

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH TABUNGAN SUKARELA (SIRELA) DI KOPERASI SIMPAN PINJAM DAN PEMBIAYAAN SYARIAH BAITUL MAAL WA TAMWIL (KSPPS-BMT) MAKMUR MANDIRI SUKOHARJO TAHUN (2019-2021)**

Oleh :

Hasan Baihaqi <sup>1</sup>

<sup>1</sup> Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, Institut Islam Mamba 'ul Ulum Surakarta

Email : [sulistyowati@iimsurakarta.ac.id](mailto:sulistyowati@iimsurakarta.ac.id),  
[baehaqi@dosen.iimsurakarta.ac.id](mailto:baehaqi@dosen.iimsurakarta.ac.id)  
[hasanbaihaqi18@icloud.com](mailto:hasanbaihaqi18@icloud.com)

**.Article Info**

Article History :

Received 16 July - 2022

Accepted 25 July - 2022

Available Online

31 July - 2022

**Abstract**

*There are now many Islamic Financial Institutions in Indonesia that have sprung up by offering a variety of superior products. Sharia Financial Institutions are also in great demand by the public because of their product claims and services based on Sharia. One of the institutions that was established was KSPPS-BMT Makmur Mandiri Sukoharjo, namely a cooperative that runs its financial operations based on Sharia and based on the Regulation of the Minister of Cooperatives and Small and Medium Enterprises of the Republic of Indonesia Number 16 /Per/M.KUKM/IX/2015 concerning Implementation of Business Activities. Savings and Loans and Sharia Financing by Cooperatives. The purpose of this study was to determine the marketing management system implemented by KSPPS-BMT Makmur Mandiri Sukoharjo to gather as many members as possible. The research method used is descriptive qualitative. Sources of data in the form of interviews, observations, and documentation. The results of the study stated that KSPPS-BMT Makmur Mandiri Sukoharjo had implemented 6Ps in marketing strategy. Namely Product, SIRELA as a superior product. Place, the head office is located near the market. Price, the price of a minimal deposit and a light minimum of saving. Promotion, through door to door strategies, brochures, product superiority offers, and promotions by utilizing social media. People, employees or cooperative employees who are ready to serve and provide information to members. Process, applying the pick-up method, namely KSPPS-BMT Makmur Mandiri Sukoharjo employees come to visit consumers or partners who want to save, making it easier for members who do not have time to come to the office directly. Currently KSPPS-BMT Makmur Mandiri Sukoharjo has collected up to 6,659 consumers in the 2019-2021 period.*

Keyword :

Strategy, Marketing,

KSPPS-BMT

Makmur Mandiri

Sukoharjo

**1. PENDAHULUAN**

Lembaga keuangan kini menempati posisi yang sangat vital dalam dunia perekonomian masyarakat pada era modern ini. Dimana kehadiran

lembaga keuangan sangat membantu dan memudahkan masyarakat dalam memperlancar kegiatan ekonominya. Ada dua macam Lembaga keuangan yang berkembang di Indonesia yakni Lembaga Keuangan Non Syariah atau yang biasa

disebut Lembaga Keuangan Syariah dan Lembaga Keuangan Konvensional.

Berbagai Lembaga Keuangan Syariah (LKS) kini mulai berkembang cukup pesat di Indonesia, salah satu produknya yaitu Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) dengan berdasarkan atas Peraturan Menteri Koperasi Dan Usaha Kecil Dan menengah Republik Indonesia Nomor 16 /Per/M.KUKM/IX/2015 tentang Pelaksanaan Kegiatan Usaha Simpan Pinjam Dan Pembiayaan Syariah Oleh Koperasi.

Menurut Hidayat (2016: 384-385) menjelaskan bahwa Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) adalah koperasi yang menjalankan operasional usahanya di bidang pinjaman, simpanan, dan pembiayaan sesuai prinsip syariah, diantaranya zakat, infaq/sedekah, dan wakaf. Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) termasuk dalam Lembaga Keuangan Non Bank (LKNB) dengan sistem yang berbasis dan sesuai dengan prinsip Syariah.

Dalam menjalankan operasional pada sebuah perusahaan atau lembaga yang bergerak di bidang bisnis, perusahaan harus dapat menerapkan sebuah program untuk keberlangsungan perusahaannya. Khususnya pada lembaga keuangan dalam rangka mengadakan penghimpunan konsumen, mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya, serta membina hubungan yang baik dengan mitra agar tercipta lingkungan perusahaan yang kondusif dari berbagai aspek. Untuk mencapai tujuan ini maka dibutuhkan sebuah strategi pemasaran dalam perusahaan. Sebab kegiatan pemasaran menjadi program perusahaan yang akan sangat berpengaruh pada besar tidaknya keuntungan. Dan kegiatan pemasaran biasanya bergantung pada sebuah produk yang diciptakan oleh sebuah perusahaan, yang mana produk yang ditawarkan harus dapat memiliki nilai lebih dibanding perusahaan lain sehingga mampu bersaing untuk mendapatkan konsumen dan keuntungan yang sebanyak-banyaknya.

Dalam mengembangkan strategi pemasarannya untuk menghimpun konsumen yang banyak, Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Baitul Maal Wa Tamwil (KSPPS-BMT) Makmur Mandiri mempunyai beberapa produk diantaranya Produk SIRELA (Simpanan Sukarela), Produk SIMKU (Simpanan Kurban) dan Produk SISUKA (Simpanan Manasuka Berjangka). Salah satu produk yang diminati oleh anggota di Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Baitul Maal Wa Tamwil (KSPPS-BMT) Makmur Mandiri adalah produk SIRELA. Produk

SIRELA merupakan simpanan dengan akad *Wadiah Yad Dhamanah* yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat selama jam kerja.

Produk SIRELA adalah produk unggul dan mengalami perkembangan pesat dengan pencapaian 80% yang memiliki banyak peminat, dimana SIRELA merupakan simpanan anggota yang dikelola berdasarkan prinsip syari'ah yang memungkinkan anggota dapat melakukan transaksi penyimpanan atau penarikan setiap hari. Sebagai seorang muslim yang memeluk agama Islam dalam melakukan transaksi jual-beli tentunya harus sesuai dengan rukun-rukun, syarat-syarat, dan juga bentuk-bentuk yang diperoleh dalam agama Islam.

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif, yang bersifat deskriptif. Yakni dengan cara mendeskripsikan Strategi Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan Tabungan Simpanan Sukarela (SIRELA) di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Baitul Maal Wa Tamwil (KSPPS-BMT) Makmur Mandiri Sukoharjo. Subjek penelitian ini adalah Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah *Baitul Maal Wa Tamwil* (KSPPS-BMT) Makmur Mandiri Sukoharjo. Objek dalam penelitian ini adalah Strategi Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Sukarela (SIRELA) di Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Baitul Maal Wa Tamwil (KSPPS-BMT) Makmur Mandiri Sukoharjo. Peneliti menggunakan primer dan data sekunder sebagai sumber datanya. Data primer diperoleh dengan cara mengadakan penelitian langsung melalui studi lapangan di Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah *Baitul Maal Wa Tamwil* (KSPPS-BMT) Makmur Mandiri Sukoharjo. Wawancara dengan narasumber juga dilakukan oleh peneliti untuk menghimpun data yang diperlukan dalam penelitian. Sumber data sekunder sebagai penunjang dan pelengkap penelitian bersumber dari literatur, jurnal, dan sumber lain yang sesuai dengan tema penelitian.

Teknik pengumpulan datanya menggunakan studi pustaka, studi sumber melalui internet, observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisa datanya menggunakan metode analisis kualitatif (Sugiyono, 2006). Adapun teknik analisa datanya yang di peroleh berdasarkan hasil penelitian, penulis menggunakan analisis deskriptif kualitatif, yaitu analisis yang menjelaskan uraian deskriptif terkait dengan penelitian ini, lalu memahami analisa dengan mencari dan mengumpulkan

fakta-fakta yang terjadi pada Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Baitul Maal Wa Tamwil (KSPPS-BMT) Makmur Mandiri Sukoharjo mengenai Strategi Pemasaran Produk dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Sukarela di Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Baitul Maal Wa Tamwil (KSPPS-BMT) Makmur Mandiri Sukoharjo. Selanjutnya data tersebut dianalisa menggunakan cara induktif.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Produk SIRELA di KSPPS-BMT Makmur Mandiri Sukoharjo

Simpanan sukarela (SIRELA) merupakan produk penghimpun dana oleh KSPPS-BMT Makmur Mandiri Sukoharjo dengan cara pembiayaan atau penyaluran dana kepada masyarakat. Untuk mengetahui lebih mendalam tentang produk SIRELA di KSPPS-BMT Makmur Mandiri Sukoharjo. Simpanan sukarela (SIRELA) yang diterapkan oleh KSPPS Makmur Mandiri Sukoharjo menggunakan akad *Wadi'ah Yad Dhamanah* sehingga penyalur dana dapat mengambil dana tersebut. Disisi lain, KSPPS-BMT Makmur Mandiri Sukoharjo boleh mengelola dana tersebut. Tujuan simpanan sukarela (SIRELA) adalah penghimpunan dana dari pihak ketiga (DPK) dalam hal ini adalah keseluruhan dana dari mitra SIRELA yang digunakan untuk menambah kas yang ada di KSPPS-BMT Makmur Mandiri Sukoharjo.

Dana yang dihimpun juga bertujuan untuk cadangan ketika anggota mengambil simpanan secara besar-besaran. Serta untuk meningkatkan pelayanan kepada mitra karena menggunakan sistem jemput bola yang dilakukan oleh petugas penghimpun dana yang langsung mendatangi dan bersilaturahmi kepada anggota yang hendak menyimpan dana setiap hari dengan tujuan untuk mempermudah mitra dalam menabung karena tidak semua mitra mempunyai banyak waktu untuk berkunjung langsung ke kantor KSPPS-BMT Makmur Mandiri Sukoharjo. Dalam produk SIRELA, terdapat beberapa ketentuan yang harus dipenuhi oleh mitra yang sistemnya hampir sama dengan bank atau koperasi pada umumnya. Yakni persyaratan identitas, setoran awal minimal, formulir pendaftaran, dan nisbah bagi hasil 30 : 70 % setara 4% per tahun. Demikian pula dengan prosedur pembukaan rekening, penyeteroran simpanan, penarikan simpanan, dan penutupan rekening.

#### Strategi Pemasaran Produk Simpanan Sukarela (SIRELA) di KSPPS-BMT Makmur Mandiri Sukoharjo

Seiring dengan berkembangnya perusahaan maupun Lembaga keuangan yang semakin pesat dan bersaing, dibutuhkan sebuah strategi pemasaran yang baik bagi KSPPS-BMT Makmur Mandiri Sukoharjo untuk keberlangsungan Lembaga koperasi tersebut agar tetap beroperasi dan menghimpun mitra sebanyak-banyaknya. Adapun strategi pemasaran yang diterapkan oleh KSPPS-BMT Makmur Mandiri Sukoharjo adalah:

##### Menentukan Pasar Sasaran

Target pasar KSPPS-BMT Makmur Mandiri Sukoharjo adalah sebagai berikut:

- Para pelaku usaha baik pedagang maupun pembeli di pasar Plumbon Mojolaban, Polokarto, Sukoharjo. Karena kegiatan ekonomi yang keuangan mereka lebih baik dan lancar.
- Keluarga dan saudara karyawan KSPPS-BMT Makmur Mandiri Sukoharjo.
- Masyarakat umum atau lapisan masyarakat wilayah Kabupaten Sukoharjo.
- Sekolah-sekolah, karena biasanya sekolah memiliki dana sarana dan prasarana lebih yang akan digunakan untuk pembangun infrastruktur sekolah, namun karena pembangunan sekolah belum memulai melaksanakan, sehingga dana yang dimiliki sekolah bisa terlebih dahulu ditabung di KSPPS-BMT Makmur Mandiri Sukoharjo.

##### Inovasi Produk Unggulan

Penerapan strategi pemasaran produk tabungan simpanan sukarela (SIRELA) yang dilakukan di KSPPS-BMT Makmur Mandiri Sukoharjo adalah dengan syarat yang mudah, dengan akad *Wadi'ah* lebih tepatnya *Wadi'ah Yad Dhamanah* yaitu tabungan yang dijalankan berdasarkan akad *Wadi'ah*, yakni akad titipan barang di mana pihak penerima titipan dengan atau tanpa izin pemilik barang dapat memanfaatkan barang titipan dan harus bertanggung jawab terhadap kehilangan atau kerusakan barang. Semua manfaat dan keuntungan yang diperoleh dalam penggunaan barang tersebut menjadi hak penerima titipan.

Kenapa menggunakan akad *Wadi'ah Yad Dhamanah* karena *Wadi'ah Yad Dhamanah*, dimana dana yang ditiptkan bisa dikelola kembali oleh pihak KSPPS-BMT Makmur Mandiri Sukoharjo sehingga dapat menghasilkan profit bagi lembaga tersebut. Dalam hal ini, anggota bertindak sebagai penitip yang memberikan hak kepada KSPPS-BMT Makmur Mandiri Sukoharjo untuk

menggunakan atau memanfaatkan dana titipannya, sedangkan KSPPS-BMT Makmur Mandiri Sukoharjo bertindak sebagai pihak yang dititipi dana atau barang yang disertai hak untuk menggunakan atau memanfaatkan dana atau barang tersebut.

Sebagai konsekuensinya, KSPPS-BMT Makmur Mandiri Sukoharjo bertanggung jawab terhadap keutuhan harta titipan tersebut serta mengembalikannya pada waktu yang diinginkan anggota, dengan memberikan hadiah (bonus) kepada anggota. Di sisi lain, KSPPS-BMT Makmur Mandiri Sukoharjo juga berhak sepenuhnya atas keuntungan dari hasil pemanfaatan harta titipan tersebut. Karena akadnya adalah *Wadi'ah* yang merupakan akad titipan sukarela/sosial atau *Tabarru'* maka tidak ada keuntungan bagi hasil bagi anggotanya tetapi adanya berupa hadiah (bonus).

### **Lokasi Lembaga Yang Strategis**

Lokasi kantor pusat KSPPS-BMT Makmur Mandiri Sukoharjo berada di Jl. Veteran No. 27 Wirun, Mojolaban, Sukoharjo. Penempatan lokasi kantor terbilang strategis, karena berada diantara populasi penduduk yang besar serta dekat dengan pasar yang notabennya adalah sentral kegiatan ekonomi masyarakat. Masyarakat sekitarnya pun juga bersedia dan menerima adanya KSPPS-BMT Makmur Mandiri Sukoharjo. Selain itu, dari segi keamanan lokasi tersebut terbilang baik, dan suasana lebih kondusif.

### **Penawaran Harga**

Biaya administrasi yang ditetapkan KSPPS-BMT Makmur Mandiri Sukoharjo, tidak memberatkan masyarakat dalam menjadi anggota KSPPS-BMT Makmur Mandiri Sukoharjo. Setoran awal minimal Setoran awal minimal Rp.10.000,00 dan setoran selanjutnya minimal Rp.5.000,00. Serta Nisbah bagi hasil 30 : 70 setara 4% pertahun. Dengan melihat biaya yang dikenakan pada produk tabungan simpanan sukarela (SIRELA) penulis dapat menyimpulkan bahwa simpanan ini sangat terjangkau bagi masyarakat pada umumnya. Dengan biaya yang sangat murah, sehingga dapat menarik masyarakat yang ingin menyimpan dananya pada KSPPS-BMT Makmur Mandiri Sukoharjo.

### **Promo Bonus untuk Mitra**

Upaya strategi untuk menarik dana dari masyarakat, KSPPS-BMT Makmur Mandiri Sukoharjo menganalisis pelaksanaan pemberian hadiah (bonus) dalam simpanan *Wadi'ah*. KSPPS-BMT Makmur Mandiri Sukoharjo menggunakan metode gebyar promo, dimana anggota akan mendapatkan hadiah (bonus) sebagai suatu intensif

untuk menarik dana dari masyarakat yang diasumsikan mempunyai kejanggalan dalam pemberian hadiah (bonus) yang tidak semua anggota mendapatkan hadiah.

Konsep dari pemberian hadiah (bonus) dalam produk SIRELA (simpanan sukarela), KSPPS-BMT Makmur Mandiri Sukoharjo membuka gebyar promo pemberian hadiah (bonus) diambil dari keuntungan KSPPS-BMT Makmur Mandiri Sukoharjo, kemudian dibagi ke semua anggota yang aktif dengan saldo minimal pengendapan Rp. 500.000,00 selama enam bulan. Oleh karena itu, pada produk simpanan sukarela (SIRELA) di KSPPS-BMT Makmur Mandiri Sukoharjo tidak memperhitungkan bonus, karena simpanan sukarela (SIRELA) sangatlah murah, serta tidak ada jadwal pengambilan seperti tabungan deposito atau produk di KSPPS-BMT Makmur Mandiri Sukoharjo.

### **Promosi**

Promosi yang dilakukan KSPPS-BMT Makmur Mandiri Sukoharjo kepada masyarakat mengenai strategi pemasaran produk simpanan sukarela (SIRELA) adalah dengan menggunakan sistem jemput bola dan media atau alat bantu. Media yang digunakan salah satunya adalah brosur, penyebaran brosur kepada setiap masyarakat, penjual, dan pembeli di pasar, maupun penyebaran brosur di jalanan, promosi juga dilakukan di sekolah-sekolah (Rosyid Ibnu, 2022).

Selain itu, promosi juga bisa melalui mulut ke mulut dengan bantuan relasi, dan sesekali melakukan promosi *door to door* pada rumah kediaman masyarakat. Promosi yang dilakukan oleh KSPPS-BMT Makmur Mandiri Sukoharjo juga sudah mempunyai basis teknologi digital, melalui media sosial antara lain *Instagram*, *Facebook*, dan *Whatsapp*. Penyebaran informasi pada media sosial dilakukan dengan bantuan relasi, disebarkan pada setiap individu (pada kontak maupun pengikut) dan pada grup.

Promosi produk simpanan sukarela (SIRELA) juga dikaitkan dengan pembiayaan, yang mana apabila masyarakat hendak melakukan pembiayaan atau meminjam uang maka terlebih dahulu harus membuat akun simpanan sukarela (SIRELA) di KSPPS-BMT Makmur Mandiri Sukoharjo (Rosyid Ibnu, 2022).

### **People sebagai Server (Pelayanan)**

People yang dimaksud adalah pimpinan dan seluruh karyawan KSPPA-BMT Makmur Mandiri Sukoharjo. Dalam hal ini, KSPPS-BMT Makmur Mandiri Sukoharjo memberikan pelayanan sebaik mungkin kepada nasabahnya. Para petugas selalu bersikap ramah dan sabar dalam melayani nasabahnya dan dapat memberikan penjelasan serta pemahaman kepada nasabah dan calon

nasabah, sehingga nasabah maupun calon nasabah nyaman menggunakan produk maupun jasa di KSPPS-BMT Makmur Mandiri Sukoharjo.

### Proses dan Hasil

Dalam proses khususnya operasional KSPPS-BMT Makmur Mandiri Sukoharjo melakukan usaha semaksimal mungkin dalam melayani nasabahnya sehingga dapat memuaskan nasabah. Pelayanan nasabah menjadi media promosi yang efektif agar nasabah dapat menyampaikan kepada keluarga, kerabat, teman dan lainnya. Menurut Ibnu Rosyid selaku manager, beliau mengemukakan jumlah nasabah yang menggunakan produk KSPPS-BMT Makmur Mandiri Sukoharjo terhitung dari tahun 2019-2021 adalah sebagai berikut :

**Tabel 1.** Data Simpanan Tabungan Sukarela Anggota KSPPS-BMT Makmur Mandiri Periode (2019-2021)

Tahun	Jumlah Nasabah
<b>2019</b>	<b>2.055 Orang</b>
<b>2020</b>	<b>2.227 Orang</b>
<b>2021</b>	<b>2.377 Orang</b>
<b>Jumlah</b>	<b>6.659 Orang</b>

*Sumber : KSPPS-BMT Makmur Mandiri Sukoharjo*

Jadi, dari data di atas dapat disimpulkan bahwa jumlah nasabah yang menggunakan produk KSPPS-BMT Makmur Mandiri Sukoharjo periode 2019-2021 mengalami kenaikan setiap tahunnya. Pada tahun 2019 produk tabungan berjumlah 2.055 orang. Sedangkan pada tahun 2020 produk simpanan tabungan sukarela dan mengalami kenaikan dan pada tahun 2021 jumlah nasabah juga mengalami kenaikan. Perkembangan jumlah nasabah akan berkaitan dengan total aset yang didapatkan.

### Analisis Strategi Pemasaran

Berdasarkan pembahasan yang telah dipaparkan, penulis melakukan analisis dengan metode bauran pemasaran 6P yaitu (*Product, Place, Price, Promotion, People* dan *Process*) (Asauri, 2006).

*Product.* dari segi produk, telah menarik banyak minat masyarakat, dibuktikan dengan banyaknya anggota yang pengguna tabungan simpanan sukarela (SIRELA) periode 2019-2021 yakni sebanyak 6.659 orang. Selain itu, KSPPS-BMT Makmur Mandiri Sukoharjo memiliki keunggulan produk pada akad *Wadi'ah Yad Dhamanah* dimana dana yang dititipkan bisa dikelola kembali oleh pihak

KSPPS-BMT Makmur Mandiri Sukoharjo sehingga dapat menghasilkan profit bagi lembaga tersebut, dan jelas dasar hukumnya di Al-Qur'an, maka masyarakat akan percaya dan yakin menyimpan dana di KSPPS-BMT Makmur Mandiri Sukoharjo.

*Place.* Strategi pemasaran dari segi tempat terbilang tepat karena berada di pasar, alasannya pasar merupakan tempat melakukan kegiatan ekonomi yang cash flow keuangan mereka lebih baik dan lebih lancar. Selain itu, tempat yang dituju adalah sekolah karena sekolah memiliki dana sarana prasarana yang baik akan digunakan untuk pembangunan infrastruktur sekolah, namun karena pembangunan sekolah belum dimulai, sehingga dana yang dimiliki terlebih dahulu untuk disimpan di KSPPS-BMT Makmur Mandiri Sukoharjo. Dan yang lainnya tempat yang dituju adalah masyarakat umum disekitar KSPPS-BMT Makmur Mandiri Sukoharjo, karena masyarakat umum menginginkan menabung dengan mudah tanpa ada potongan biaya administrasi

*Price.* Strategi harga pada produk SIRELA sudah tepat dengan alasan simpanan ini sangat terjangkau bagi masyarakat, dengan biaya yang murah, sehingga dapat menarik masyarakat untuk menyimpan dananya di KSPPS-BMT Makmur Mandiri Sukoharjo. hadiah (bonus) yang diambil dari keuntungan KSPPS-BMT Makmur Mandiri Sukoharjo menjadi bagian strategi yang tepat, dan pemberian hadiah (bonus) dengan syarat menjadi anggota aktif dengan saldo minimal pengendapan Rp. 500.000,- selama enam bulan.

*Promotion.* Strategi pemasaran dengan menerapkan sistem jemput bola memberikan kemudahan bagi mitra atau anggota yang hendak menabung. Selain itu, promosi juga menggunakan media sosial seperti *Facebook, Whatsapp, Instagram*, dan brosur-brosur yang menarik, sehingga masyarakat dengan mudah mengetahui jika KSPPSBMT Makmur Mandiri Sukoharjo, mempunyai produk simpanan salah satunya simpanan sukarela (SIRELA). Strategi promosi dikaitkan dengan pembiayaan, karena jika anggota hendak melakukan pembiayaan atau meminjam uang maka harus membuka rekening simpanan, strategi ini juga efektif karena ketika sasaran salah satunya pasar biasanya para pedagang memberikan uang lebih untuk membayar angsuran dan dari uang kelebihan itu akan dimasukkan kedalam simpanan SIRELA.

*People.* KSPPS-BMT Makmur Mandiri Sukoharjo memberikan pelayanan sebaik mungkin kepada nasabahnya. Para petugas selalu bersikap ramah dan sabar dalam melayani nasabahnya dan dapat memberikan penjelasan serta pemahaman kepada nasabah dan calon

nasabah, sehingga nasabah maupun calon nasabah nyaman menggunakan produk maupun jasa di KSPPS-BMT Makmur Mandiri Sukoharjo.

*Process.* Dalam proses khususnya operasional KSPPS-BMT Makmur Mandiri Sukoharjo melakukan usaha semaksimal mungkin dalam melayani nasabahnya sehingga dapat memuaskan nasabah. Pelayanan nasabah menjadi media promosi yang efektif agar nasabah dapat menyampaikan kepada keluarga, kerabat, teman dan lainnya.

#### **Hambatan dalam Strategi Pemasaran**

Dalam melaksanakan program pemasarannya, tentunya KSPPS-BMT Makmur Mandiri Sukoharjo tentunya juga menemukan hambatan-hambatan. Diantara hambatan-hambatan tersebut adalah dari sumber daya manusia (SDM), dimana karyawan KSPPS-BMT Makmur Mandiri

Sukoharjo mempunyai dana yang minim untuk biaya promosi, kurangnya sumber daya manusia (SDM), karyawan kurang memahami produk yang dipromosikan, minimnya dana yang dianggarkan untuk pemasaran. Sehingga pelaksanaan pemasaran berjalan kurang maksimal dan hanya mengandalkan sumber daya serta sumber dana yang ada dengan tetap berpedoman pada target menghimpun konsumen atau mitra yang besar. Maka KSPPS-BMT Makmur Mandiri Sukoharjo juga memaksimalkan media yang ada untuk proses pemasaran, salah satunya adalah melalui sosial media.

#### **4. KESIMPULAN**

KSPPS-BMT Makmur Mandiri

Sukoharjo merupakan salah satu Lembaga keuangan yang memiliki produk unggulan SIRELA adalah produk unggul dan mengalami perkembangan pesat dengan pencapaian 80% yang memiliki banyak peminat, dimana SIRELA merupakan simpanan anggota yang dikelola berdasarkan prinsip syari'ah yang memungkinkan anggota dapat melakukan transaksi penyimpanan atau penarikan setiap hari. Untuk dapat menghimpun mitra atau konsumen (anggota) yang besar dan dapat bersaing dengan Lembaga keuangan maupun koperasi lain, KSPPS-BMT Makmur Mandiri Sukoharjo membutuhkan sebuah strategi pemasaran yang tepat.

Dalam hal ini, KSPPS-BMT Makmur Mandiri Sukoharjo menerapkan strategi promosi berdasarkan 6P (*Product, Place, Price, Promotion, People* dan *Process*). *Product*, dengan keunggulan yang dimiliki oleh SIRELA. *Place*, berlokasi di dekat pasar yang mana pasar adalah pusat roda

perekonomian yang vital dan besar. *Price*, dengan menawarkan harga setoran minimal yang ringan dan minimal menabung yang murah juga. *Promotion*, melalui strategi *door to door*, brosur, penawaran keunggulan produk, dan promosi dengan memanfaatkan sosial media. *People*, dengan adanya karyawan atau pegawai koperasi yang selalu siap melayani serta memberikan info kepada anggota. *Process*, usaha dan upaya semaksimal mungkin memberikan pelayanan salah satunya adalah dengan metode jemput bola yang mana pegawai KSPPS-BMT Makmur Mandiri Sukoharjo dapat berkunjung kepada konsumen atau mitra yang ingin menabung sehingga mempermudah anggota yang tidak sempat datang ke kantor langsung. Selain itu, melalui proses yang maksimal saat ini KSPPS-BMT Makmur Mandiri Sukoharjo sudah menghimpun hingga 6.659 konsumen dalam periode 2019-2021.

Namun dalam penerapan strategi pemasaran, KSPPS-BMT Makmur Mandiri Sukoharjo juga mengalami hambatan dalam segi internal yakni, kurangnya sumber daya manusia (SDM) dan minimnya dana untuk promosi sehingga cukup membuat KSPPS-BMT Makmur Mandiri Sukoharjo kadangkala lambat dalam melakukan program pemasarannya kepada masyarakat.

#### **5. REFERENSI**

- Farid Hidayat, "*Alternative Sistem Pengawasan Pada Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) Dalam Mewujudkan Syariah Compliance*", Mahkamah: Jurnal Ilmu Hukum dan Ilmu Islam, Vol. 1, No. 2, Lampung: IAIN NU Metro, 2016, h. 384-385.
- Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2006), hal. 310.
- Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rajawali Pers, 2011, h. 16-17.
- Hasil Wawancara dengan Bapak Ibnu Rosyid selaku Bagian Manajer di BMT Makmur Mandiri Sukoharjo Pada tanggal 15 Februari 2022 Pukul 09.00 WIB.