

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Penerapan Strategi “*Lingkaran Obat Nyamuk*” Dalam Pemasaran Pembiayaan Modal Kerja di KSPPS Artha Abadi

Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan (KSPPS) Artha Abadi merupakan lembaga keuangan non bank yang kegiatan operasionalnya menghimpun dana dari anggota dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kembali pada anggota dalam bentuk pembiayaan.

Pembiayaan adalah suatu aktivitas penyaluran dana kepada pihak yang membutuhkan untuk dipergunakan dalam aktifitas yang produktif sehingga anggota dapat melunasi pembiayaan tersebut. Pembiayaan merupakan penyaluran dana yang ada di KSPPS Artha Abadi Cabang Kota. Dalam realisasinya tenaga kerja atau karyawan di KSPPS Artha Abadi Cabang Kota telah mampu mencapai target yang di tentukan oleh manajer, hasil ini dapat dilihat dari perkembangan jumlah anggota dari tahun ketahun.

Strategi merupakan suatu strategi yang digunakan marketing dalam memasarkan produk terutama produk pembiayaan dengan cara melalui saudara atau tetangga terdekat yang kemudian akan meluas ke masyarakat. Strategi juga diartikan sebagai suatu langkah yang dilaksanakan oleh lembaga keuangan untuk mencapai tujuan.

Sedangkan strategi *Lingkaran Obat Nyamuk* yang dilakukan di KSPPS Artha Abadi, Menurut Ibu Ita selaku *accounting officer* (AO) :

“Dalam menjalankan strategi *Lingkaran Obat Nyamuk* menggunakan konsep yaitu, meyakinkan masyarakat dan calon anggota agar mau mengambil pembiayaan atau bermitra di KSPPS Artha Abadi dan

pengelolaan manajemen yang baik agar mampu bersaing.” (Wawancara dengan AO, 30 Maret 2020).

Konsep yang digunakan dalam strategi *Lingkar Obat Nyamuk* di KSPPS Artha Abadi yaitu sebagai berikut :

- 1) Memberikan keyakinan kepada masyarakat mengenai kemudahan prosedur pengambilan produk pembiayaan yang ada di KSPPS Artha Abadi, karena sangat penting bagi masyarakat untuk mengetahui hal itu agar tertarik pada pembiayaan Modal Kerja di KSPPS Artha Abadi.
- 2) Manajemen yang baik mampu mengembangkan KSPPS Artha Abadi dan mampu bersaing dengan lembaga keuangan lainnya (Reduksi Hasil Wawancara, 30 Maret 2020).

Menurut Ibu Izatin Nada, selaku *Marketing* menuturkan penerapan strategi *Lingkar Obat Nyamuk* yang dilakukan di KSPPS Artha Abadi :

“Dalam penerapan strategi yang digunakan KSPPS Artha Abadi melalui anggota yang sudah pernah mengambil pembiayaan modal kerja sebelumnya yang kemudian dengan anggota lain mempromosikan produk pembiayaan modal kerja, selain itu juga melalui bazar atau pameran yang bisa memikat calon anggota baru untuk mengambil pembiayaan”(Wawancara AO, 10 Maret 2020).

Penerapan strategi *Lingkar Obat Nyamuk* di KSPPS Artha Abadi dilakukan dengan cara bantuan anggota KSPPS Artha Abadi untuk mempromosikan adanya produk pembiayaan modal kerja kepada anggota lain atau tetangga maupun keluarga dari anggota tersebut, dengan demikian produk pembiayaan modal kerja tersebut mudah diketahui banyak orang sehingga dapat menambah anggota. Strategi ini tidak hanya dilakukan oleh anggota, namun dapat dilakukan disekitar kantor KSPPS Artha Abadi dan calon anggota yang rumahnya dekat dengan karyawan KSPPS Artha Abadi.

Karena bauran pemasaran strategi *Lingkaran Obat Nyamuk* ini mengutamakan calon anggota yang memiliki kerabat terdekat maupun calon anggota yang rumahnya dekat dengan KSPPS Artha Abadi (Reduksi Hasil Wawancara, 10 Maret 2020).

Bapak khafid, selaku kepala bagian pemasaran KSPPS Artha Abadi kantor

Cabang kota menuturkan :

“Dalam memasarkan produk pembiayaan khususnya peningkatan calon anggota baru di KSPSS Artha Abadi hanya berkisar 0,2% perbulan. Ini dikarenakan anggota yang sudah mengambil pembiayaan KMK (Modal Kerja) banyak yang minta perpanjangan kontrak pengambilan pembiayaan yang sudah jatuh tempo”(Wawancara dengan Kepala Bagian Pemasaran, 1 Maret 2020).

Strategi *Lingkaran Obat Nyamuk* dalam pemasaran produk pembiayaan untuk meningkatkan calon anggota baru hanya berkisaran 0,2% perbulan. Anggota yang sudah mengambil pembiayaan modal kerja berminat untuk memperpanjang kontraknya yang sudah jatuh tempo (Reduksi Hasil Wawancara, 1 Maret 2020).

Menurut ibu Ita, selaku marketing sekalian AO menuturkan bahwa :

“Anggota lama yang sudah mengambil pinjaman pembiayaan ini menyampaikan kepada calon anggota yang sedang mencari pinjaman diberitahu agar calon anggota mengambil pinjaman pembiayaan ke KSPPS Artha Abadi tidak mendapatkan apa-apa dikarenakan anggota lama niatnya membantu calon anggota untuk mendapatkan pinjaman pembiayaan ditempat yang sudah diyakinkan amanah ke anggotanya”(Wawancara, 10 Agustus 2020).

Dalam mempromosikan produknya KSPPS Artha Abadi dibantu oleh anggota lama yang sebelumnya sudah dan bahkan aktif dalam pengambilan pembiayaan. Anggota lama yang sudah mempromosikan produk kepada calon anggota yang sedang dan ingin mengambil pembiayaan tidak mendapat apa-apa karena mempunyai niat untuk

membantu calon anggota mendapatkan pinjaman pembiayaan yang sudah diyakini amanah kepada anggotanya (Reduksi Hasil Wawancara, 10 Agustus 2020).

Dalam penelitian ini, peneliti mengamati ada beberapa strategi yang terbukti efektif digunakan dalam memasarkan produk pembiayaan khususnya pembiayaan modal kerja di KSPPS Artha Abadi Cabang Kota, strategi tersebut dapat dijelaskan seperti dibawah ini:

1) Melakukan Iklan

Dalam proses pengenalan produk-produk simpanan yang dilakukan KSPPS Artha Abadi Cabang Kota yaitu, memasarkan dan memperkenalkan kepada masyarakat melalui:

- a) Penyebaran *brosur*, dilakukan dikantor maupun langsung penyebaran dilapangan. Strategi ini adalah strategi yang tidak akan putus atau mati oleh zaman dan harus selalu dilakukan di KSPPS Artha Abadi Cabang Kota.
- b) Melalui media sosial seperti, *facebook*, *website*, dan baru-baru ini yang sedang dilakukan yaitu, memanfaatkan media sosial *whatsapp* melalui status *whatsapp*, seperti yang baru dilakukan yaitu simpanan berjangka berhadiah dengan mewajibkan seluruh pengelola maupun karyawan memposting status tentang simpanan berjangka berhadiah selama tujuh hari berturut-turut. Jika ada pengelola maupun karyawan yang tidak memposting maka akan mendapatkan teguran oleh kepala bagian pemasaran.

2) Strategi Jemput Bola

Jemput bola merupakan sebuah strategi bagi marketing dalam melakukan kegiatan pemasaran secara langsung yaitu dengan mendatangi anggota dan calon anggota. Kegiatan jemput bola merupakan strategi lama yang memang harus selalu dilaksanakan karena KSPPS Artha Abadi Cabang Kota ini merupakan lembaga keuangan yang bergerak dalam bidang jasa, jika tidak dari pihak koperasi yang berjalan maka kegiatan operasional ini sulit berjalan mengingat banyaknya competitor dan faktor penghambat lain. Kegiatan ini dilakukan KSPPS Artha Abadi untuk mempermudah anggotanya dalam menabung atau kegiatan transaksi lainnya. Marketing dan kepala marketing terlibat langsung dan ikut terjun ke lapangan untuk melayani anggota dan calon anggota, hal ini dikarenakan tidak semua anggota dapat datang langsung ke kantor KSPPS Artha Abadi Cabang Kota. Untuk anggota yang ingin menabung dan tidak bisa datang ke kantor dapat menghubungi marketing, karena pelayanan ini diberikan kepada anggota dengan mengambil setoran simpanan maupun angsuran ke rumah, toko, maupun pasar tempat yang diinginkan anggota.

3) Strategi "Lingkaran Obat Nyamuk"

Strategi ini dilakukan dengan mempromosikan kepada orang terdekat ataupun kerabat mengenai produk-produk simpanan dan pembiayaan yang ada di KSPPS Artha Abadi, sehingga banyak yang

mengetahui produk-produk serta keunggulannya. Dengan demikian maka dapat mempercepat penyaluran informasi pada orang lain.

Selain strategi dalam memasarkan produk, strategi lain yang digunakan KSPPS Artha Abadi Cabang Kota merupakan usaha dalam mencapai tujuan serta pemenuhan target yang ditentukan kantor. Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi minat menabung dan pengambilan pembiayaan oleh masyarakat, diantaranya:

a) Strategi Produk (*Product*)

Strategi produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Dalam menyediakan produk harus sesuai dan tepat bagi sasaran yang dituju. Penerapan strategi produk yang dilakukan KSPPS Artha Abadi Cabang Kota yaitu mengenai nama-nama produk yang mudah diingat dan menarik minat anggota.

Adapun strategi yang dilakukan oleh KSPPS Artha Abadi sebagai berikut :

- 1) Membuat slogan KSPPS Artha Abadi Cabang Kota yaitu: one day one man.
- 2) Menciptakan *merk* atau tampilan produk yang menarik, seperti:

Produk-produk simpanan dan pembiayaan di KSPPS Artha Abadi meliputi Simpanan Tabungan Masyarakat Jepara (TAMARA), Simpanan Tabungan Siswa (TASWA), Simpanan Bersama Artha (SIBRATA), Simpanan Qurban dan Ziarah, Simpanan TARISA,

Simpanan Berjangka, Pembiayaan Modal Kerja (KMK), Pembiayaan Investasi (KIV), Pembiayaan Jasa Konsumtif (KKT).

b) Strategi Harga (*Price*)

Strategi harga merupakan aspek yang penting dalam menarik minat konsumen. Ketika akan membeli barang, harga menjadi faktor penentu dalam pengambilan keputusan.

Strategi harga yang diterapkan di KSPPS Artha Abadi Cabang Kota dalam produk-produk simpanan maupun pembiayaan adalah sebagai berikut:

Tabel 5. Strategi “Lingkar Obat Nyamuk” Berdasarkan Bauran Mix Strategi Harga KSPPS Artha Abadi Cabang Kota.

NO.	Produk	Simpanan Pokok	Minimal Setoran Simpanan Berikutnya
1.	Simpanan TAMARA	Rp 10.000	Rp 10.000
2.	Simpanan TASWA	Rp 10.000	Rp 5.000
3.	Simpana SIBRATA	Rp 250.000	Rp 250.000
4.	Simpanan Qurban dan Ziarah,	Rp 100.000	Rp 100.000
5.	Simpanan TARISA	Rp 50.000	Rp 50.000
6.	Simpanan	Min. Rp	-

	Berjangka	1.000.000	
7.	Pembiayaan Modal Kerja (KMK)	2%	-
8.	Pembiayaan Investasi (KIV)	2%	-
9.	Pembiayaan Jasa Konsumtif (KKT).	2%	-

c) Strategi Distribusi (*Place*)

Strategi distribusi adalah strategi dalam penentuan lokasi kantor beserta saluran distribusinya, penentuan ini sangat penting. Lokasi menjadi pertimbangan dalam mendirikan usaha, untuk itu agar anggota KSPPS Artha Abadi Cabang Kota dapat menjangkau setiap lokasi kantor, maka melakukan strategi lokasi sebagai berikut:

- 1) Kantor pusat dan kantor Cabang Kota KSPPS Artha Abadi berada di Desa Panggang, Jepara, tepatnya di tengah-tengah pemukiman warga, sehingga pendistribusiannya cukup efektif dan efisien menggunakan strategi "*Lingkar Obat Nyamuk*".
- 2) Kantor Cabang Kecapi KSPPS Artha Abadi, berada di Kecapi di tengah pemukiman warga dan di sebelah Masjid Desa Kecapi, sehingga efektif dan memiliki potensi besar dalam menumbuhkan semangat menabung bagi para anggota.

- 3) Kantor Cabang Mlonggo KSPPS Artha Abadi beralamat di Mlonggo, untuk menumbuhkan semangat menabung masyarakat yang berpotensi sebagai lembaga pendidikan dan memiliki usaha kecil.
- 4) Kantor Cabang Ngabul KSPPS Artha Abadi, berada di komplek Pasar Baru Ngabul memudahkan warga dan pedagang-pedagang kecil dalam membutuhkan dan menaruh dananya

d) Strategi Promosi (*Promotion*)

Agar produk dikenal dan diketahui oleh masyarakat, maka perlu diadakannya kegiatan promosi. Adapun strategi promosi yang dilakukan KSPPS Artha Abadi Cabang Kota dalam memasarkan produk-produknya adalah sebagai berikut:

1. Dengan menaikkan jasa produk-produk di KSPPS Artha Abadi Cabang Kota.
2. Dengan Brosur-brosur dan iklan-iklan yang menarik, sehingga memudahkan dikenal masyarakat bahwa adanya lembaga keuangan non bank KSPPS Artha Abadi Cabang Kota yang menyediakan produk-produk dan jasa keuangan, dengan sagmantasi pasar oleh masyarakat dengan kondisi ekonomi menengah ke bawah.

B. Efektivitas Strategi “Lingkar *Obat Nyamuk*” Dalam Pemasaran Produk Pembiayaan Modal Kerja di KSPPS BMT Artha Abadi

Strategi yang sudah direncanakan dalam produk pembiayaan kepada calon anggota di KSPPS Artha Abadi telah dijalankan, dan telah terbukti efektif dalam memasarkan produk pembiayaan dan simpanan, dalam merencanakan

strategi penyaluran dana pihak KSPPS Artha Abadi harus merancang dengan matang agar mendapatkan hasil maksimal. Dalam praktiknya strategi yang direncanakan dalam menyalurkan dana anggota sama dengan strategi yang telah direncanakan. Strategi yang dilakukan di KSPPS Artha Abadi yaitu strategi di luar kantor atau yang biasa disebut lapangan, yaitu :

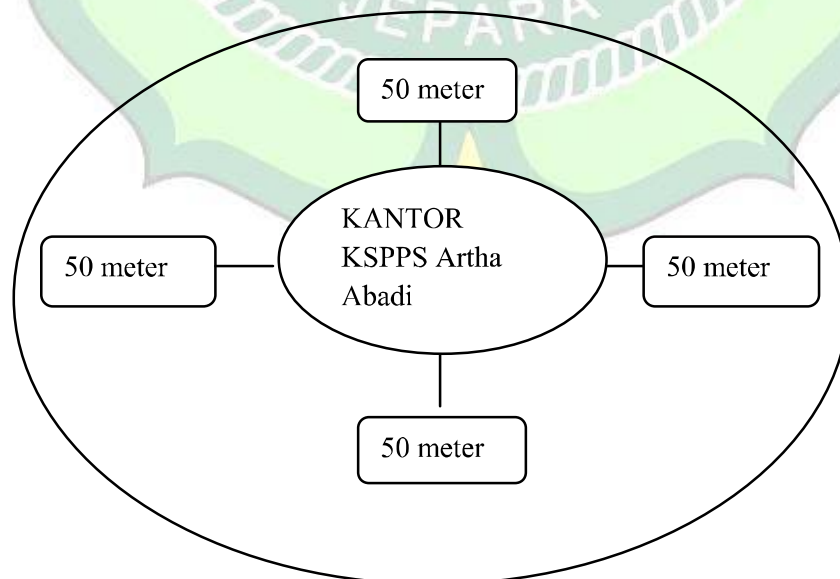
- a. Dengan mengandalkan marketing, yaitu melalui target
- b. Strategi dari mulut ke mulut atau disebut *Lingkaran Obat Nyamuk*, dengan mengandalkan anggota untuk mendatangi rumah anggota yang mengambil pembiayaan ke KSPPS Artha Abadi dan setelah itu ke rumah tetangga-tetangga anggota yang belum mengambil pembiayaan untuk mendapatkan kepercayaan dari calon anggota.
- c. Penyebaran melalui sponsor *bazar*, melalui sosial media untuk menarik keinginan calon anggota (Reduksi Hasil Dari Wawancara AO/Marketing, 27 Januari 2020).

Efektivitas merupakan hubungan yang dilakukan antara suatu tanggungjawab dengan sasaran yang akan dicapai. Semakin besar dana yang dihasilkan daripada pengeluaran terhadap nilai dari pencapaian sasaran, maka itu dapat dikatakan efektif pada nilai produk tersebut. Berikut adalah jumlah anggota pembiayaan modal kerja keseluruhan baik yang masih aktif maupun yang sudah selesai dalam pengambilan pembiayaan modal kerja dari tiga tahun terakhir 2017-2019 yaitu :

Tabel 6. Jumlah anggota keseluruhan pembiayaan modal kerja

TAHUN	ANGGOTA	PERSENTASI KENAIKAN
2017	98	21%
2018	156	32%
2019	230	47%
Total	484	100%

Jumlah anggota pada pembiayaan modal kerja yang ada di KSPPS Artha Abadi Cabang Kota pada tahun 2017 sebanyak 98 anggota dan tahun 2018 sebanyak 156 anggota sedangkan pada tahun 2019 sebanyak 230 anggota. Sehingga dapat dilihat dari tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa dengan menggunakan strategi pemasaran *lingkaran Obat Nyamuk* yang dilakukan melalui anggota lama pada KSPPS Artha Abadi sangatlah tepat dan efektif ini dikarenakan dalam strategi ini mempunyai kejelasan dalam mencapai tujuan dengan jumlah anggota yang ada dari tahun ketahun mengalami peningkatan (Reduksi Hasil Wawancara, 15 Maret 2020).



Gambar 4. Simulasi Strategi Lingkaran Obat Nyamuk.

Dari gambar diatas dapat dijelaskan bahwa menggunakan strategi *Lingkaran Obat Nyamuk* pada KSPPS Artha Abadi yaitu dengan cara mengambil lingkup dengan jarak terdekat hingga 50 meter dari kantor pusat maupun kantor cabang kota, dikarenakan KSPPS Artha Abadi lebih mengutamakan yang paling terdekat dari kantor. Untuk itu, dapat dikatakan strategi *Lingkaran Obat Nyamuk* ini sangat efektif yang dapat dilihat dari jumlah keanggotaan disetiap tahunnya mengalami peningkatan (Reduksi Hasil Gambar Simulasi Strategi *Lingkaran Obat Nyamuk*).

