Menteri Koperasi dan UKM tentang Pelaksanaan Kegiatan Usaha Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah oleh Koperasi.

b. Tersedianya lembaga pendidikan dan sekolah-sekolah yang ada pada saat ini.

Dengan adanya lembaga pendidikan dan sekolah-sekolah yang berkembang pesat ada saat ini, maka mempermudah pihak Koperasi Jasa Keuangan Syariah Harapan Surabaya untuk memasarkan produk Simpanan *Muḍārabah* Pendidikan dan mencari nasabah yang dikehendakinya, antara lain adalah sekolah-sekolah

yang berada di sekitar tempat Koperasi Jasa Keuangan Syariah Harapan dan sekitar wilayah kota surabaya.

- c. Tersedianya fasilitas tempat dan prasarana yang memadai, seperti memiliki komputer, ruangan ber-AC, tempat duduk yang nyaman, persediaan minum untuk nasabah secara gratis, dan pelayanan jasa yang baik pula bagi nasabah yang bertransaksi.

Untuk dapat menarik minat dan membuat rasa nyaman pada mitra/nasabahnya, Koperasi Jasa Keuangan Syariah Harapan Surabaya telah menyediakan fasilitas tempat dan prasarana yang cukup baik, serta pelayanan yang baik pula dengan menggunakan sistem jemput bola (mendatangi nasabah ke lingkungannya) serta menggunakan konsep kepercayaan yaitu dengan pelayanan jasa yang baik dan rasa saling percaya antara pihak nasabah dan pihak Koperasi Jasa Keuangan Syariah Harapan Surabaya.¹

Dari beberapa dukungan yang ada saat ini, dapat dikatakan bahwa KJKS Harapan mempunyai peluang sangat tinggi dalam memasarkan produknya, khususnya produk Simpanan Muḍārabah Pendidikan. Dimana dalam hal pemasarannya, KJKS Harapan telah mendapat dukungan penuh dari pemerintah yaitu dengan adanya undang-undang yang ada, tersedianya Lembaga Pendidikan Sekolah, dan tersedianya fasilitas dan prasarana yang memadai. Dengan demikian KJKS Harapan dapat melakukan kegiatan pemasaran

¹ Nanang Hidayat, *Wawancara*, Ruang Kantor Koperasi Jasa Keuangan Syariah Harapan Surabaya, 1 Mei 2015

produknya dan bisa dengan mudah menarik minat nasabah untuk menjadi mitra di KJKS Harapan Surabaya.

2. Kendala pada Koperasi Jasa Keuangan Syariah Harapan Surabaya dalam memasarkan Produk Simpanan Mudarabah Pendidikan :

a. Masyarakat sekitar Koperasi Jasa Keuangan Syariah Harapan Surabaya kurang memahami tentang Produk Simpanan Mudārabah Pendidikan.

Keberadaan KJKS Harapan sendiri tergolong pada lokasi yang kurang strategis dibandingkan dengan KJKS lainnya yang ada di wilayah Surabaya, serta pemahaman masyarakat yang masih kurang tentang produk-produk dan layanan jasa yang ada di Koperasi Jasa Keuangan Syariah Harapan Surabaya khususnya pada Produk Simpanan *Muḍārabah* Pendidikan. Pada Simpanan *Muḍārabah* Pendidikan masyarakat belum memahami akan pentingnya memenuhi kebutuhan sekolah untuk anaknya ketika menghadapi tahun ajaran baru.

b. Kurangnya ketertarikan masyarakat dalam menabung.

Untuk kendala dalam memasarkan Produk Simpanan *Muḍārabah* Pendidikan hanya kendala umum yang biasa terjadi pada masyarakat, yaitu kurangnya kesadaran dalam menabung. Hal ini dirasakan pihak Koperasi Jasa Keuangan Syariah Harapan Surabaya yang menghambat lakunya pemasaran Produk Simpanan *Muḍārabah* Pendidikan.

- c. Kurangnya perhatian terhadap promosi produk Simpanan *Muḍarabah* Pendidikan.

Yang dimaksud dengan kurangnya perhatian disini adalah, ketika pihak Koperasi Jasa Keuangan Syariah Harapan Surabaya melakukan kegiatan promosi dilapangan, masyarakat sekitar yang umumnya masyarakat menengah ke bawah kurang merespon dengan kegiatan promosi yang dilakukan. Sehingga menjadi salah satu kendala pula dalam memasarkan Produk Simpanan *Muḍarabah* Pendidikan.

- d. Kurangnya SDM (sumber daya manusia) yang melaksanakan kegiatan pemasaran.

Dalam hal ini terkendala pada jumlah tenaga kerja dilapangan dalam mempromosikan produk. Dan hal tersebut merupakan kendala *intern* dalam Koperasi Jasa Keuangan Syariah Harapan Surabaya.

- e. Kurangnya jaringan dalam memasarkan produk Simpanan *Muḍarabah* Pendidikan.

Dalam hal ini, dipengaruhi oleh dominasi bank konvensional maupun bank syariah yang beroperasi disekitar Koperasi Jasa Keuangan Syariah Harapan Surabaya yang mempengaruhi minat masyarakat dalam pemasaran produk dan jasa KJKS Harapan. Masyarakat lebih cenderung memilih ke Bank dari pada ke Koperasi Jasa Keuangan Syariah.

tujuan agar selalu bisa menjalankan bishishnya kedalam usaha
islami dan agar dapat mencapai tujuan yang di inginkan oleh
KJKS Harapan Surabaya.