ANALISIS PANGSA PASAR DALAM MENGEMBANGKAN PRODUKTIVITAS DANA TALANGAN HAJI (STUDI KASUS: KSPPS MITRA USAHA IDEAL BUNGAH GRESIK)

SKRIPSI

Oleh :

SOLIKHA MIFTAKHUL JANNA
NIM. C74213157

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PRODI STUDI EKONOMI SYARIAH
SURABAYA
2018

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya :

Nama	: Solikha Miftakhul Janna
NIM	: C74213157
Fakultas/Prodi	: Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
Judul Skripsi	:Analisis Pangsa Pasar Dalam Mengembangkan Produktivitas Dana Talangan Haji

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya, 15 Januari 2018

Saya yang menyatakan,

METERAI TEMPEL
50E35AEF838997138
6000
ENAM RIBU RUPIAH

Solikha Miftakhul Janna
C74213157

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Solikha Miftakhul Janna NIM. C74213157 ini telah diperksa dan disetujui untuk dimunaqosahkan.

Surabaya, 15 Januari 2018

Pembimbing,

Deasy Tantriana, MM

NIP. 198312282011012009

PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Solikha Miftakhul Janna NIM. C74213157 ini telah dipertahankan di depan sidang Majelis Munaqasah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya pada hari Senin, tanggal 22 Januari 2018, dan dapat diterima sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program sarjana strata satu Ekonomi Syariah.

Majelis Munaqasah Skripsi :

Penguji I

Deasy Tantriana, MM
NIP: 198312282011012009

Penguji II,

Dr. H. Muhammad Shodiq, S.Ag, M.Si
NIP: 197504232005011002

Penguji III,

Lilik Rahmawati, M.EI
NIP: 198106062009012008

Penguji IV,

Ana Toni Roby Candra Yudha, M.SEI
NUP: 201603311

Surabaya, 22 Januari 2018
Mengesahkan,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
Dekan,

Prof. Akh. Muzakki, M.Ag, Grad.Dip.SEA, M.Phil, Ph.D
NIP: 197402091998031002

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN
Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertandatangan di bawah ini, saya:

Nama : Solikha Miftakhul Janna
NIM : C74213157
Fakultas/Jurusan : FEBI / Ekonomi Syariah
E-mail address : solikha.mj@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusifatas karya ilmiah :

☑ Skripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)

Yang berjudul :

ANALILIS PANGSA PASAR DALAM MENGEMBANGKAN PRODUKTIVITAS DANA TALANGAN HAJI (STUDI KASUS: KSPPS MITRA USAHA IDEAL BUNGAH GRESIK)

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara ***fulltext*** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 6 Februari 2018
Penulis

(Solikha Miftakhul Janna)

ABSTRAK

Analisis Pangsa Pasar Dalam Mengembangkan Produktivitas Dana Talangan Haji

Skripsi yang berjudul "'Analisis Pangsa Pasar Dalam Mengembangkan Produktivitas Dana Talangan Haji". Skripsi ini ditulis berdasarkan latar belakang tentang pembiayaan dana talagan haji di KSPPS Mitra Usaha Ideal Bungah Gresik. Permasalahan pada penelitian ini adalah bagaimana analisa pangsa pasar produk dana talangan haji. Permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana analisa pangsa pasar produk dana talangan haji.

Penelitian ini adalah penelitian lapangan yang dilakukan di Kantor KSPPS Mitra Usaha Ideal Bungah Gresik, sumber data diperoleh dari data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari observasi dan wawancara, sedangkan data sekunder diperoleh dari buku – buku dan literatur lainnya. Sedangkan metode yang digunakan untuk analisa data yaitu metode deskriptif kualitatif. Yang menjadi subyek dalam penelitian ini adalah KSPPS Mitra Usaha Ideal dan yang menjadi obyek adalah pangsa pasar dalam mengembangkan produktivitas dana talangan haji

Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa, produk dana talangan haji masih sedikit peminatnya dikarenakan kurang efektifnya promosi yang dilakukan oleh KSPPS Mitra Usaha Ideal, untuk mempertahankan pangsa pasar KSPPS Mitra Usaha Ideal perlu untuk terus menggunakan konsep pemasaran yang dapat menunjang keberhasilan penjualan pembiayaan dana talangan haji yang dilakukan. Konsep pemasaran tersebut disusun dengan memasukkan empat elemen, konsumen, pasar, pembeli, harga.

Berdasarkan hasil tersebut diharapkan kepada KSPPS Mitra Usaha Ideal untuk lebih meningkatkan promosi mengenai pembiayaan dana talangan haji agar lebih banyak lagi anggota yang melakukan pembiayaan dana talangan haji.

Kata kunci : Pangsa Pasar dan Produktivitas dana Talangan Haji.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR ISI

Halaman

SAMPUL DALAM ..... **i**

PERNYATAAN KEASLIAN ..... **ii**

PERSETUJUAN PEMBIMBING ..... **iii**

PENGESAHAN ..... **iv**

ABSTRAK ..... **v**

KATA PENGANTAR ..... **vi**

DAFTAR ISI ..... **viii**

DAFTAR TABEL ..... **xi**

DAFTAR GAMBAR ..... **xii**

BAB I PENDAHULUAN **1**

A. Latar Belakang Masalah 1
B. Identifikasi dan Batasan Masalah 7
C. Rumusan Masalah 8
D. Kajian Pustaka 8
E. Tujuan Penelitian 11
F. Kegunaan Hasil Penelitian 11
G. Definisi Operasional 12
1. Pangsa Pasar 13
2. Dalam mengembangkan produktivitas dana talangan haji 13
H. Metode Penelitian 14
1. Metode Penelitian 14
2. Sumber Data 15
3. Tekhnik Pengumpulan Data 16
I. Sistematika Pembahasan 21

BAB II KERANGKA TEORI **24**

A. Pangsa Pasar 24
1. Pengertian Pangsa Pasar 26
2. Strategi Memperluas Pangsa Pasar 31
3. Mengukur Pangsa Pasar yang ada Dalam Suatu Pasar 34
4. Strategi Mempertahankan Pangsa Pasar 35
5. Cara Menghitung Pangsa Pasar 36

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

6. Memahami Peran Pangsa Pasar 38
7. Memahami Kekuatan dan Keterbatasan PangsaPasar 39
B. Produktivitas 42
1. Konsep Produktivitas 42
C. Haji 44
1. Latar Belakang Ibadah Haji 44
2. Syarat dan Rukun Haji 44
3. Macam – macam Haji 46
D. Pembiayaan 46
1. Pengertian Pembiayaan 46
2. Risiko Pembiayaan 47
BAB III DATA PENELITIAN 49
A. Gambaran Umum Koperasi Simpan Pinjam (MUI) 49
1. Sejarah Berdiri dan Berkembangnya KSPPS – MUI Bungah 49
2. Visi dan Misi KSPPS – MUI 51
3. SDM (Sumber Daya Manusia) 51
4. Struktur Organisasi KSPPS – MUI 52
B. Macam-macam Produk dan Pembiayaan KSPPS-MUI Bungah 54
C. Fungsi Pembiayaan di KSPPS-MUI Bungah..... 55
D. Ketentuan Pembiayaan dan Mekanisme Perhitungannya 57
E. Perkembangan Dana Talangan Haji 61
F. Perkembangan Bisnis KSPPS – MUI Bungah Dalam Roda Organisasi 64
1. Perkembangan KSPPS – MUI Bungah..... 64
2. Distribusi Sisa Hasil Usaha KSPPS – MUI Bungah..... 66
3. Perencanaan Keuangan KSPPS – MUI 67
4. Tingkat Pertumbuhan Transaksi Pembiayaan KSPPS – MUI ... 68
G. Karakteristik Pribadi Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Keputusan Membeli dipengaruhi oleh Karakteristik Pribadi 71
1. Umur Tahap Daur Hidup 71
2. Pekerjaan 71
3. Situs Ekonomi 71
4. Kepribadian 71
5. Citra Diri 71
6. Gaya Hidup..... 72
H. Proses Berjalannya Pembiayaan Dana Talangan Haji 73
I. Nilai Plus Sistem Dana Talangan Haji 73
J. Analisis Pangsa Pasar Dalam Mengembangkan Produktivitas Dana Talangan Haji 74
BAB IV ANALISIS DATA 80

A. Analisis Pangsa Pasar Dalam Mengembangkan Produktivitas Dana Talangan Haji 80
B. Cara Menghitung Pangsa Pasar 81
C. Contoh Mengukur Pangsa Pasar..... 82
BAB V KESIMPULAN..... 88

DAFTAR PUSTAKA 90

LAMPIRAN

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Lembaga keuangan merupakan bagian dari sistem keuangan syariah yang pada umumnya menawarkan berbagai produk/jasa keuangan antara lain proteksi asuransi, berbagai jenis tabungan dan deposito, program dana pensiun koperasi, penyediaan sistem pembayaran, mekanisme transfer dana, leasing, dan lain-lain. Sedangkan lembaga keuangan syariah menawarkan produk/jasa antara lain bergerak dalam berbagai skim tabungan dan deposito, pegadaian syariah, pasar modal dan pasar uang syariah, program dana pensiun syariah, menyelenggarakan lalulintas pembayaran, dan lain-lain yang kesemuanya sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Kegiatan usaha yang berdasarkan prinsip syariah, antara lain adalah kegiatan usaha yang tidak mengandung unsur *riba, maisir, gharar, haram, dan zalim.* [1]

Bagi masyarakat menengah ke atas lebih senang memanfaatkan lembaga perbankan syariah, sedangkan masyarakat menengah ke bawah memanfaatkan lembaga keuangan syariah demi mendapatkan bagi hasil sesuai dengan prinsip syariah. Salah satu strategi untuk mempertahankan lembaga keuangan syariah adalah dengan menambah produk-produk di lembaga keuangan syariah, salah satu produk yang diminati masyarakat adalah "dana talangan haji".

[1] Nur Lailah, dkk, *Lembaga Keuangan Islam non Bank* (Surabaya: CV Mitra media nusantara, 2013), 3.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Koperasi simpan pinjam pembiayaan syariah mitra usaha ideal (KSPPS-MUI) yang berada di Jl. Raya Bungah KM. 18, RT. 04 RW.02, Kec. Bungah-Gresik, Memiliki produk dana talangan haji meskipun saat ini dana talangan haji sudah tidak diperbolehkan lagi akan tetapi pada KSPPS MUI (Mitra Usaha Ideal) Bungah Gresik produk ini masih baru beberapa bulan berjalan dan memiliki ± 35 nasabah.

Adapun ilustrasi pembiayaan dana talangan haji pada KSPPS-MUI :

1. Syarat pengajuan :
   a) Foto Copy KTP
   b) Foto Copy KK
   c) Foto Copy surat nikah dan
   d) Modal 6.000.000 dengan rincian sebagai berikut :

Tabel 1.1 Rincian Modal

DP kursi	Rp. 2.500.000
Administrasi	Rp. 100.000
Tabungan di Bank	Rp. 100.000
Tabungan Koperasi	Rp. 300.000
Ujrah	Rp. 300.000

Dana talangan yang diberiakan koperasi adalah 22.500.000 dan harga kursi untuk mendaftar adalah 25.000.000, jangka waktu pelunasan pembiayaan 1 tahun harus sudah mengembalikan biaya talangan, akan tetapi jika belum bisa melunasi bisa diperpanjang dan membayar ujrah yang telah di tentukan.

Dalam pembayaran cicilan tidak ada perincian khusus karena sesuai kesepakatan pembayaran dilakukan dengan cara, anggota menyetor uang ke tabungan minimal Rp.400.000 setiap bulan selama

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

12bulan jadi tidak ada penentuan cicilan setiap bulan yang harus dibayarkan.

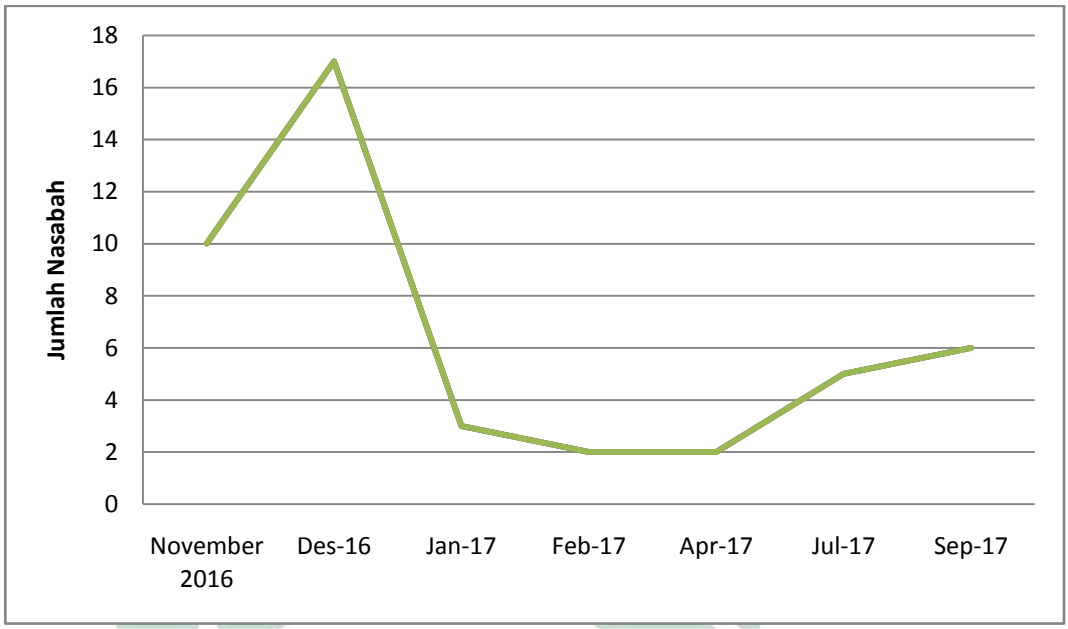
Pembiayaan talangan haji ini di peruntukkan untuk nasabah menengah ketasa yang memiliki penghasilan cukup, dan pembiayaan tidak langsung di setujui karena untuk nasabaha yang sudah melaksanakan haji kurang dari 15 tahun tidak diperbolehkan mengajukan pembiayaan.

Menurut salah satu karyawan bagian marketing KSPPS – MUI menjelaskan, bahwa asal mula produk dana talangan haji terbentuk karena ada salah satu lembaga keuangan syariah yang bersilaturahmi ke KSPPS – MUI dan tetap bermaksud untuk promosi lembaga keuangan tersebut adalah bank panin. Pihak lembaga keuangan syariah yang menjelaskan masalah kepengurusan dan akhirnya terjalin suatu kejasama.[2] KSPPS – MUI dan Bank Panin menjalin kerjasama dalam hal kepengurusan. Setelah terjalin kerja sama antara KSPPS-MUI dan Bank Panin, KSPPS – MUI membuat rekening induk pada Bank Panin. Jika nasabah ingin melakukan pembiayaan talangan haji maka uang akan diambilkan dari rekening induk tersebut. Pada kerjasama ini koperasi dan bank sama-sama sebagai penyedia dana dan juga sebagai pendamping anggota calon jamaah haji dalam pengurusan sampai ke kemenag. Keuntungan yang didapat bank panin adalah mendapatkan banyak nasabah. Target pemasaran KSPPS- MUI setiap bulan adalah 12 pembiayaan tetapi sampai saat ini yang melakukan pembiayaan belum stabil kadang mencapai target tetapi kadang juga tidak mencapai target.

[2]Anneke, *wawancara*, Kantor pusat KSPPS MUI Bungah Gresik, 7 april 2017.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Gambar 1.1 Grafik Pertumbuhan Dana Talangan Haji



Dari grafik pertumbuhan dana talangan haji diatas dapat disimpulkan bahwa dalam kurun waktu 7bulan setelah dibukanya produk pembiayaan dana talangan haji pada bulan November 2016 pertumbuhan dana talangan haji masih belum stabil kadang mengalami kenaikan dan kadang mengalami penurunan yang sangat rendah, langkah yang dilakukan lembaga untuk meningkatkan penjualan dengan cara promosi mendatangi majelis ta'lim, menyebar brosur, dan juga mengadakan pertemuan antar anggota setiap bulannya.

KSPPS-MUI merupakan lembaga keuangan yang sedang merambah eksistensinya baik secara lokal maupun interlokal, dengan jumlah nasabah Kantor Pusat 2827, Kantor Cabang Menganti 1045 dan Kantor kas Sidayu 752 nasabah. Dengan menggunakan layanan jemput bola, memudahkan masyarakat dalam

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

melakukan kegiatan menabung, penarikan tabungan, dan penagihan oleh bagian pemasaran.

Dengan orientasi layanan menengah kebawah, menjadikan masyarakat kecil juga dapat merasakan perhatian lebih berkaitan dengan perihal menabung dan melakukan pembiayaan serta pembayaran angsuran, karena jika di lembaga perbankan konvensional masyarakat menengah kebawah kurang dihiraukan, karena pangsa pasar mereka sebagian besar adalah masyarakat menengah keatas. Dengan demikian KSPPS-MUI dapat dijadikan referensi lembaga keuangan yang dapat mengayomi nasabahnya dengan sangat baik.

Suatu perusahaan pada umumnya tak mampu beroperasi didalam pasar yang sangat luas melayani konsumen. Konsumen terlalu banyak terpencar-pencar dan sangat bervariasi kebutuhan dan keinginan mereka. Beberapa pesaing akan mendatapkan posisi yang lebih baik didalam melayani segmen konsumen yang khusus dari pasar yang terlalu luas tersebut.[3] Untuk mengembangkan suatu produk dari lembaga keuangan syariah perlu meliahat pangsa pasar yang ada, pangsa pasar sendiri adalah bagian dari keseluruhan permintaan suatu barang yang mencerminkan golongan konsumen menurut ciri khasnya, contoh dilihat dari tingkat pendapatan, umur, jenis kelamin, pendidikan, status sosial. Untuk menarik konsumen, strategi pemasaran yang dilakukan KSPPS – MUI adalah melakukan promosi yang biasanya dilakukan kepada anggota/calon anggota, masyarakat,

[3]J.Supranto dan Nandan Limakrisnan, *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2011) hal.183

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

anggota jam'iyah, lembaga-lembaga dan menjalin kerjasama dengan KBIH serta menjelaskan bagaimana keuntungan dari mendaftar kafalah haji di koperasi.

Pembiayaan talangan haji merupakan pinjaman dana talangan lembaga keungan syariah non bank (KSPPS – MUI) ke anggota/calon anggota untuk menutupi kekurangan dana dan memperoleh kursi haji pada saat pelunasan di BPIH.

Menggunakan dana talangan haji dari lembaga keuangan syariah non bank bukan berarti kita beribadah haji dengan cara berhutang. Akan tetapi yang dimaksud dana talangan disini adalah dana talangan yang kita gunakan untuk memesan porsi haji. Sehingga selama kita menunggu keberangkatan kita bisa membayar angsuran dana talangan yang diberikan. Hal ini mengingat waktu yang digunakan untuk menunggu hingga waktu keberangkatan khususnya dari indonesia yang cukup lama karena adanya batasan kuota.

Dengan dana talangan ini kita bisa segera mendapatkan nomor porsi haji kita meskipun dana yang kita kumpulkan belum mencapai kata cukup. Bayangkan kalau harus cukup terlebih dahulu maka kita juga baru bisa mendaftar dan mendapatkan porsi haji 2 sampai 3 tahun kemudian bahkan bisa lebih belum ditambah masa menunggu keberangkatan.[4]

Berhaji ke Baitullah merupakan salah satu dari Rukun Islam yang ke lima,

sehingga wajib bagi setiap muslim yang telah Aqil Baligh untuk melaksanakannya. Allah SWT berfirman:

[4] Brosur produk Dana Talangan Haji tahun 2016

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

إِنَّ أَوَّلَ بَيْتٍ وُضِعَ لِلنَّاسِ لَلَّذِي بِبَكَّةَ مُبَارَكًا وَهُدًى لِّلْعَالَمِينَ

"*Sesungguhnya rumah yang mula-mula dibangun untuk (tempat beribadah) manusia, ialah Baitullah di Bakkah (Mekah) yang diberkahi dan menjadi petunjuk bagi semua manusia*." (QS.Ali Imran:96)[5].

فِيهِ آيَاتٌ بَيِّنَاتٌ مَّقَامُ إِبْرَاهِيمَ ۖ وَمَن دَخَلَهُ كَانَ آمِنًا ۗ وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ
حِجُّ الْبَيْتِ مَنِ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا ۚ وَمَن كَفَرَ فَإِنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ عَنِ الْعَالَمِينَ

"Mengerjakan haji adalah kewajiban manusia terhadap Allah, yaitu (bagi) orang yang sanggup mengadakan perjalanan ke Baitullah; Barang siapa yang mengingkari (kewajiban haji), maka sesungguhnya Allah Maha Kaya (tidak memerlukan sesuatu) dari semesta alam".(QS.Ali Imran:97).[6]

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul***"Analisis Pangsa Pasar Dalam Mengembangkan Produktivitas Dana Talangan Haji"*** yang dilakukan di KSPPS Mitra Usaha Ideal Bungah Gresik. Peneliti tertarik untuk mengangkat penelitian ini karena di KSPPS MUI Bungah Gresik produk dana talangan haji masih baru beberapa bulan berjalan, akan tetapi peminat sudah mulai banyak yang berminat.

B. Identifikasi dan Batasan Masalah

Berkaitan dengan masalah yang akan diteliti, maka penulis melakukan identifikasi masalah yaitu:

[5]QS. Ali Imran 96 - 97, diambil dari Al-Qur'an digital dalam http://www.alquran.digital.com, diakses pada 19 maret 2017
[6]ibid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Lembaga keuangan syariah merupakan suatu kegiatan yang mempunyai prinsip tidak mengandung unsur *riba, maisir, gharar, haram, dan zali.*
2. Hadirnya lembaga keuangan syariah non bank merupakan peluang yang prespektif bagi bisnis lembaga keuangan syariah non bank
3. Kemenag melarang adanya dana talangan haji pada Lembaga Keuanga

Berdasarkan identifikasi masalah dan kemampuan penulis dalam mengidentifikasi masalah, maka dalam penelitian ini akan dilakukan pembatasan masalah sebagai berikut:

Bagaimana analisis pangsa pasar dalam mengembangkan dana talangan haji di KSPPS-MUI

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang, identifikasi masalah dan batasan masalah di atas, maka penelitian ini memiliki rumusan masalah sebagai berikut:

Bagaimana analisa pangsa pasar produk dana talangan haji?

D. Kajian Pustaka

Kajian pustaka merupakan deskripsi ringkasan tentang kajian atau penelitian yang sudah dilakukan di seputar masalah yang akan diteliti, sehingga terlihat jelas bahwa kajian yang akan dilakukan ini tidak merupakan pengulangan atau duplikasi dari kajian atau penelitian yang telah ada. Penelitian ini tentu tidak lepas dari penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai pandangan dan juga referensi. Adapun penelitian yang telah ada dan berkaitan dengan judul yang diteliti, seperti karya-karya dibawah ini :

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pertama, penelitian Rita Andesta yang berjudul, "Pengelolaan Pembiayaan Dana Talangan Haji pada Bank Syariah Mandiri Cabang Pekanbaru".[7] Hasil dari penelitian ini adalah pembiayaan dana talangan haji pada Bank Syariah Mandiri Cabang Pekanbaru, telah memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam rangka pendaftaran haji untuk memperoleh nomor porsi atau pelunasan BPIH. Semenjak dipromosikannya dana talangan haji ini kini telah mengalami peningkatan-peningkatan yang sangat bagus, dengan adanya produk pembiayaan dana talangan haji telah membantu nasabah yang mempunyai masalah dalam ongkosnaik haji dalam memperoleh nomor porsi haji. Penelitian ini dilaksanakan pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Pekanbaru. Sempel dalam penelitian ini adalah 6orang karyawan yang diambil dari 20 populasi karyawan bank, dan 37 responden yang di ambil dari populasi yang berjumlah 250 nasabah, pengambilan sempel ini menggunakan sistem teknik random sampling. Teknik pengumpulan data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, angket dan dokumentasi, sedangkan teknik analisis data yang digunakan adalah metode deskriptif.

Kedua, Penelitian Denny Sarwani berjudul, "Strategi Pemasaran Produk Tabungan Mabrur Junior Bank Syariah Mandiri KCP Pondok Pinang".[8] Hasil dari penelitian ini adalah, Strategi-strategi yang dilakukan Bank Syariah Mandiri KCP Pondok Pinang terhadap produk tabungan mabrur junior untuk

[7]Rita Andesta, "Pengelolaan Pembiayaan Dana Talangan Haji pada Bank Syariah Mandiri Cabang Pekanbaru", (Skripsi--Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Qasim Riau Pekanbaru,2010)

[8]Denny Sarwani, "Strategi Pemasaran Produk Tabungan Mabrur Junior Bank Syariah Mandiri KCP Pondok Pinang" (skripsi--Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Ilmu Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2015).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menarik minat nasabah dalam pemasaran yaitu dengan strategi jemput bola mencari nasabah diantaranya memprioritaskan pemasaran kepada para pelajar dan para orang tua. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif yang mengorganisir semua data melalui observasi, wawancara.

Ketiga, peneliti Nur Sa'Adah yang berjudul, "Analisis strategi pemasaran produk talangan haji di Bank Syariah Mandiri (BSM) Cabang Ungaran Semarang".[9]Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan strategi pemasaran produk talangan haji dari aspek diferensiasi dalam memberi pelayanan dan informasi cukup memuaskan untuk sasaran mitra dan nasabah produk talangan haji BSM cabang Ungaran Semarang yaitu seperti KBIH (Kelompok Bimbingan Ibadah Haji), Komunitas Pengajian, Pegawai Negeri Sipil (PNS), Puskesmas, Kepala Sekolah, Tokoh Agama dan orang-orang yang berinteraksi dengan masyarakat. Dengan pelayanan yang baik dan memuaskan disertai adanya berbagai penghargaan membuat citra Bank Syariah Mandiri bagus di mata masyarakat. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (fieled research) dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan sumber data primer dan data sekunder.

Berdasarkan pada beberapa kajian pustaka di atas, belum ditemukan kajian yang membahas tentang "Analisis Pangsa Pasar Dalam Mengembangkan Produktivitas Dana Talangan Haji".

[9]Nur Sa'adah, "Analisis Strategi Pemasaran Produk Talangan Haji di Bank Syariah Mandiri (BSM) Cabang Ungaran Semarang" (skripsi- - Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Syariah dan Ekonmi Islam IAIN Walisongo Semarang, 2013).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

E. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini yaitu :

Untuk Menganalisa pangsa pasar dalam mengembangkan dana talangan haji.

F. Kegunaan Hasil Penelitian

Adapun kegunaan hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang terkait dengan penelitian ini baik secara teoritsi maupun secara praktis, antara lain:

1. Kegunaan Secara Teorotis :

   Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan sumber pengetahuan tentang analisis pangsa pasar dalam mengembangkan produktivitas dana talangan haji di KSPPS Mitra Usaha Ideal Bungah Gresik

2. Kegunaan Bagi Praktis

   a. Bagi Peneliti

      Dapat mengaplikasikan ilmu yang telah didapat selama perkuliahan dan mengetahui secara langsung penerapat tentang teori mengenai koperasi serta pembiayaan yang ada dalam koperasi.

   b. Bagi KSPPS Mitra Usaha Ideal

      Hasil penelitian ini diharap dapat memberikan suatu masukan yang bermanfaat untuk membantu KSPPS dalam mengambil langkah-langkah dan dapat juga dijadikan bahan pertimbangan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

evaluasi sebagai masukan dan saran untuk dapat memperbaiki dan mengembangkan Produk Dana Talangan Haji.

c. Bagi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya dan Mahasiswa

Hasil penelitian ini diharapkan sebagai sumbangan karya ilmiah yang dapat memperkaya koleksi perpustakaan serta mungkin dapat bermanfaat bagi mahasiswa dengan adanya tambahan pengetahuan dan informasi untuk atau bagi yang akan melakukan penelitian pada bidang yang sama di masa mendatang.

d. Bagi Masyarakat

Masyarakat dapat mengetahui lebih jauh tentang KSPPS Mitra Usaha Ideal serta pembiayaan dana talangan haji. Dan dengan hasil penelitian ini diharap dapat digunakan sebagai acuan perbandingan penelitian yang akan datang yang berkaitan dengan pembiayaan dana talangan haji.

G. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel atau konstrak dengan cara memberikan arti atau mempresifikasikan kegiatan ataupun memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur konstrak atau variabel tersebut memperoleh gambaran yang jelas dan konkrit tentang arah dan tujuan yang terkandung dalam konsep penelitian, maka perlu dijelaskan terlebih dahulu beberapa istilah kunci yang ada dalam judul di atas. Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan :

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Istilah kunci : Pangsa pasar, Produktivitas dana talangan haji.

1. **Pangsa pasar**

   Pangsa pasar adalah bagian dari keseluruhan permintaan suatu barang yang mencerminkan golongan konsumen menurut ciri khasnya contoh dilihat dari tingkat pendapatan, umur, jenis kelamin, pendidikan dan status sosial. Pangsa pasar yang dimaksud pada penelitian ini adalah sasaran KSPPS MUI dalam mempromosikan dana talangan haji adalah anggota dan calon anggota.

2. **Dalam mengembangkan produktivitas dana talangan haji**

   Sebagai tolak ukur cara mengetahui keberhasilan lembaga dalam mengambangkan dana talangan haji. Yang dimaksud pada penelitian ini adalah cara mengembangkan dana talangan haji dengan meningkatkan produk tabungan haji, karena jika tabungan haji meningkat maka dana pada KSPPS juga akan meningkat dengan cara seperti itu maka dana talangan haji akan terus berkembang dan tidaka akan terjadi kekurangan dana. Standart Produktivitas dalam KSPPS adalah sebelum realisasi anggota yang ingin melakukan pembiayaan KSPPS melakukan interview untuk mengetahui masalah kemampuan, karakter dan modal. Karakter yang di tetapkan KSPPS adalah Baik, Jujur, Mampu menyetor uang setiap bulan untuk mengangsur dana talangan haji.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

H. Metode Penelitian

Dalam penulisan karya ilmiah ini, penulis menggunakan metode-metode sebagai berikut:

1. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode kualitatif. Metode kualitatif adalah suatu teknik pengumpulan data yang menggunakan metode observasi partisipasi, peneliti terlibat sepenuhnya dalam kegiatan informan kunci yang menjadi subjek penelitian dan sumber informasi penelitian.[10]

Penulis menggunakan pendekatan kualitatif karena penelitian ini diharapkan mampu menghasilkan suatu untaian mendalam tentang ucapan, tulisan dan tingkah laku yang dapat diamati dari suatu individu, kelompok, masyarakat, organisasi tertentu dalam suatu konteks setting tertentu yang dikaji dari sudut pandang yang utuh, komprehensif dan holistic.[11] Dan dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode studi kasus sebagai sub dari penelitian kualitatif, dimana studi kasus merupakan tipe pendekatan dalam penelitian yang menelaah satu kasus secara intensif, mendalam, mendetail dan komprehensif.

---

[10]Elvinaro Ardianto, *Metodologi Penelitian Untuk Public Relations, Kualitatif dan Kuantitatif* (Bandung: Simbiosa Rekatama Media, 2010) hal.58

[11]Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi* (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2003) hal.213

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Sumber Data

Dalam penelitian ini sumber data dibagi dalam 2 (dua) kategori, yaitu :

a. Sumber Data

Dilihat dari segi sumber perolehan data, atau darimana data tersebut berasal secara umum dalam penelitian dikenal dengan 2 jenis data, yaitu data sekunder dan data primer.

a) Data Primer

Data primer merupakan jenis data yang diperoleh dan digali dari sumber utamanya (sumber asli), baik berupa data kualitatif maupun data kuantitatif. Sesuai dengaan asalnya darimana data tersebut diperoleh, maka jenis data ini sering disebut dengan istilah data mentah *(raw data)*[12]

Sumber data primer dari penelitian ini adalah dari yang ada di KSPPS – MUI Bungah, nasabah yang melakukan pembiayaan dan orang-orang yang berkaitan dalam penelitian ini. Peneliti menggunakan data ini untuk mendapatkan informasi langsung mengenai permasalahan yang penulis teliti yakni tentang analisis pangsa pasar dalam mengembangkan produktivitas dana talangan haji, dimana objek penelitian tersebut

[12]Muhammad, Teguh,*Metodologi Penelitian EkonomiTeori Dan Aplikasi*, (Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada: 1999), 122.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

adalah koperasi simpan pinjam syariah, mitra usaha ideal yang berada di Bungah-Gresik. Narasumber yang diwawancarai adalah pengurus KSPPS – MUI, Manajer, Kabag. Kita, Kabag. Bisnis, karyawan, nasabah yang melakukan transaksi pembiayaan dan marketing KSPPS – MUI.

b) Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data.[13] Sumber data sekunder juga merupakan sumber data pendukung dan pelengkap data penelitian. Sumber data sekunder diambildari berbagai literatur yang ada seperti buku-buku, dokumen-dokumen, surat kabar, majalah, internet, dan kepustakaan lain yang mendukung atau berkaitan dengan pembahasan dalam skripsi.

3. Tehnik Pengumpulan Data

Tehnik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data dan memenuhi syarat yang ditetapkan.[14]

[13] Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D* (Bandung : Alfabeta, 2010), 225.
[14] Ibid 308

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Observasi

Pengamatan (observasi), dalam hal ini peneliti terlibat dengan kegiatan sehari-hari subjek data yang diamati sehingga menggunakan observasi partisipatif.[15] Dalam penelitian ini peneliti ikut serta dalam kegiatan yang dilakukan KSPPS Mitra Usaha Ideal.

b. Wawancara

Wawancara *(interview)*, cara ini dilakukan untuk memperoleh dan menggali data dengan mengadakan tanya jawab langsung dengan informan, informan yang dijadikan obyek dalam wawancara dimaksud, antara lain dilakukan kepada informan kunci, seperti kepada Manager, Kepala Bidang Bisnis, Teller dan beberapa karyawan KSPPS Mitra Usaha Ideal.

Wawancara merupakan alat yang dipergunakan dalam melakukan komunikasi langsung dalam bentuk sejumlah pertanyaan lisan yang dilakukan oleh pengumpul data guan mencari informasi yang dijawab secara lisan oleh interview. [16]Wawancara ditujukan pada Manajer KSPPS – MUI, Perwakilan Pengurus KSPPS – MUI, Kabag Keuangan, IT dan Administrasi, Kabag Bisnis, Karyawan, dan Marketing KSPPS

[15] Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D* (Bandung : Alfabeta, 2010), 227.
[16]Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, Cet.X, 1996), 78.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

– MUI, Nasabah, serta beberapa dokumen yang ada di kantor KSPPS – MUI Bungah yang berkenaan dengan dana talangan haji, guna memperoleh data yang sesuai dengan fokus penelitian.

Jenis wawancara yang digunakan adalah wawancara terstruktur. Wawancara terstruktur adalah merupakan model pilihan apabila pewawancara mengetahui apa yang tidak diketahuinya, dengan merumuskan atau membuat pertanyaan-pertanyaan terlebih dahulu dan informan diharapkan menjawab dalam hal-hal kerangka wawancara dan definisi serta ketentuan dari masalah. Dalam wawancara terstruktur pertanyaan ada ditangan pewawancara dan jawaban terletak pada informan, sehingga hal tersebut diharapkan dapan membantu untuk menggali data tentang Sejarah berdirinya kantor KSPPS – MUI Bungah, Profil KSPPS – MUI Bungah, Sejarah produk dana talangan haji di KSPPS – MUI Bungah, Bagaimana pangsa pasar dalam mengambangkan produktivitas dana talangan haji di KSPPS – MUI Bungah.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen,[17] seperti berupa data-data, arsip-arsip dan gambar-gambar ataupun bentuk lainnya. Dimana dalam kaidah

[17]Husaini Usman dan Purnomo Akbar Setiady, *Metodologi Penelitian Sosial* (Jakarta: PT.Bumi Aksara, 2003) hal. 57

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

metodologi penelitian, sumber data di bagi menjadi dua menurut cara perolehannya, yakni dara primer (primary data) yang merupakan data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian perorangan, kelompok atau organisasi. Dan data sekunder *(secondary data)* yakni data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi atau tersedia melalui publikasi dan informasi yang dikeluarkan di berbagai organisasi atau perusahaan, termasuk majalah jurnal, khusus pasar modal, perbankan dan keuangan.[18]

d. Teknik Pengolahan Data

Setelah data terkumpul maka selanjutnya dilakukan pengolahan data dengan tahapan-tahapan sebagai berikut:

a) *Editing*, yaitu pemeriksaan kembali dari semua data yang diperoleh terutama dari segi kelengkapannya, kejelasan makna, keselarasan antara data yang ada dan relevansi dengan penelitian. Dalam hal ini penulis akan mengambil data tentang pangsa pasar dalam mengembangkan dana talangan haji di KSPPS Mitra Usaha Ideal Bungah Gresik.

b) *Organizing*, yaitu menyusun kembali data yang telah didapat dalam penelitian yang diperlukan dalam kerangka paparan yang sudah direncanakan dengan

[18]Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi* (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2003) hal. 29-30

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

rumusan masalah secara sistematis. Peneliti akan menyusun kembali tentang pangsa pasar dalam mengembangkan dana talangan haji dari penelitian di lapangan ataupun wawancara beserta data-data lain yang didapat untuk kemudian dianalisis agar memudahkan penulis dalam menganalisa data.

c) Penemuan Hasil, yaitu dengan menganalisis data yang telah diperoleh dari penelitian untuk memperoleh kesimpulan mengenai kebenaran fakta yang ditemukan, yang akhirnya merupakan jawaban dari rumusan masalah.[19] Dalam hal ini peneliti akan menganalisis pangsa pasar dalam mengembangkan produktivitas dana talangan haji di KSPPS Mitra Usaha Ideal Bungah Gresik.

e. Tehnik Analisis Data

Analisis data menurut Patton adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori, dan suatu uraian dasar.[20]

Teknik analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara

[19]Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D* (Bandung: ALFABETA, 2008) hal. 243-246

[20] Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013),280.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah difahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data deskriptif kualitatif yaitu cara analisis yang cenderung menggunakan kata-kata untuk menjelaskan fenomena atau data yang diperoleh cenderung menggunakan analisis. Penelitian ini menggunakan pendekatan induktif, dimana induktif adalah cara analisis dari kesimpulan umum atau generalisasi yang diuraikan tenntang KSPPS Mitra Usaha Ideal, sejarah KSPPS MUI, pangsa pasar dana talangan haji KSPPS MUI, analisis pangsa pasar dalam mengembangka dana talangan haji KSPPS MUI. Menjadi contoh-contoh kongkrit atau fakta-fakta untuk menjelaskan kesimpulan atau generalisasi.[21]

I. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan penyusunan skripsi ini, pembahasan dibagi dalam 5 (lima) bab yang memuat ide–ide pokok dan kemudian dibagi lagi menjadi sub–sub bab yang mempertajam ide–ide pokok, sehingga secara keseluruhan menjadi kesatuan yang saling menjelaskan sebagai satu

[21]Fajrul Hakam Chozin, *Cara Mudah Menulis Karya Ilmiah*, (Sumatra: Alpha Grafika, 1997), hlm. 44.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pemikiran. Adapun sistematika penulisan skripsi ini dibagi dalam 5 (lima) bab, diuraikan sebagai berikut :

Bab pertama, bab ini berisi pendahuluan yang memuat tentang latar belakang masalah, identifikasi dan batasan masalah, rumusan masalah, kajian pustaka, tujuan penelitian, kegunaan hasil penelitian, definisi operasional, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab kedua, bab ini menguraikan tentang landasan teori yang merupakan hasil telah dari beberapa literatur yang digunakan sebagai bahan untuk menganalisis data, tujuan dan proses untuk membuka wawasan dan cara berpikir dalam memahami dan menganalisis fenomena yang ada.

Bab ketiga, Pada bab ini berisi tentang sejarah Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Mitra Usaha Ideal di Bungah, latar belakang berdirinya Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Mitra Usaha Ideal di Bungah, Visi dan Misi Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Mitra Usaha Ideal di Bungah, Struktur organisasi Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah di Bungah, produk pembiayaan Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Mitra Usaha Ideal di Bungah, operasional prosedur Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Mitra Usaha Ideal di Bungah, Sejarah dana talangan haji pada Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah dan hasil penelitian.

Bab keempat, Pada bab ini akan membahas tentang Bagaimana pangsa pasar dana talangan haji dan Bagaimana analisis pangsa pasar dalam mengembangkan dana talangan haji.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Bab kelima, Pada bab ini merupakan bab terakhir yang berisi tentang penutup dari penulisan penelitian ini, penulis akan merumuskan kesimpulan dari uraian yang telah disebutkan pada bab-bab sebelumnya. Kesimpulan ini merupakan jawaban dari masalah berdasarkan data yang diperoleh dan akan disajikan secara ringkas dan jelas. sehingga dalam bab ini akan diuraikan mengenai kesimpulan, saran-saran, daftar pustaka dan lampiran-lampiran.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB II

LANDASAN TEORI

PANGSA PASAR dan PRODUKTIVITAS DANA TALANGAN HAJI

A. Pangsa Pasar

Salah satu keputusan penting bagi perusahaan adalah menganalisis pangsa pasar tersebut. Adapun pangsa pasar ini dapat menguntungkan perusahaan dalam mengambil langkah-langkah untuk mengisi pangsa pasar tersebut. Namun tidak semua kesempatan dapat menguntungkan bagi perusahaan.

Menurut Philip Kotler analisis pangsa pasar hanya dapat digunakan dengan kualisifikasi sebagai berikut:[1]

1. Asumsi bahwa kekuatan-kekuatan dari luar mempengaruhi perusahaan dengan cara yang sama, sering kali tidak benar.
2. Asumsi bahwa kinerja suatu perusahaandinilai terhadap rata-rata prestasi semua perusahaan adalah tidak terlalu dapat diterima. Kinerja perusahaan dinilai dari kinerja pesaing terdekatnya. Sebuah perusahaan dengan peluang yang lebih besar dari pada rata-rata seharusnya mendapatkan pangsa pasar yang semakin besar jika pangsa pasarnya tetap, berarti manajemen yang dilakukan kurang baik dan bukan pada tingkat rata-rata.

[1] Kotler Philip, "*Management of Marketing*", (Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia Jakarta, 2005). Hal 427

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Jika semua perusahaan baru memasuki industri, maka setiap pangsa pasar perusahaan yang telah ada dapat jatuh : suatu penurunan dalam pangsa pasar suatu perusahaan mungkin tidak berarti bahwa prestasi perusahaan itu lebih buruk dari pada perusahaan lain.
4. Penurunan pangsa pasar sengaja dibuat oleh perusahaan untuk meningkatkan keuntungan ; sebagai contoh, manajemen mungkin menghilangkan produk yang tidak menguntungkan dan menambah produk yang dirasa menguntungkan.
5. Pangsa pasar dapat berfluktuatif karena banyak alasan seperti contoh dipengaruhi oleh penjualan berskala besar, terjadi di akhir bulan atau pada permulaan bulan berikutnya. Tidak semua pergeseran pada pangsa pasar memiliki dampak nyata dalam pemasaran.

Menurut Sofian Assauri pengertian pangsa pasar adalah suatu analisis untuk mempelajari besarnya bagian atau luasnya total pasar yang dapat dikuasai oleh perusahaan yang biasanya dinyatakan dalam prosentase yang disebut dengan istilah market share.[2]

Pangsa pasar adalah salah satu indikator utama perusahaan yang digunakan untuk mengukur seberapa baik yang perusahaan lakukan daripada pesing.

Pangsa pasar adalah prosentase bisnis atau penjualan suatu perusahaan

[2] Sofian Assauri, *Manajemen Pemasaran dasar, Konsep dan Strategi* (Jakarta:Rajawali Pers, Cet 3, 2000) hal.95

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dari bisnis keseluruhan atau penjualan oleh semua pesaing gabungan di pasar tertentu. Terdapat dua cara yang menyatakan pangsa pasar, meskipun perhitungan sebenarnya sulit untuk didapatkan.[3]

1. Pengertian Pangsa Pasar

Pangsa pasar adalah porsi dari penjualan industri dari barang atau jasa yang dikendalikan oleh perusahaan. Analisis pangsa pasar mencerinkan kinerja pemasaran yang dikaitkan dengan posisi persaingan perusahaan dalam suatu industri. Ada dua teori besar mengenai pangsa pasar yaitu SCP *(structure conduct performance)* dan teori efisiensi. Teori SCP merupakan suatu model untuk menghubungkan antara struktur pasar suatu industri dengan perilaku perusahaan serta kinerjanya. Sedangkan teori efisiensi merupakan suatu model yang menjelaskan bagaimana efisiensi operasional suatu perusahaan mampu mempengaruhi kinerja perusahaan serta pangsa pasarnya.

Hasil penelitian di dunia memiliki beragam hasil yang saling mendukung kedua jenis teori tersebut. Dalam teori *Structure Conduct Performance* (SPC) dimana diyakini bahwa struktur pasar akan mempengaruhi kinerja suatu industri. Aliran ini didasarkan pada asumsi bahwa struktur pasar akan mempengaruhi perilaku dari perusahaan yang pada akhirnya akan mempengaruhi kinerja perusahaan dan industri secara agregat. Dari sudut pandang persaingan usaha, struktur pasar yang terkonsentrasi cenderung berpotensi untuk menimbulkan berbagai perilaku

[3] Gomarketingstrategic, "Pengertian Market Share atau Pangsa Pasar", http://www.gomarketingstrategic.com, diakses pada 11 Januari 2018.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

persaingan usaha yang tidak sehat dengan tujuan untuk memaksimalkan profit. Perusahaan bisa memaksimalkan profit karena adanya *market power*, sesuatu yang lazim terjadi untuk perusahaan dengan pangsa pasar yang sangat dominan *(dominant position)* .

Mahzab teori alternatifnya adalah *Relative Efficiency* (RE). Aliran ini bertentangan asumsi SCP, dimana diyakini bahwa efisiensi perusahan dapat mengakibatkan marjin (kinerja) yang tinggi, sehingga pada akhirnya dapat meningkatkan pangsa pasarnya. Dengan demikian, struktur pasar tidak selalu mempengaruhi kinerja. Aliran RE mengkhawatirkan bahwa pengaturan yang terlalu ketat terhadap struktur pasar (seperti yang direkomendasikan aliran SCP) justru akan mengurangi insentif perusahaan untuk meningkatkan efisiensinya.

Secara garis besar kedua teori tersebut bertentangan pada arah pengeruh. Pada SCP meyakini bahwa pangsa pasar akan mempengaruhi kinerja suatu perusahaan. Di sisi lain teori efisiensi meyakini bahwa kinerja perusahaan akan mempengaruhi pangsa pasarnya.

Beberapa studi mengenai hipotesis efisiensi diukur dengan menggunakan variabel pangsa pasar. Beberapa penelitian di AS menemukan bahwa efisiensi adalah variabel yang dominan dalam menjelaskan profitabilitas perbankan di AS.

Menurut Schuster perusahan dengan pangsa pasar yang lebih besar lebih menguntungkan karena skala ekonomi yang besar mempunyai kekuatan pasar yang lebih besar dan kualitas manajemen yang lebih baik.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Selain itu shepherd dalam teori penguasaan pasar *(market power)* menyatakan bahwa hanya perusahan yang mempunyai pangsa pasar besar dan produk yang terdiferensiasi yang dapat menerapkan penguasaan pasar yang akan memperoleh supernormal profit.[4]

Pangsa pasar merupakan presentase dari total penjualan seluruh perusahaan yang biasanya dinyatakan dalam bentuk presentase.

Menurut John Davis, pangsa pasar menjelaskan penjualan suatu perusahaan (dalam unit atau rupiah) sebagai suatu presentasetentang volume total penjualan dalam suatu industri pasar atau area produk tertentu. Menutut Husein Umar, *Market share* (pangsa pasar) merupakan suatu promosi atau perbandingan antara penjualan industri keseluruhan (total) yang dibuat suatu perusahaan dalam suatu industri.

Perhitungan pangsa pasar dapat dihitung dengan suatu unit atau moneter. Data pangsa pasar terutama digunakan untuk mengevaluasi kemampuan pemasaran perusahaan. Kenaikan suatu jumlah penjualan harus juga memperhatikan jumlah penjualan industrinya.

Rumus dari pangsa pasar ialah:

$$\text{Pangsa Pasar} = \frac{\text{Jumlah penjualan/ unit perusahaan}}{\text{Jumlah penjualan/ unit industri}}$$

[4] Adi Stiawan, "Analisis Pengaruh Faktor Makro Ekonomi, Pangsa Pasar dan Karakteristik Bank Terhadap Profitabilitas Bank Syariah" (Tesis - -Program Pascasarjana, Universitas Diponegoro, 2009).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Atau

$$Ms = \frac{S}{Mt}$$

Dimana :

Ms = pangsa pasar, dinyatakan dalam istilah presentase

S = penjualan

Mt = total pasar

Dengan menggunakan perhitungan pangsa pasar, maka dapat diketahui kedudukan produk dalam suatu pasar dan seberapa besar pasar yang diwakili oleh perusahaan dibandingkan dengan jumlah seluruh pesaing dalam pasar produk yang sama, sehingga perusahaan dapat menentukan langkah-langkah kebijaksanaan pemasaran yang tepat.

Setiap perusahaan pasti menginginkan untuk memperluas pangsa pasar yang ada. Namun, perusahaan perlu mempertimbangkan 3 faktor penting terlebih dahulu sebelum melakukan perubahan guna meningkatkan pangsa pasar yang telah dimiliki. Adapun 3 faktor penting yang harusdiperhatikan dan dipertimbangkan tersebut adalah sebagai berikut:

a. Kemungkinan timbulnya tindakan anti monopoli

   Tindakan anti monopoliakan timbul, apabila suatu perusahaan menunjukkan peninhkatan yang cukup drastis terhadappangsa pasar yang ada ibandingkan dengan perusahaan sejenis lainnya.

b. Biaya ekonomi

c. Pangsa pasar yang lebih besar mungkin mengurangi profitabilitas

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Perusahaan mungkin melakukan strategi bauran pemasaran yang keliru dalam mengejar pangsa pasar yang lebih tinggi sehingga tidak menaikkan laba, walaupun bauran pemasaran tertentu efektif dalam meningkatkan pangsa pasar, tetapi tidak semuanya dapat meningkatkan laba perusahaan yang diperoleh. Dengan kata lain pangsa pasar yang tinggi dapat meningkatkan pendapatan laba, jika biaya per unit yang ada penurunan disertai dengan peningkatan pangsa pasar. Dan jika perusahaan menawarkan produk yang berkualitas unggul dan mengenakan harga yang lebih tinggi, yang jauh lebih dari cukup untuk menutup biaya.

Ada 4 jenis dalam mendefinisikan dan mengukur pangsa pasar yang ada dalam suatu pasar. Ukuran pangsa pasar tersebut antara lain :

a. Pangsa pasar keseluruhan

Pangsa pasar keseluruhan adalah suatu penjualan yang dinyatakan sebagai presentase dari penjualan pasar secara total atau secara keseluruhan dalam suatu industri. Diperlukan dua keputusan untuk menggunakan ukuran ini, yaitu apakah proses perhitungan pangsa pasar akan menggunakan perhitungan dalam unit penjualan atau dalam pendapatan penjualan (suatu mata uang) untuk menyatakan pangsa pasar.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Pangsa pasar yang dilayani

Pangsa pasar yang dilayani adalah persentase dari total penjualan terhadap pasar yang telah dilayani oleh suatu perusahaan. Pasar yang dilayani adalah seemua pembeli yang ingin membeli produknya.

c. Pangsa pasar relatif (untuk 3 pesaing puncak)

Pangsa pasar relatif jenis ini hanya menyatakan persentase penjualan suatu perusahaan dari penjualan gabungan 3 pesaing terbesar dalam bidang yang sama.

d. Pangsa pasar relatif (terhadap pesaing pemimpin)

Beberapa perusahaan melihat pangsa pasar mereka sebagai presentase dari penjualan pesaing pemimpin. Perusahaan yang memiliki pangsa pasar lebih besar 100% disebut sebagai pemimpin pasar, sementara perusahaan yang memiliki pangsa pasar tepat 100% berarti perusahaan tersebut memimpin pasar yang ada bersama-sama.

2. Strategi Memperluas Pangsa Pasar[5]

Ada beberapa cara yang bisa dilakukan untuk meningkatkan pangsa pasar, yaitu :

[5] Koinworks, "Strategi Memperluas Pangsa Pasar", http://koinworks.com/blog/strategi-memperluas-pangsa-pasar , diakses pada 8 Agustus 2017

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Tambahkan produk serta layanan baru

Untuk menjalankan strategi ini dengan serius, dibutuhkan kerja keras. Harus mengetahui produk dan layanan apa yang konsumen inginkan.

Selain itu, beberapa banyak dari mereka yang mau membayar untuk jumlah produk dan layanan baru ini. Selanjutnya, apakah perusahaan mampu memenuhi permintaan mereka atau tidak.

Agar tidak hanya berangan-angan, riset pasar perlu dilakukan untuk mengetahui apa yang diinginkan pasar serta berapa jumlahnya.

b. Menjual Produk dan Layanan Pada Pelanggan yang Sudah Ada dengan Peningkatan Jumlah

Perusahaan akan memerlukan sebuah analisis segmentasi pasar guna mengidentifikasi segmen konsumen yang membeli paling banyak.

Dengan cara ini, maka perusahaan bisa meningkatkan jumlah penjualan kepada konsumen yang sudah ada. Selanjutnya, perusahaan akan fokus pada penjualan serta strategi pemasaran yang fokus di segmen ini. Strategi ini juga terdengar mudah namun cukup sulit mengimplementasikannya jika tidak dengan analisis segmentasi pasar.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. Lebarkan Pasar ke Daerah Baru

Di sini, perusahaan akan mencari pelanggan baru potensial, perusahaan juga membutuhkan riset lapangan agar produk yang ditawarkan akan diterima oleh pelanggan baru. Perusahaan akan melakukan riset pasar untuk menentukan daerah mana yang akan menjadi target pasar.

Jika dimungkinkan potensinya besar, maka langkah selanjutnya adalah memilih lokasi strategis untuk memasarkan produk kepada pelanggan baru sedekat mungkin. Perusahaan akan melakukan beberapa strategi membangun bisnis dari awal.

d. Targetkan Pasar Serta Pelanggan Baru

Perusahaan akan memasarkan produknya berdasarkan demografi tertentu seperti usia, lokasi, jenis kelamin atau psikografis seperti aktivitas, minat juga nilai-nilai tertentu.

Namun, jika hanya itu, tentu perusahaan tidak akan mendapatkan pelanggan baru yang lebih banyak. Pastinya masih ada lagi pelanggan baru yang bisa memanfaatkan produk anda. Cobalah iklankan atau pasarkan produk dengan menggunakan media yang tepat serta waktu yang tepat pula.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

e. Masuk Pada Sistem Penjualan Baru

Strategi ini menuntut perusahaan untuk memasuki dunia bisnis baru yakni ke pemasaran online. Sudah banyak toko kecil kemudian beralih menjadi besar saat ia berhasil memanfaatkan teknologi dan sistem pemasaran online

Dengan media dan strategi online marketing yang baik, maka perusahaan bisa meningkatkan penjualan tanpa batas ruang dan waktu.

Selain itu, peningkatan SEO *(Search Engine Optimization)* juga diperlukan untuk memudahkan pelanggaan dunia maya menemukan produk yang ada di perusahaan.

3. Mengukur Pangsa Pasar yang ada Dalam Suatu Pasar

a. Pangsa Pasar Keseluruhan

Pangsa pasar keseluruhan adalah suatu penjualan yang dinyatakan sebagai presentase dari penjualan pasar secara total atau secara keseluruhan dalam suatu industri.

b. Pangsa Pasar yang Dilayani

Pangsa pasar yang dilayani adalah persentse dari total penjualan terhadap pasar yang telah dilayani oleh suatu perusahaan.

c. Pangsa pasar relatif (untuk 3 pesaing puncak)

Pangsa pasar relatif jenis ini hanya menyatakan persentase penjualan suatu perusahaan dari penjualan gabungan 3 pesaing terbesar dalam bidang yang sama.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

d. Pangsa pasar relatif (terhadap pesaing pemimpin)

Beberapa perusahaan melihat pangsa pasar mereka sebagai persentase dari penjualan pesaing pemimpin.

4. Strategi Mempertahankan Pangsa Pasar[6]

Perusahaan pada umumnya selalu berupaya untuk mendapatkan penjualan dari pelanggan baru, padahal menjaga pelanggan lama juga termasuk sumber pendapatan perusahaan. Terkadang mempertahankan pelanggan agar tetep membeli produk dari kita adalah salah satu hal tersulit dalam berbisnis. Namun dengan fokus mempertahankan pelanggan dalam jangka waktu yang panjang, maka perusahaan secara tidak langsung mempertahankan pangsa pasar yang sudah didapatkan, serta investasi yang dikeluarkan perusahaan akan lebih sedikit.

Berikut adalah strategi untuk mempertahankan pangsa pasar

a. Berikan penawaran tambahan yang menguntungkan pelanggan. Jika perusahaan dapat meningkatkan jumlah produk serta layanan tambahan yang dapat meningkatkan laba perusahaan serta kepuasan di mata pelanggan, maka lakukan hal terdebut.

b. Menghubungi kembali pelanggan lama. Banyak perusahaan yang cepat merasa puas ketika memiliki pelanggan baru terus menerus, tetapi perusahaan tersebut tidak ada waktu untuk mereview kembali hubungan dengan pelanggan lama.

[6] IMNI.CO.ID, "Strategi Mempertahankan Pangsa Pasar", http://imni.co.id/blog/strategi-mempertahankan-pangsa-pasar, diakses pada 8 Agustus 2017.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. Informasikan berita terbaru tentang perusahaan. Banyak cara untuk tetap dapat menjaga hubungan dengan pelanggan, yaitu menghubungi pelanggan dengan alasan *"pemberitahuan bahwa terdapat promo/ kebijakan terbaru serta meningkatkan kembali terhadap kualitas produk dan layanan perusahaan"* . Hal ini dapat membantu perusahaan mempertahankan pangsa pasar.

d. Bangun kedekatan personal dengan pelanggan. Terdapat pelanggan yang merasa risih apabila dihubungi terus menerus dikarenakan mereka merasa bahwa anda sedang *"beriklan secara halus",* namun apabila perusahaan membangun kedekatan secara personal melalui acara khusus seperti kartu ucapan selamat ulang tahun atau hadiah khusus kepada pelanggan, maka pelanggan akan merasa sepesial. Alhasil, perusahaan akan mengingat dan menceritakan tentang perusahaan kepada rekan-rekannya.

5. Cara Menghitung Pangsa Pasar *(Market Share)*[7]

Menghitung pangsa pasar akan membantu menentukan kekuatan suatu perusahaan. Saat diterapkan dengan benar, cara ini dapat menunjukkan prospek perusahaan di masa mendatang.

a. Tentukan periode yang ingin diperiksa pada setiap perusahaan yang dianalisis

[7] WikiHow.com, "Cara Menghitung Pangsa Pasar", http://id.m.wikihow.com/Menghitung-Pangsa -Pasar- (Market Share), diakses pada 8 Agustus 2017.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Periksalah penjualan dalam suatu periode tertentu untuk memastikan perbandingan yang akan dilakukan valid.

anda bisa memastikan penjualan sepanjang kuartal, satu tahun, atau beberapa tahun.

b. Hitunglah pendapatan total *(total revenue)* atau penjualan total (total sales)

Semua perusahaan terbuka harus mengeluarkan laporan keuangan kuartal atau tahunan. Laporan-laporan ini akan menyertakan semua angka penjualan perusahaan, dan mungkin pula disertai penjelasan penjualan produk atau jasa tertentu di dalam catatan kaki laporan keuangan.

c. Carilah penjualan total pasar *(total market share)*

Angka ini menunjukkan penjualan (pendapatan) seluruh perusahaan ke pasar tertentu.

a) Jumlah penjualn total pasar dapat ditemukan melalui laporan publik dari Asosiasi Perdagangan Industri yang terkait. Beberapa perusahaan menawarkan jasa informasi khusus perihal penjualan dalam sektor pasar nasional maupun internasional.

b) Bisa juga menambahkan penjualan perusahaan terbesar yang menjual atau menawarkan produk atau jasa kepada pasar. Jika sejumlah perusahaan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sangat mendominasi pasar sehingga angka penjualan perusahaan-perusahaan kecil porsinya tidak signifikan, angka penjualan seluruh perusahaan besar ini bisa mewakili penjualan total industri tersebut.

d. Bagikan pendapatan total perusahaan dengan penjualan total industri pada pasar

a) Sebagian orang menyajikan pangsa pasar dalam presentase, sementara sebagian lagi menggunakan angkapecahan biasa (beberapa orang bahkan tidak menyederhanakan angka sampai pecahan terkecil). Bentuk penyajiannya tidak penting, asalkan anda mengerti makna dari angka tersebut.

6. Memahami peran pangsa pasar [8]

a. Pahami strategi pasar perusahaan

Semua perusahaan membuat produk dan jasa yang unik dan menawarkannya kepada pasar pada tingkat harga yang berbeda. Tujuannya adalah untuk menarik pelanggan-pelanggan tertentu sehingga perusahaan mampu memaksimalkan laba. Pangsa pasar yang besar (baik diukur dengan unit jual maupun pendapatan total) tidak selalu berarti mampu menghasilkan laba yang tinggi.

[8] ibid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

7. Memahami Kekuatan dan Keterbatasan Pangsa Pasar

a. Ketahui informasi terkait suatu bisnis yang diberikan pangsa pasar.

Pangsa pasar bukanlah hasil akhir yang menyampaikan semua yang perlu anda ketahui. Pangsa pasar justru alat untuk mengawalianalisis. Perusahaan harus mengetahui kekuatan dan kelemahan pangsa pasar sebagai indikator nilai.

a) Pangsa pasar adalah alat yang bagus untuk membandingkan dua perusahaan atau lebih yang saling bersaingan di pasar. Pangsa pasar dapat menampilkan tingkat persaingan perusahaan-perusahaan di dalam suatu industri.

b) Sebagai akibatnya, pangsa pasar dapat mengindikasikan pertumbuhan suatu perusahaan. Jika perusahaan mengalami peningkatan pangsa pasar untuk beberapa kuartal secara berturut-turut, perusahaan tersebut kurang lebih telah mengetahui cara membuat dan memasarkan produk yang diminati pasarnya. Hal ini dapat berlaku untuk kebalikannya.

b. Pahami keterbatasan pangsa pasar sebagai indikator

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pangsa pasar adalah alat terbatas yang dapat membantu mengembangkan persepsi awal terhadap sebuah perusahaan. Nilai pangsa pasar tidak berarti jika hanya berdiri sendiri.

a) Pendapatan total sebagai faktor tunggal penentuan pangsa pasar memberikan sedikit informasi terkait profitabilitas perusahaan. Jika satu perusahaan mencakup sebagian besar pangsa pasar namun laba yang dihasilkan sedikit (pendapatan dikurangi beban) dibandingkan perusahaan lain, pangsa pasar adalah indikator yang kurang substansial terhadap keberhasilan perusahaan saat ini dan di masa depan.
b) Pangsa pasar dapat memberikan banyak informasi terkait pasar dibandingkan perusahaan. Beberapa pasar telah didominasi secara konsisten oleh satu atau sekelompok kecil perusahaan, dan hanya sedikit perubahan yang terjadi selama beberapa tahun terakhir. Kekuatan monopoli hampir mustahil dikalahkan oleh perusahaan-perusahaan lain dalam pasar tersebut sehingga analisis pangsa pasar hanya akan mengukuhkan fakta tersebut. Namun, perusahaan kecil masih mampu meraih sukses dan memiliki profitabilitas yang baik.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. Pikirkan cara pangsa pasar membentuk strategi investasi perusahaan

a) Sebaiknya tidak melakukan investasi pada perusahaan yang tidak mengalami pertumbuhan pangsa pasar selama beberapa tahun terakhir

b) Bisa melakukan pemantauan terhadap perusahaan yang memiliki pertumbuhan pangsa pasar selama beberapa tahun terakhir. Nilai perusahaan kemungkinan akan terus naik, kecuali pengelolaan perusahaan dan profitabilitasnya buruk. Hal ini dapat dilihat dengan menganalisis laporan keuangan perusahaan tersebut.

c) Perusahaan yang mengalami penurunan pangsa pasar mungkin sedang kesulitan.pangsa pasar bukanlah satu-satunyafaktor untuk menentukan kinerja perusahaan, tetapi sebaiknya menjauhi perusahaan ini jika memiliki penurunan laba atau tidak ada produk atau jasa baru ditawarkan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Produktivitas

1. Konsep Produktivitas.

Menurut Rusli Syarif definisi *produktivitas secara sederhana adalah hubungan antara kualitas yang dihasilkan dengan jumlah kerja yang dilakukan untuk mencapaihasil itu.*[9] *Sedangkan secara umum produktivitas merupakan ratio antara kepuasan atas kebutuhan dan pengorbanan yang dilakukan*.

Menurut Basu Swastha dan Ibnu Sukotjo produktivitas adalah sebuah konsep yang yang menggambarkan hubungan antara hasil (jumlah barang dan jasa) dengan sumber (jumlah tenaga kerja, modal, tanah, energi, dan sebagainya) yang dipakai untuk menghasilkan hasil tersebut.[10]

Konsep produktivitas menurut piagam OSLA tahun 1984 J.Ravianto.[11]

a. Produktivitas adalah konsep universal, dimaksudkan untuk menyediakan semakin banyak barang dan jasa yang dapat digunakan banyakorang dengan menggunakan sedikit sumber daya.
b. Produktivitas berdasarkan atas pendekatan multidisiplin yang secara efektif merumuskan tujuan rencana pembangunan dan

[9] Rusli Syarif, *Peningkatan Produktivitas Terpadu (PPT),* (Bandung:Angkasa,1991),hlm 1.
[10] Basu Swastha dan Ibnu Sukotjo, *Pengantar Bisnis Modern*, (Yogyakarta:Liberty, 1995 Cet 3), hlm 281.
[11] J.Ravianto, *Produktivitas dan Manusia Indonesia*, (Jakarta:Siup,1986), hlm 18

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pelaksanaan car-cara produktif dengan menggunakan sumber daa secara efektif dan efisien namun tetap menjaga kualitas.

c. Produktivitas terpadu menggunakan keterampilan modal, teknologi manajemen, informasi, energi dan sumberdaya lainnya untuk mutu kehidupan yang mantap bagi manusia melalui produktivitas secara menyeluruh.

d. Produktivitas berbeda di masing-masing negara dengan kondisi, potensi, dan kekurangan serta harapan yang dimiliki oleh negara yang bersangkutan dengan jangka panjang dan pendek, namun masing-masing negara mempunyai kesamaan dalam pelaksanaan pendidikan dan komunikasi.

e. Produktivitas lebih dari sekedar ilmu teknologi dan teknik menajemen akan tetapi juga mengandung filosofi dan sikap mendasar pada motivasi yang kuat untuk terus menerus berusaha mencapai mutu kehidupan yang lebih baik.

Menurut komarudin *produktivitas pada hakekatnya meliputi sikap yang senantiasa mempunyai pandangan bahwa metode kerja hari ini harus lebih baik dari metode kerja kemarin dan hasil yang dapat diraih esok harus lebih banyak atau lebih bermutu daripada hasil yang diraih hariini.*[12]

Menurut Woekirno *produktivitas adalah kesadaran untuk menghasilkan sesuatu yang lebih banyak daripada yang telah atau*

[12] Komaruddin, *Manajemen Pengawasan Kualitas Terpadu,* (Jakarta: Rajawali Pers ,1992), hlm 121.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sedang berada dalam usahanya. Yang terpenting menambah kegiatan guna menghasilkan lebih dari apa yang telah dicapai. [13]

Dari beberapa pendapat di atas,dapat disimpulkan bahwa produktivitas adalah suatu kemampuan untuk melakukan kegiatan yang menghasilkan suatu produk atau hasil sesuai dengan mutu yang ditetapkan dalam waktu yang lebih singkat

C. Haji

1. Latar Belakang Ibadah Haji

Menunaikan ibadah haji dapat disebut sebagai ibadah tahunana yang hanya dilaksanakan oleh kaum muslim sedunia yang mampu secara material, fisik dan juga keilmuan, ibadah haji hanya dilakukan pada suatu waktu maka disebutlah sebagai musim haji (bulan dzulhijjah)

Orang-orang arab pada zaman jahiliah telah mengenal ibadah haji ini yang mereka warisi dari nenek moyang terdahulu dengan melakukan perubahan. Akan tetapi, bentuk umum pelaksanaanya masih tetap ada, seperti thawaf, sa'i,wukuf,dan melempar jumrah. Hanya saja pelaksanaanya banyak yang tidak sesuai lagi dengan syariat yang sebenarnya. Untuk itu, islam datang dan memperbaiki segi-segi yang salah.

2. Syarat dan rukun haji

Orang yang telah memenuhi syarat sebagai berikut diwajibkan berhaji:

[13] Woekirno Sumardi, *Faktor-faktor ProduktivitasKaryawan*, (Jakarta: Gramedia, 1979), hlm 3.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Islam

b. Baligh

c. Merdeka

d. Berakal

e. Ada kendaraan (bisa sampai)

f. Ada bekal untuk pergi dan untuk yang ditinggalkan

g. Aman perjalanan

Orang kafir orangyang tidak sehat akalnya, anak kecil dan hamba sahaya tidak berkewajiban menunaikan ibadah haji. Adanya kendaraan merupakan salah satu syarat wajib haji. Kalau tempatnya dekat tidak perlu menggunakan kendaraan, berjalan kaki itu lebih baik. Bekal menjadi syarat wajib haji, yaitu bekal yang cukup untuk bepergian dan bekal untuk keluarga yang ditinggalkan selama pergi. Keamanan dalam perjalanan haji juga penting, kalau dalam keadaan tidak aman, orang tidak diwajibkan berhaji.[14]

Rukun haji ada lima, yaitu:

a. Niat,*"sesungguhnya amal itu harus dengan niat"*

b. Ihram, yaitu permulaan melakukan manasik haji.

c. Wukuf di arafah merupakan rukun haji.

d. Thawaf di Baitullah.

e. Sa'i *"Sa'ilah kamu sekalian, karena sesungguhnya Allah ta'alah telah mewajibkan sa'i kepada kami sekalian".*

[14] H.A Fattah Idris dan H. Abu Ahmadi, *Fikih Islam Lenkap,* (Jakarta: Rineka Citra cet ke 3, 2003) 135

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Macam-macam haji

Haji Tamattu', adalah haji yang dilakukan setelah umrah terlebih dahulu, yaitu berniat ihram untuk umrah di miqatnya pada bulan-bulan haji. Setelah selesai melakukan rangkaian ibadah umrah, kemudian *tahallul* (dengan memotong rambut atau menghabisinnya) dari ihram. Untuk haji, berihram di Mekkah pada tanggal 8 Dzulhijjah, jadi ada jarak waktu beberapa hari antara umrah yang dilakukan dan haji yang dilakukan setelahnya.

Haji Qiran, adalah niat melaksanakan ihram untuk umrah dan haji secara bersamaan sejak dri miqat, atau niat ihram untuk umrah lalu memasukkan niat untuk haji sebelum memulai tawaf umrah.

Haji Ifrad, adalah niat ihram untuk haji saja sejak dari miqat dan tetapdalam keadaan ihram sampai melempar *jumrah* pada hari raya Idul Adha.[15]

D. Pembiayaan

1. Pengertian pembiayaan

Pengertian pembiayaan sebagaimana disebutkan dalam keputusan menteri koperasi usaha kecil dan menengah No. 91 Tahun 2004 (Kepmen91/Kep/M.KUKM/IX/2004). *Pembiayaan adalah kegiatan penyediaan dana untuk investasi atau kerjasama permodalan antara koperasi dengan anggota, calon anggota yang mewajibkan penerima pembiayaan itu untuk melunasi pokok pembiayaan yang diterima pihak*

[15] KH. Muhammad Sholikhin, *Keajaiban Haji dan Umrah Mengungkap Kedahsyatan Pesona Ka'bah dan Tanah Suci*, (Jakarta: Erlangga, 2013), 30-31

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

koperasi sesuai akad disertai dengan pembayaran sejumlah bagi hasil dari pendapatan atau laba dari kegiatan yang dibiayai atau penggunaan dana pembiayaan tersebut.[16]

Dalam pelaksanaan pembiayaan, lembaga keuangan harus memenuhidua aspek yang sangat penting.

a. Aspek syar'i dimana dalam setiap realisasi pembiayaan kepada para nasabah,lembaga keuangan syariah harus tetap berpedoman pada syari'at Islam (antara lain tidak mengandung unsur *maysir, garar, riba,* serta bidang usahanya harus halal).
b. Aspek ekonomi yaitu dengan tetap mempertimbangkan perolehan keuntungan, baik bagi lembaga keuangan syariah maupun bagi nasabah lembagakeuangan syariah.

2. Risiko pembiayaan

Dalam penjelasan Pasal 8 Undang-undang Nomor 7 Tahun 1992. UU Nomor 10 Tahun 1998 tentang lembaga keuangan maupun dalam penjelasan 37 UU No. 21 tahun 2008 tentang lembaga keuangan syariah antara lain dinyatakan bahwa kredit atau pembiayaan berdasarkan prinsip syariah yang diberikan oleh lembaga keuangan mengandung resiko, sehingga dalam pelaksanaannya lembaga keuangan harus memperhatikan asas-asas perkreditn atau pembiayaan berdasarkan primsip syariah yang sehat.[17]

---

[16] Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil (bmt),* (Yogyakarta: UII Press 2004),hlm 88.
[17] Faturrahman Djamil, *Penyelesaian Pembiayaan Bermasalah di BankSyariah.* (Jakarta: Sinar Grafika,2012),hlm 72.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Apabila lembaga keuangan tidak memperhatikan asas-asas pembiayaan yang sehat dalam menyalurkan pembiayaan, maka akan timbul berbagai risiko yang harus ditanggung oleh lembaga keuangan antara lain :

a. Utang/kewajiban pokok pembiayaan tidak dibayar.
b. Margin/Bagi hasil/*Fee* tidak dibayar
c. Membengkaknya biaya yang dikeluarkan.
d. Turunnya kesehatan pembiayaan *(finance soundness)*

Resiko-resiko tersebut dapat mengakibatkan timbulnya pembiayaan bermasalah *(non performing financing/NPFs)* yang disebabkan oleh faktor intern lembaga keuangan[18]

[18] Ibid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB III

DATA PENELITIAN

A. Gambaran Umum Koperasi Simpan Pinjam Syariah (Mitra Usaha Ideal) Bungah

1. Sejarah Berdiri dan Berkembangnya KSPPS-MUI Bungah

Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Mitra Usaha Ideal, yang disingkat (KSPPS-MUI), pada awalnya, bernama KJKS-MUI, kemudian di awal tahun 2016, koperasi tersebut beralih nama menjadi KSPPS-MUI. Badan hukum yang dijadikan landasan formal beroperasinya KSPPS-MUI dari Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Gresik dengan Surat Keputusan Nomor: 09/BH/XVI-6/437.56/IV/2012, tanggal 03 April 2012.[1]

Sebagai modal awal didukung oleh Dewan Pendiri yang terdiri 27 anggota, gabungan dari Pengurus MUI Kabupaten Gresik dan tokoh-tokoh yang mempunyai kepedulian terhadap perekonomian yang menggunakan sistem syari'ah. Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Mitra Usaha Ideal (KSPPS-MUI), diresmikan oleh Bupati Gresik Drs. H. Moh. Qosim, M.Si dan Ketua MUI Propinsi Jawa Timur Drs. KH. Abd. Shomad Bukhori, pada tanggal 05 Mei 2012 bertempat di (Kantor Pusat KSPPS-MUI), Jl. Raya Bungah KM.18 Bungah-Gresik.[2]

[1] KSPPS-MUI Bungah, *Profil KSPPS-MUI Gresik*, (Gresik, KSPPS-MUI, 2012), 1.
[2] Ibid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Adapun nama – nama anggota pendiri dari KSPPS-MUI tersebut adalah:

1) Drs.H.Moh.Qosim,M.Si
2) KH. Moh. Chusnan Ali
3) Drs.HM.Mansoer Shodiq
4) Drs. Ec. H.Abd.Muhith
5) Drs. H.Moh.Nadib
6) H.Nasrul Adhim
7) H.Ilham Kholiq Lubis
8) HM.Nuril Adhim,SH.
9) H. Zulfan Hasyim, SH.MH
10) H.Moh Saidi
11) H.Marsudi
12) H.Noer Aziz
13) H.Khuderi
14) H.Abdul Mu'i
15) HJ.Munifah,SH.
16) H.Utomo
17) H.Abdur Rochman Sholeh
18) Marwan, S.Pd.
19) H.Chuzaini AM
20) Hj.Indasah
21) H.Edris
22) H.Ach Chusairi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

23) Fakhrur Rozi, S.Pd
24) H.AH.Nadlir Malik,SH.MH
25) H. Fadrul Mubin
26) Suyanto
27) H.Sholihun

2. Visi dan Misi KSPPS-MUI

Adapun Visi KSPPS-MUI adalah:

Islami, Sehat, Sejahtera, Bermanfaat, dan Terpercya (ISBAT)

Sedangkan Misi KSPPS-MUI adalah:

a) Mengelola KSPPS MUI sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.
b) Mendorong keluarga KSPPS - MUI berperilaku dan bertindak menurut kaidah-kaidah Islam.
c) Meningkatkan profesionalisme SDM di lingkungan KSPPS-MUI demi terwujudnya lembaga keuangan yang Islami, sehat, berkembang dan berkah.
d) Meningkatkan kesejahteraan anggota dan masyarakat.
e) Memanfaatkan teknologi informasi *up to date* dengan mengedepankan transparansi, akuntabilitas dan amanah.[3]

3. SDM (Sumber Daya Manusia)

Dalam mengaplikasikan kegiatannya, Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah mitra usaha ideal (KSPPS – MUI), memiliki SDM yang berkualitas, yakni gabungan dari Pengurus MUI Kabupaten Gresik

[3] Rudianto, Manajer KSPPS-MUI, *Wawancara*, Kantor Pusat KSPPS-MUI Bungah, 2 Oktober 2017.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dan tokoh tokoh yang mempunyai kepedulian terhadap perekonomian yang menggunakan sistem syari'ah, serta karyawan yang berkompeten dan professional.

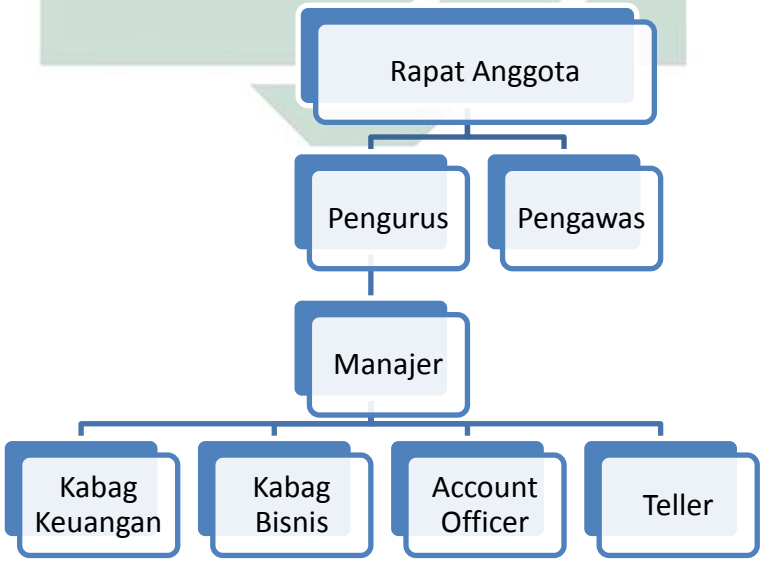
Mereka selalu melakukan inovasi dan mengembangkan atas ide-ide dalam program koperasi, serta melaksanakan tugas masing-masing dengan penuh tanggung jawab, amanah, disiplin dan semangat dalam diri untuk senantiasa *fastâbiqul khairât*, mensyiarkan dan mengedukasi masyarakat luas mengenai adanya sistem ekonomi syariah yang tidak mengandung gharar maupun unsur riba.

4. Struktur Organisasi KSPPS – MUI Bungah

Berikut ini merupakan struktur organisasi kantor pusat KSPPS – MUI Bungah:[4]

Gambar 3.1

Struktur Organisasi Pengelola Kantor Pusat KSPPS-MUI Bungah



[4] KSPPS-MUI Bungah, *Profil KSPPS-MUI... 2-3*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Keterangan :

a) Rapat anggota, merupakan pemegang kekuasaan tertinggi dalam tata kehidupan koperasi, yakni terdiri dari seluruh anggota koperasi simpan pinjam pembiayaan mitra usaha ideal (KSPPS – MUI).

b) Pengurus, di antaranya :

1) Ketua : Drs.Ec. H. Abd. Muhith
2) Wakil ketua I : H. Nasrul Adhim
3) Wakil ketua II : Drs. H. Moh. Mansoer Shodiq
4) Sekretaris : Drs. H. Moh. Nadib, M.Si.
5) Bendahara : H. M. Nuril Adhim, SH

c) Pengawas, di antaranya :

1) Dewan Pengawas Syariah : KH. Moh. Chusnan Ali
2) Pengawas Manajemen : H. Nur Kholish

d) Manajer : Rudianto, SE.

e) Kabag Keuangan, dan Administrasi : Ahmad Mu'afiq, S.Pd.I

f) Kabag Bisnis : Adib Prasetyo, S.H.I

g) *Account Officer* , di antaranya :

1) Faruq Abdullah
2) Anneke Fajarwati Susilo

h) Teller : Fasilatul Lailiyah, SE

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Macam-macam Produk dan Pembiayaan KSPPS – MUI Bungah

1. *Funding* (Simpanan)

Dalam usaha penghimpunan dana/permodalan KSPPS MUI Gresik menawarkan jenis-jenis simpanan sebagai berikut :

a) Tabungan Syariah/Umum

Tabungan Syariah (dapat diambil sewaktu-waktu, nisbah bagi hasil 30% penabung: 70% koperasi).

b) Tabungan peduli siswa

Tabungan peduli siswa (Dapat diambil sewaktu –waktu untuk lembaga, nisbah bahas 30% penabung 70% koperasi).

c) Tabungan qurban

Tabungan qurban (Waktu pengambilan menjelang qurban, nisbah bagi hasil 40% penabung : 60% koperasi).

d) Tabungan Haji/Umroh

Tabungan Haji/Umroh (waktu pengambilan menjelang keberangkatan, nisbah bagi hasil 40% penabung: 60% koperasi).

e) Deposito Berjangka

3 bulan nisbah bagi hasil 50% penabung ; 50% koperasi

6 bulan nisbah bagi hasil 53% penabung ; 47% koperasi

9 bulan nisbah bagi hasil 55% penabung ; 45% koperasi

12 bulan nisbah bagi hasil 60% penabung; 40% koperasi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. *Landing* (Pembiayaan)

   Dalam penyaluran modal yang ada dan dana yang telah terhimpun KSPPS MUI Gresik menawarkan jenis-jenis pembiayaan antara lain :

   a) *Râhn mâ'al ijâroh* (jasa)
   b) *Murâbaḥah* (jual beli)
   c) *Muḍârabah*
   d) *Qordhul ḥâsan*

3. Point Payment Online Banking (PPOB)

   a) Pembayaran rekening listrik
   b) Pembayaran cicilan motor/mobil (WOM,BAF, ADIRA)
   c) Pembayaran PDAM
   d) Pembayaran Tagihan TELKOM
   e) Pulsa[5]

C. Fungsi Pembiayaan di KSPPS – MUI Bungah

Pembiayaan merupakan salah satu aktivitas utama pada KSPPS – MUI karena pembiayaan adalah sumber pendapatan utama dan menjadi penunjang kelangsungan usaha KSPPS – MUI. Karenanya, merupakan kewajiban dari semua stakeholders KSPPS – MUI, Pengurus, Manajemen, Karyawan dan Anggota KSPPS – MUI dalam mempromosikan pembiayaan KSPPS – MUI. Manajemen dan Pengurus menyusun kiat-kiat atau pendekatan yang bijak, cerdik, menarik dan menyenangkan dalam mempromosikan pembiayaan KSPPS – MUI, memberikan bonus kepada

[5] KSPPS-MUI, *Rapat Anggota Tahunan 2015,* (Gresik, KSPPS-MUI,2015), 12.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

unsur terkait yang mendorongnya untuk berhasil dalam promosi dan yang menguntungkan perusahaan.[6]

1) Manfaat pembiayaan

a) Manfaat bagi anggota dan calon anggota

a. Manfaat pembiayaan bagi anggota dan calon anggota adalah sebagai berikut : Sebagai modal untuk membiayai usaha produktif.

b. Menambah modal kerja yang sudah berjalan sehingga dapat meningkatkan keuntungan.

c. Memperoleh sarana produksi untuk menunjang usaha.

d. Mendapatkan barang kebutuhan dengan cara pembayaran yang ringan.

2) Manfaat bagi KSPPS – MUI

Manfaat pembiayaan bagi KSPPS – MUI adalah sebagai berikut :

a. Merupakan sumber pembentukan kekayaan dan pendapatan.

b. Menjamin kelangsungan kegiatan usaha.

c. Mewujudkan kepedulian sosial : pembiayaan usaha mikro dan berfungsi sebagai ibadah dalam menaggulangi kemiskinan dan ketimpangan sosial.[7]

3) Tujuan Penggunaan Dana

Berdasarkan tujuan penggunaan dana oleh anggota dan calon anggota dapat dibedakan menjadi:

---

[6] Rudianto, Manajer, *Wawancara*, Kantor KSPPS-MUI Bungah, 02 Oktober 2016.
[7] KSPPS-MUI Bungah, *Standart Operasional Manajemendan Standar Operasional Prosedur*, (Gresik, KSPPS-MUI, 2015), 24.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Pembiayaan Modal Kerja yaitu pembiayaan yang ditujukan untuk memberikan modal usaha seperti pembelian bahan baku atau barang modal (persediaan) yang akan diperdagangkan.

b. Pembiayaan Investasi yaitu pembiayaan yang ditujukan untuk modal usaha pembelian sarana/peralatan produksi dan atau pembelian barang modal berupa aktiva tetap/investaris.

c. Pembiayaan Konsumtif yaitu pembiayaan yang ditujukan untuk pembelian barang-barang konsumtif yang memiliki daya guna dan tahan cukup lama sehingga yang dapat diperlakukan dengan akad ijarh tau ijarah bitamlik.[8]

D. Ketentuan Pembiayaan dan Mekanisme Perhitungannya

1. Persyaratan Pembiayaan

Adapun persyaratan pengajuan pembiayaan yang harus dipenuhi, antara lain:

a. Jujur.
b. Tidak mempunyai masalah dengan lembaga keuangan lain.
c. Siap disurvey.
d. Foto copy KTP suami istri 2 lembar dan atau wali.
e. Foto copy Kartu Keluarga (KK) 1 lembar.
f. Foto copy BPKB (barang jaminan) 1 lembar (jaminan tidak boleh ditukar sebelum lunas). Foto copy STNK / pajak terbaru 1 lembar.

[8] Ibid, 25.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

g. Cek fisik kendaraan.[9]

2. Biaya realisasi pembiayaan.

a. Biaya Pembiayaan Murabahah/Rahn[10]

a) Ujroh :

1 % dari besaran pembiayaan (Jangka waktu 12 bulan).

1,5 % dari besaran pembiayaan (Jangka waktu 18 bulan

2 % dari besaran pembiayaan (Jangka waktu 24 bulan).

b) Infaq/Sedekah : 0,5 % dari besaran pembiayaan

b. Biaya Pembiayaan Rahn Talangan Haji

Ujroh : Rp.100.000,-

c. Materai

a) Pembiayaan dengan besaran dibawah Rp. 1.000.000,- bermaterai 1 (materai 3.000).

b) Pembiayaan dengan besaran Rp.1.000.000,- sampai Rp.50.000.000,- bermaterai 2 (materai 6.000).

c) Pembiayaan Talangan Haji bermaterai 6 (materai 6.000).

d. Tabungan

-5.000.000 10.000

≥ 5.000.000 sampai ≤ 10.000.000 25.000

-10.000.000 sampai ≤ 20.000.00 50.000

-50.000.000 100.000

[9] KSPPS-MUI Bungah, *Peraturan Khusus KJKS-MUI,* (Gresik. KSPPS-MUI, 2012). 1
[10] Ibid, 2.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Penentuan Plafond Pembiayaan

Adapun ketentuan penentuan plafond pembiayaan di kantor cabang dan kantor pusat, antara lain:[11]

a. Untuk plafond pembiayaan sampai dengan Rp. 3 juta, komite pembiayaan adalah *Account Officer* (AO) dengan sepengetahuan Kepala Cabang.
b. Untuk plafond pembiayaan diatas 3 juta sampai dengan Rp. 10 juta, Komite Pembiayaan adalah AO dan Kepala Cabang KSPPS – MUI dengan sepengetahuan Manager.
c. Untuk plafond pembiayaan diatas 10 juta sampai dengan Rp. 20 juta.
d. Komite Pembiayaan adalah AO, Kepala Cabang dan Manajer.
e. Untuk plafond pembiayaan sampai dengan RP. 30 Juta, Komite Pembiayaan adalah AO, kepala Cabang dan Manajer dengan sepengetahuan Pengurus.

Adapun penentuan plafond pembiayaan kantor pusat, antara lain:

a. Untuk plafon pembiayaan sampai dengan 5 juta, komite pembiayaan adalah *Account Officer* (AO) dengan sepengetahuan Manager.
b. Untuk plafon pembiayaan sampai dengan 30 juta, komite pembiayaan adalah AO dan Manager.

[11] Ibid 1

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. Untuk plafon pembiayaan di atas 30 juta sampai 50 juta, komite pembiayaan adalah AO dan Manager dengan sepengetahuan pengurus.

4. Ketentuan Pelaksana Akad Pembiayaan

Sebelum Perjanjian, anggota Pembiayaan diberi penjelasan tentang Materi Akad. Akad diawali dengan membaca Basmallah disertai dengan berjabat tangan (sesama jenis) dan diakhiri dengan membaca do'a dan Al-fatihah. Semua itu berlaku untuk semua akad pembiayaan. Adapun yang berwenang untuk transaksi pencairan dan penandatanganan pada saat akad yaitu :

a. Transaksi : Teller / Kasir

b. Tanda tangan pada akad :

a) Manager dan atau Kepala cabang.

b) Karyawan (selain kasir) yang ditunjuk oleh manager/kepala cabang.

c. Pihak I (KSPPS MUI)

Kantor pusat :

a) Manager (Akad dan Realisasi)

b) Teller / Kasir (Realisasi)

Kantor cabang :

a) Kepala Cabang (Akad dan Realisasi)

b) Teller / Kasir (Realisasi)

d. Pihak II (AnggotaPembiayaan)

a) Pemilik Jaminan dan atau Ahli Waris.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b) Setiap lembar Akad yang tidak bertanda tangan harus di Paraf.

c) Stempel.

E. Perkembangan Dana Talangan Haji

Tabel 3.1 Tabel Perkembangan Dana Talangan Haji

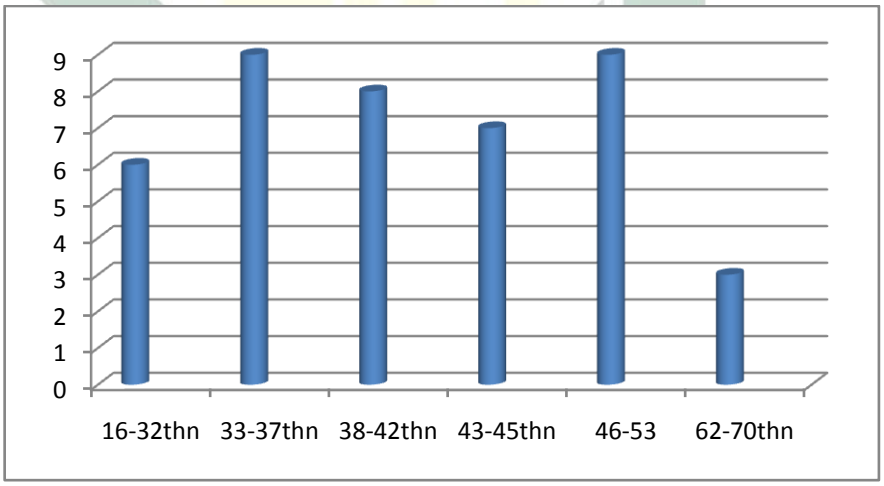
No.	Tanggal Real	Nama	Plafond	JKW	J.Tempo
1.	05-11-16	Moh.Ridlo	22.500.000	12 Bln	05-11-17
2.	05-11-16	Mulyadi	22.500.000	12 Bln	05-11-17
3.	05-11-16	Asmaul Fauziah	22.5000.000	12 Bln	05-11-17
4.	05-11-16	Nur Aini	22.5000.000	12. Bln	05-11-17
5.	15-11-16	Ah Isa	22.500.000	12 Bln	15-11-17
6.	15-11-16	Siti Rofiqoh	22.500.000	12 Bln	15-11-17
7.	21-11-16	H. Sayain	22.500.000	12 Bln	21-11-17
8.	21-11-16	Misnah	22.500.000	12 Bln	21-11-17
9.	21-11-16	Fatkhul Aziz	22.500.000	12 Bln	21-11-17
10.	21-11-16	Darwati	22.500.000	12 Bln	21-11-17
11.	10-12-16	Herman	22.500.000	12 Bln	10-12-17
12.	10-12-16	Eka Rusdiana	22.500.000	12 Bln	10-12-17
13.	10-12-16	Titik Susantian	22.500.000	12 Bln	10-12-17
14.	10-12-16	Rachmad Pramo	22.500.000	12 Bln	10-12-17
15.	10-12-16	Rina Surifatur	22.500.000	12 Bln	10-12-17
16.	10-12-16	Safitra Arnas	22.500.000	12 Bln	10-12-17
17.	10-12-16	Fatimatus Sadiy	22.500.000	12 Bln	10-12-17
18.	10-12-16	Pondra Priyo	22.500.000	12 Bln	10-12-17
19.	24-12-16	Wahyudi	22.500.000	12 Bln	24-12-17
20.	24-12-16	Andri Adi Widia	22.500.000	12 Bln	24-12-17
21.	24-12-16	Siti Mujalipah	22.500.000	12 Bln	24-12-17
22.	24-12-16	Nur Hayati	22.500.000	12 Bln	24-12-17
23.	24-12-16	Shofi Yulianing	22.500.000	12 Bln	24-12-17
24.	28-12-16	H.Moh Mansoer	22.500.000	12 Bln	28-12-17
25.	28-12-16	Zainab Asriaty	22.500.000	12 Bln	28-12-17
26.	28-12-16	Mohammad Ilham	22.500.000	12 Bln	28-12-17
27.	28-12-16	Nurina Nurty	22.500.000	12 Bln	28-12-17
28.	17-01-17	Fakhrur Rozi	22.500.000	12 Bln	17-01-18
29.	17-01-17	Anifah	22.500.000	12 Bln	17-01-18
30.	30-01-17	Mohammad Ali	22.500.000	12 Bln	30-01-18
31.	27-02-17	Hizmatul Khoiriyah	22.500.000	12 Bln	27-02-18
32.	27-02-17	Rukky Sukma	22.500.000	12 Bln	27-02-18
33.	20-04-17	Ahmad Mulyono	22.500.000	12 Bln	20-04-18
34.	20-04-17	Siti Saadah	22.500.000	12 Bln	20-04-18
35.	12-07-17	Lina Ekamanda	16.000 000	12 Bln	12-07-18
36.	12-07-17	Hamim Tohari	16.000.000	12 Bln	12-07-18

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

37.	20-07-17	Zainul Abidin	10.000.000	24 Bln	20-07-19
38.	22-07-17	Agus Adib	22.500.000	12 Bln	22-07-18
39.	22-07-17	Siti Alpin	22.500.000	12 Bln	22-07-18
40.	11-09-17	Nurul Hidayah	22.500.000	12 Bln	11-09-18
41.	11-09-17	Moh. Mustaqim	22.500.000	12 Bln	11-09-18
42.	12-09-17	Karmuji	22.500.000	12 Bln	12-09-18
43.	12-09-17	Ahmad Nadlir	22.500.000	12 Bln	12-09-18
44.	12-09-17	Yati Kusniyah	22.500.000	12 Bln	12-09-18
45.	12-09-17	Anang Haris Pras	22.500.000	12 Bln	12-09-18
46.	20-12-17	Hendro Sumardi	22.500.000	12 Bln	20-12-18
47.	21-12-17	Zubaidah	22.500.000	12 Bln	21-12-18
48.	21-12-17	Ismul Imam	22.500.000	12Bln	21-12-18
49.	21-12-17	Ihdan Qolbiyah	22.500.000	12 Bln	21-12-18
50.	10-01-18	Miftach	22.500.000	12 Bln	10-01-19

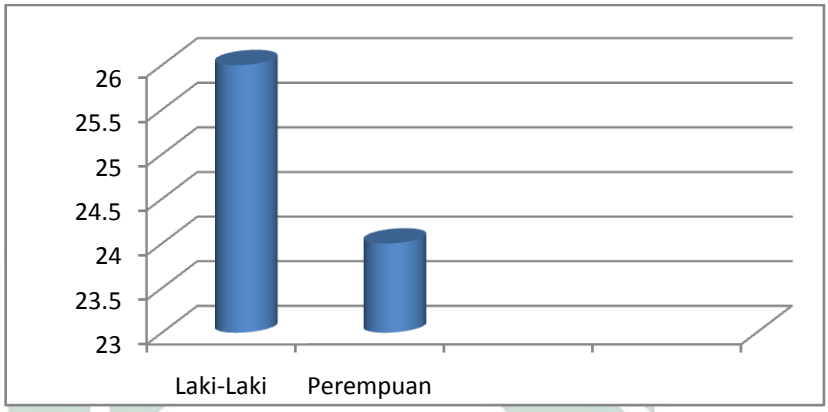
Berikut data mengenai umur, jenis kelamin, pendidikan dan status sosial anggota yang melakukan pembiayaan dana talangan haji.

Gambar 3.2 Diagram Umur Anggota Pembiayaan Dana Talangan Haji

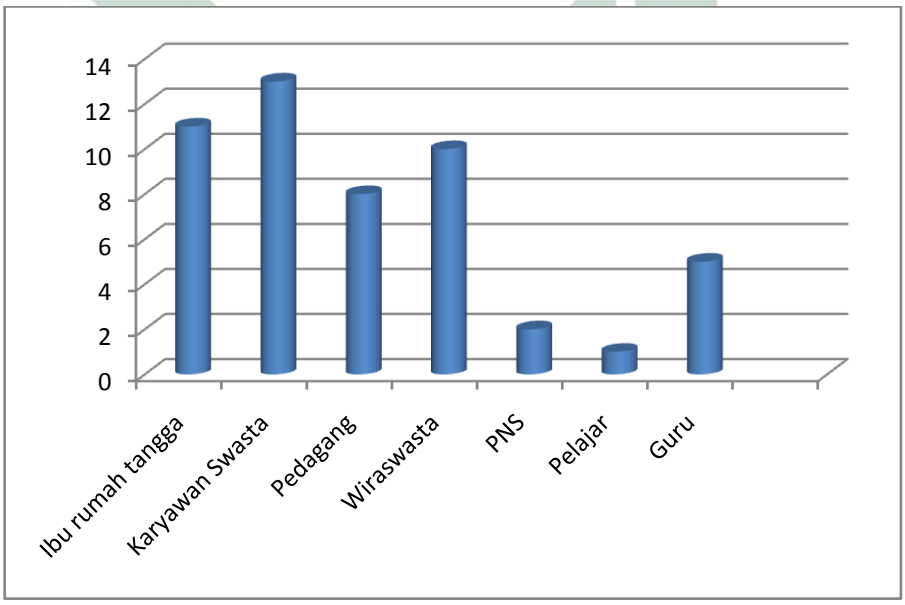


digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Gambar 3.3 Diagram Jenis Kelamin Anggota Pembiayaan Dana Talangan Haji

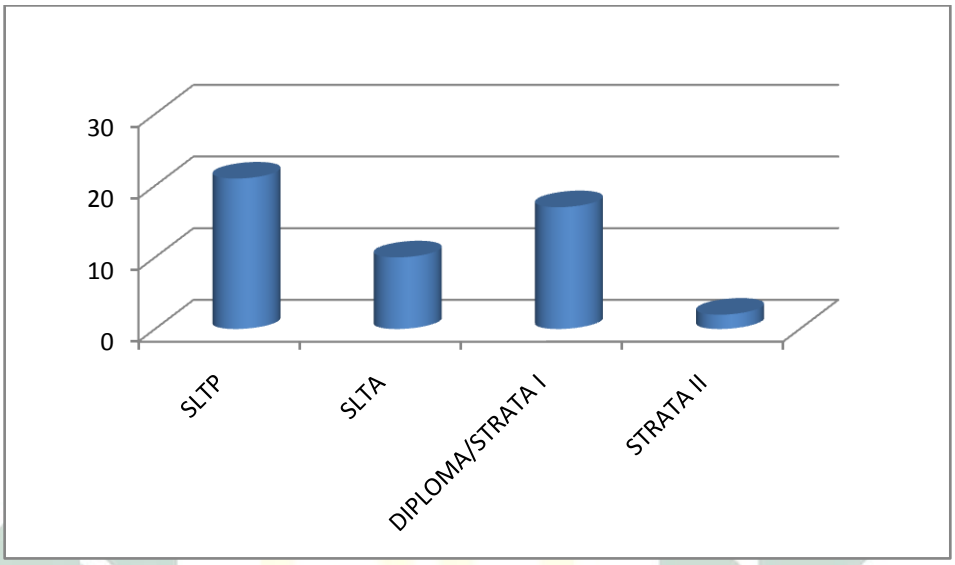


Gambar 3.4 Diagram Status Sosial Anggota Pembiayaan Dana Talangan Haji



digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Gambar 3.5 Diagram Pendidikan Terakhir Anggota Pembiayaan Dana Talangan Haji



Dari diagram diatas dapat disimpulkan bahwa pangsa pasar dana talangan haji KSPPS Mitra Usaha Ideal adalah Karyawan Swasta yang usia minimal 33 tahun.

F. Perkembangan Bisnis KSPPS – MUI Bungah Dalam Menjalankan Roda Organisasi

1. Perkembangan KSPPS-MUI Bungah

Perkembangan KSPPS-MUI dapat diketahui melalui banyaknya modal anggota, tumbuhnya asset setiap tahunnya dan SHU KSPPS-MUI Bungah yang diperoleh dari periode ke periode. Modal awal pada saat pendirian koperasi tersebut, diperoleh dari Simpanan pokok, Simpanan Wajib, dan Simpanan Khusus anggota, yang semuanya berjumlah 46 orang sebesar Rp. 339.800.000 (Tiga Ratus Tiga Puluh

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sembilan Juta Delapan Ratus Ribu Rupiah).[12] Adapun data laporan yang terkait, sebagai berikut:

Laporan Perkembangan KSPPS-MUI Bungah

Tahun 2012-2015

Tabel 3.2 laporan Anggota Tahunan Tahun Buku 2012-2015

Tahun	2012	2013	2014	2015
Jumlah Anggota	46 anggota	57 anggota	93 anggota	95 anggota
Modal Anggota	Rp. 339.800.000,-	RP. 387.859.000,-	Rp. 460.610.848,24,-	Rp. 642.320.614,16,-
Asset	Rp. 1.117.023.647,-	Rp. 1.417.294.988,-	Rp. 2.965.204.450,68,-	Rp 5.466.963.892,08
SHU	Rp. 18.860.806,-	Rp. 71.698.408,-	Rp. 122.209.111,06,-	Rp. 266.016.147,40,-

Jika dilihat dari data di atas, maka dapat diketahui pertumbuhannya dari tahun ke tahun dengan menggunakan Rumus (nilai akhir - nilai awal : nilai awal x 100). Adapun penjelasannya sebagai berikut:

a) Modal anggota dari tahun 2012-2013 mengalami pertumbuhan sebesar 14,14% dengan rincian (Rp.387.859.000-Rp.339.800.000:Rp. 339.800.000 x 100 = 14,14%), sedangkan tahun 2013-2014 mengalami kenaikan sebesar 18,75%, serta pada Tahun 2014-2015 prosentase kenaikannya sebesar 39,44%. Maka, dapat disimpulkan pada setiap tahunnya , modal anggota selalu mengalami pertumbuhan yang signifikan tanpa adanya penurunan prosentase.

b) Jumlah Asset tahun 2012-2013 mengalami pertumbuhan sebesar 26,88% dengan rincian (Rp.1.417.294.988 - Rp.1.117.023.647 : Rp.1.117.023.647 x 100 = 26,88%), sedangkan tahun 2013-2014 kenaikannya sebesar

[12] Ahmad Mu'afiq, Kabag. Keuangan, IT, dan Administrasi, *Wawancara*, 17 September 2017

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

109,21%, dan Tahun 2014-2015 sebesar 84,37%. Maka, dapat disimpulkan bahwa jumlah asset mengalami kenaikan pesat, pada Tahun 2013-2014, dengan tingkat pertumbuhan 109,21%, namun, tidak signifikan karena, adanya penurunan prosentase pada Periode 2014-2015.

c) Jumlah SHU tahun 2012-2013 mengalami pertumbuhan yang pesat, sebesar 280,14% dengan rincian (Rp. 71.698.408 - Rp. 18.860.806 : Rp. 18.860.806 x 100 = 280,14%), kemudian pada Tahun 2013-2014 prosentase kenaikannya sebesar 70,44% dan pada Tahun 2014-2015 kenaikan prosentase SHU sebesar 117,67%. Maka, dapat disimpulkan, bahwa setiap tahunnya jumlah SHU selalu mengalami kenaikan, namun tidak signifikan, karena adanya penurunan pada Tahun 2013-2014.

2. Distribusi Sisa Hasil Usaha KSPPS – MUI Bungah

Sisa hasil usaha merupakan akumulasi dari laba bersih yang diperoleh dalam periode satu Tahun Buku, yang kemudian di distribusikan sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh KSPPS-MUI Bungah. Adapun distribusi sisa hasil usaha pada Tahun Buku 2015, antara lain:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Distribusi SHU KSPPS-MUI

Tahun Buku 2015

Tabel 3.3 Laporan Anggota Tahunan Tahun Buku 2015

NO	Distribusi SHU 2015	PROSENTASE	NOMINAL
1.	Anggota	50%	RP. 113.008.073.70,-
2.	Cadangan	20%	Rp.53.203.229.48,-
3.	Sosial	15%	Rp. 39.902.442.11,-
4.	Pendidikan	5%	Rp. 13.300.807.37,-
5.	Pengurus dan Pengawas	5%	Rp. 13.300.807.37,-
6.	Pengelol	5%	Rp. 13.300.807.37,-
	Total SHU	100%	Rp. 266.016.147.40,-

3. Perencanaan Keuangan KSPPS-MUI

Perencanaan keuangan berfungsi, sebagai panduan dan salah satu tolak ukur kinerja KSPPS – MUI adalah dengan melakukan proses perencanaan keuangan yang dituangkan ke dalam rencana anggaran pendapatan dan biaya yang dilakukan secara periodik.

Adapun rangkuman realisasi laporan RAP/RAB Tahun Buku 2015, sebagai berikut:

Laporan RAP/RAB Tahun Buku 2015, sebagai berikut :

Tabel 3.4 Laporan Keuangan Anggaran Pendapatan/Biaya Tahun 2015

Ket	Proyeksi 2015	Realita 2015	Realitasi Target 2015	Proyeksi 2016	Tumbuh %
TP	Rp.904.381.500,00	Rp.915.895.208,49	101,2%	Rp.1.376.129.551,00	50,25%
TBL	Rp.110.572.000,00	Rp.110.380.683,27	99.83%	Rp.152.400.000,00	38,07%
PK	Rp.793.809.500,00	Rp.805.514.525,44	101,4%	Rp.1.223.729.551,00	51,92%
TBO	Rp.536.717.417,00	Rp.539.496.377,82	100,5%	Rp.866.434.363,38	60,60%
SHU	Rp.257.097.083,00	Rp.266.016.147,40	103,4%	Rp.357.295.187,62	34,31%

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Keterangan:

a) TP : Total Pendapatan

b) TBL : Total Beban Langgsung

c) PK : Pendapatan Kotor

d) TBO : Total Beban Operasional

e) SHU : Sisa Hasil Usaha

(1) SHU

Adalah nilai akumulasidari laba bersih yang diperoleh dalam periode tahun buku 2015 sebesar Rp. 266.016.147,40.

4. Tingkat Pertumbuhan Transaksi Pembiayaan KSPPS – MUI Bungah

Banyaknya anggota atau calon anggota koperasi, yang melakukan transaksi pembiayaan baik untuk keperluan produktif maupun konsumtif, akan dapat mempengaruhi perkembangan koperasi untuk mendapatkan *return* yang maksimal, dalam menjalankan usahanya dengan bentuk pinjaman kepada masyarakat dengan prinsip bagi hasil dan marjin, sesuai dengan syarat yang ditentukan oleh KSPPS – MUI Bungah. Adapun data yang terkait dengan perkembangan transaksi pembiayaan tersebut, antara lain :

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Laporan Perkembangan Anggota atau Calon Anggota yang Melakukan Transaksi Pembiayaan

Tabel 3.5 Laporan Perkembangan Anggota atau Calon Anggota Yang Melakukan Transaksi Pembiayaan

No	TAHUN	JUMLAH NASABAH	PLAFOND PEMBIAYAAN
	2012	716	Rp. 1.744.850.000
2.	2013	859	Rp. 2.158.396.000
3.	2014	915	Rp. 3.289.906.000
4.	2015	970	Rp. 4.928.061.000
5.	2016-Oktober	589	Rp. 4.682.134.000
	JUMLAH	4049	Rp. 16.803.347.000

[13]

Untuk mengetahui prosentase pertumbuhannya dapat menggunakan rumus (nilai akhir – nilai awal : nilai awal x 100). Maka prosentase pertumbuhan jumlah anggota maupun calon anggota yang melakukan transaksi pembiayaan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.6 Prosentase Pertumbuhan Jumlah Anggota Maupun Calon Anggota.

Tahun	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016
prosentase	19,97%	6,51%	6,01%	39,27%

Tabel diatas menjelaskan bahwa pertumbuhan jumlah anggota dan calon anggota dari tahun 2012 – 2016 mengalamin

[13] Wawancara Teller KSPPS – MUI Bungah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

peningkatan dan penurunan, dan pada tahun 2015 – 2016 mengalami kenaikan yang sangat tinggi yaitu 39,27%.

Tabel 3.7 Prosentase Pertumbuhan Plafond Pembiayaan

Tahun	2012–2013	2013–2014	2014–2015	2015–2016
Prosentase	23,70%	52,43%	49,79%	4,99%

Tabel diatas menjelaskan bahwa pada tahun 2013 – 2014 mengalami kenaikan plafond pembiayaan yang sangat tinggi yaitu 52,43% dan pada tahun 2015 – 2016 mengalami penurunan yaitu 4,99%.

Jadi dapat diambil kesimpulan, pertumbuhan jumlah anggota maupun calon anggota, serta pertumbuhan pencairan plafond pembiayaan setiap tahunnya, tidak mengaami kenaikan yang signifikan, karena prosentase kenaikannya setiap tahun berkurang, bahkan pada tahun 2015 – 2016 pertumbuhan jumlah anggota maupun calon anggota yang melakukan transaksi pembiayaan, mengalami penurunan yang sangat drastis yakni sebesar -39,27, begitu pula plafond pembiayaan yang dicairkan juga mengalami penurunan yang drastis, yakni sebesar -4,99%, dikarenakan pada tahun 2016 KSPPS – MUI membuka Kantor Kas, sehingga sebagian anggota dan calon anggota, ada yang melakukan transaksi pembiayaan di Kantor Kas tersebut.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

G. Karakteristik Pribadi Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Keputusan membeli dipengaruhi oleh karakteristik pribadi seperti:[14]

1. **Umur dan Tahap Daur Hidup**

   Orang mengubah barang dan jasa yang mereka beli samasa hidupnya. Selera makanan, pakaian, perabot,dan rekreasi sering kali berhubungan dengan umur. Membeli juga dibentuk oleh tahap daur hidup keluarga, tahap-tahap yang mungkin dilalui oleh keluarga sesuai dengan kedewasaannya.

2. **Pekerjaan**

   Pekerjaan seseorang mempengaruhi barang dan jasa yang dibelinya. Pemasar berusaha mengenali kelompok pekerjaan yang mempunyai minat diatas rata-rata akan produk dan jasa mereka

3. **Situasi Ekonomi**

   Situasi ekonomi dan penghasilan seseorang (level, kestabilan, waktu) berpengaruh pada pilihan produk atau merek yang dibeli.

4. **Kepribadian**

   Setiap individu memiliki karakteristik yang unik. Memahami karakteristik kepribadian konsumen akan sangat berguna bagi pemasaran. Karakteristik kepribadian bisa juga dijadikan dasar untuk memposisikan produk di pasar.

5. **Citra Diri**[15]

   Citra atau konsep tentang diri yang ideal dan aktual seseorang.

---

[14] Tatik Suryani, Perilaku Konsumen: Implementasi pada Strategi Pemasaran (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), 64-66

[15] Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah* (Bogor : Ghalia Indonesia, 2010), 59-60

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

6. Gaya Hidup

Keseluruhan pola hidup seseorang yang diekspresikan dalam aktifitas, minat dan opini yang berinteraksi dengan lingkungannya. Analisis nilai dan gaya hidup dapat dideteksi dari hal berikut: [16]

1) *Actualizers* adalah orang yang suka menyatakan dirinya keorang lain dianggap sebagai impian. Mereka orang yang sukses, aktif, dan bertanggung jawab.
2) *Fulfilleds* adalah orang yang suka merealisasikan seluruh ambisi dan potensi diri. Mereka termasuk orang yang matang, puas, nyaman, reflektif.
3) *Achievers* adalah orang yang suka mencapai sasaran pribadi melalui keterampilan dan kerja. Mereka orang sukses, berorientasi kerja dan karier.
4) *Believers* adalah orang yang menganggap segalanya sudah baik atau benar. Mereka orang yang konservatif, konvensional, dan tradisional.
5) *Striver* adalah orang yang merasa bersaing. Mereka adalah orang yang memiliki ketidak pastian, tidak aman, mencari persetujuan, dan terbatas sumberdayanya.
6) *Makers* adalah orang yang suka membuat, praktis, swasembada, tradisional, berorientasi pada keluarga.

[16] Tatik Suryani, *Perilaku Konsumen: Implementasi ...*, 77-79

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

7) *Strugglers* adalah orang yang harus berjuang. Mereka termasuk para manula, pensiun, pasif,penuh perhatian, terbatas sumberdayanya.

H. Proses Berjalannya Pembiayaan Dana Talangan Haji

Untuk memperoleh pembiayaan dana talangan haji poses yang harus dilalui nasabah adalah sebagai berikut:

1. Pengajuan syarat lengkap
2. Setelahnya akan dilakukan survey
3. Lanjut data yang telah sesuai akan dilaporkan ke komite
4. Komite yang menentukan apakah persyaratan tersebut layak di acc atau tidak

Tidak semua pembiayaan akan di acc karena semua keputusan akan dikeluarkan oleh komite langsung.

I. Nilai Plus Sistem Dana Talangan Haji

1. Nilai plus
   a. Bisa cepat berhaji

      Dengan sistem ini, tak perlu menunggu uang cukup untuk membayar tunai ongkos naik haji.

   b. Lebih termotivasi

      Buat sebagian orang, beban yang terlihat nyata seperti utang lebih menambah motivasi untuk melakukan sesuatu. Dalam soal berhaji, jika sudah ada tanggungan bayar cicilan, pasti lebih giat untuk melunasinya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dengan demikian urusan haji juga akan cepat selesai. Kecualiuntuk yang asal mengambil kredit tanpa memperhitungkan keuangannya.

J. Analisis Pangsa Pasar Dalam Mengembangkan Produktivitas Dana Talangan Haji

KSPPS – MUI Bungah memiliki strategi tersendiri untuk kelangsungan hidup lembaganya. Dengan memperbaiki segala perilaku setiap individu yang menjadi stakeholder pada lembaga tersebut, berdasarkan prinsip ekonomi syariah yang sesuai dengan visi dan misi koperasi, yang bertujuan untuk memperkuat sosialisasi tabungan dan pembiayaan kepada masyarakat. Selain itu untuk menunjang kegiatan soasial, dan meyakinkan kepada masyarakat bahwa ada keberkahan di institusi KSPPS – MUI Bungah, karena pengelolaanya berdasarkan prinsip syariah.[17]

1. Proses pengembangan produktivitas dana talangan haji di KSPPS – MUI Bungah.

   Nasabah kemudian wajib mengembalikan sejumlah uang yang dipinjam kepada Lembaga Keuangan Syariah dalam jangka waktu tertentu. Kemudian lembaga keuangan syariah ini mengurus pembiayaan BPIH sampai nasabah tersebut mendapatkan kursi haji.

[17] Adib Prasetyo, Kabag Bisnis, *Wawancara*, Ruang Kabag Bisnis, 8 Agustus 2017

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Di bawah ini adalah uraian proses pengembangan produktivitas dana talangan haji oleh Kepala Bagian IT, yakni:

Awal mula KSPPS – MUI didirikan, adalah karena adanya kesepakatan dari para pengurus, anggota dan pengelola, yang awalnya hanya memiliki beberapa pembiayaan dan akhirnya sampai sekarang sudah memiliki lebih banyak pembiayaan. Adanya pembiayaan dana talangan haji karena terjalinnya kerjasama antara KSPPS – MUI Bungah dan salah satu perbankan syariah, perbankan syariah melakukan silaturahmi kepada KSPPS – MUI bertujuan untuk menjalin kerjasama dalam melaksanakan pembiayaan dana talangan haji. Dilakukan kerjasama kepada lembaga keuangan syariah karena pada perbankan syariah pembiayaan dana talangan haji sudah di tiadakan, maka dari itu untuk tetap mendapatkan nasabah yang melakukan pembiayaan dana talangan haji perbankan syariah menjalin kerja sama. Proses pengurusan nasabah sampai menjalankan ibadah haji akan dibantu oleh perbankan syariah, sedangkan dana talangan haji diberikan oleh lembaga keuangan (KSPPS – MUI)

Masyarakat sangat penerima adanya dana talangan haji tersebut, karena dengan adanya dana talangan haji impian masyarakat untuk menunaikan ibadah haji jadi akan lebih mudah[18]

Maka dapat diambil kesimpulan bahwa alasana adanya dana talangan haji dari wawancara diatas adalah :

a. Adanya kerjasama antara perbankan syariah dan KSPPS – MUI Bungah.

b. Renspons masyarakat yang baik

Berikut juga merupakan uraian yang di sampaikan oleh salah satu AO KSPPS – MUI Bungah mengenai pengembangan produktivitas dana talangan haji, yakni :

[18] Ahmad Muafiq, Kepala Bagian IT KSPPS – MUI Bungah, *Wawancara*, Kantor KSPPS – MUI, 8 Agustus 2017

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Cara yang dilakukan KSPPS – MUI dalam mengembangkan produktivitas dana talangan haji adalah dengan melakukan promosi kepada masyarakat,sebar brosur, melalui internet dan juga di sampaikan secara langsung pada saat AO beroperasi di lapangan, adapun juga cara yang dilakukan KSPPS – MUI adalah dengancara memperbanyak cabang-cabang untuk sementara yang disasar adalah daerah Gresik sendiri tetapi juga sudah mulai merambat ke daerah surabaya untuk anak cabangnya. Respons masyarakat sangat baik dan menerima adanya pembiayaan dana talangan haji. Untuk pembiayaan dana talangan haji setiap bulan mengalami peningangkata meskipun hanya sedikit meningkatnya. [19]

Adapun kesimpulan dari wawancara diatas, yakni:

a. Promosi yang dikalukan KSPPS – MUI adalah melalui brosur, internet, dan para karyawan menyampaikan langsung mengenai pembiayaan.
b. Memperbanyak anak cabang.
c. Respons masyarakat sangat baik.
d. Dana talangan haji setiap bulan mengalami peningkatan.

Adapun pendapat lain mengenai pengembangan produktivitas dana talangan haji oleh salah satu AO KSPPS – MUI Bungah, antara lain:

Cara penerapannya, nasabah harus memenuhi syarat ketentuan melakukan pembiayaan di KSPPS – MUI, syaratnya antara lain menjadi anggota kspps, foto copy KTP, KK.

Setelah akad selesai, nasabah dihimbau untuk membayar modal pembiayaan dana talangan haji sebesar Rp.6.000.000, administrasi + materai, jika nasabah baru diwajibkan untuk membuka rekening tabungan + setoran awal, dan membayar biaya administrasi pembukaan rekening tabungan.[20]

Adapun kesimpulan dari wawancara diatas, yakni:

[19] Anneke, *Wawancara*, 8 Agustus 2017
[20] Faruq, *Wawancara*, 8 Agustus 2017

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Merupakan anggota atau calon anggota yang mengajukan pembiayaan di KSPPS – MUI Bungah.
b. Memenuhi syarat pengajuan pembiayaan yang telah di tentukan saat pengajuan.
c. Memberitahukan kepada anggota atau calon anggota untuk membayar modal sebesar Rp.6.000.000.
d. Membayar biaya administrasi+materai, jika nasabah baru diwajibkan membuka rekening tabungan + setoran awal, dan membayar biaya admiistrasi pembukaan rekening tabungan.

Berikut uraian yang disampaikan oleh nasabah KSPPS – MUI :

Sudah lama menjadi anggota KSPPS – MUI, mengetahui ada dana talangan haji baru saja dan langsung tertarik untuk melakukan pembiayaan. Tetratik melakukan pembiayaan talangan haji karena pembayaran bias dilakukan dengan memotong tabungan setiap bulannya jadi tidak perlur repot datang ke KSPPS, ada juga AO yang data ke rumah untuk membantu melakukan transaksi dan tidak perlu datang ke KSPPS langsung.

Adapun kesimpulan dari wawancara diatas adalah sebagai berikut:

a. Nasabah sudah lama menjadi anggota KSPPS – MUI.
b. Nasabah tertarik melakukan pembiayaan karena pembayaran pembiayaan bisa dilakukan dengan memotong tabungan.
c. Nasabah tidak perlurepot datang ke KSPPS untukmembayar setiap bulan karena ada AO yang siap melayani.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Pengembangan Produktivitas Dana Talangan Haji di KSPPS – MUI Bungah.

   Untuk mempertahankan eksistensi KSPPS-MUI Bungah, para stakeholder selalu berupaya untuk berinovasi dan mengembangkan pelayanan yang baik dan memuaskan terhadap anggota atau calon anggota KSPPS-MUI Bungah, baik yang melakukan transaksi pembiayaan ataupun pengguna produk simpanan.

   Seperti halnya pelayanan jemput bola, yang dilakukan sejak awal pendirian KSPPS-MUI Bungah, dalam pelayan jemput bola. anggota atau calon anggota dapat melakukan transaksi pembiayaan dan menabung kepada *account officer* KSPPS-MUI Bungah di rumah masing-masing, atau di pasar/toko tempat mereka berjualan, tanpa mengharuskan mereka datang ke kantor KSPPS-MUI Bungah. Hal tersebut merupakan cara yang efektif dan efisien untuk menarik banyak calon anggota untuk menjadi nasabah, serta hal tersebut juga dapat menunjang likuiditas KSPPS-MUI Bungah.

3. Faktor pendukung dengan adanya pembiayaan dana talangan haji di KSPPS – MUI Bungah.

   a. Faktor pendukung adanya pembiayaan dana talangan haji antara lain :

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a) Banyak nasabah yang melakukan pembiayaan di KSPPS – MUI Bungah.
b) Inovasi produk dan berorientasi kedepan untuk perkembangan koperasi.
c) Sebagai tambahan likuiditas.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB IV

ANALISIS PANGSA PASAR DALAM MENGEMBANGKAN PRODUKTIVITAS DANA TALANGAN HAJI KSPPS MITRA USAHA IDEAL BUNGAH GRESIK

A. Analisa Pangsa Pasar Produk Dana Talangan Haji

Pembahasan dimulai dengan bagaimana KSPPS – MUI mengetahui Pangsa Pasar, dan mengembangkan produktivitas dana talangan haji.

Pangsa pasar adalah porsi dari penjualan industri dari barang atau jasa yang dikendalikan oleh perusahaan. Analisis pangsa pasar mencerminkan kinerja pemasaran yang dikaitkan dengan posisi persaingan perusahaan dalam suatu industri. Ada dua teori besar mengenai pangsa pasar yaitu SCP *(structure conduct performance)* dan teori efisiensi. produktivitas dana talangan haji adalah tolak ukur keberhasilan dalam pembiayaan dana talangan haji

Dalam menentuka pasar sasaran, target pasar yang dibidik oleh KSPPS – MUI adalah:

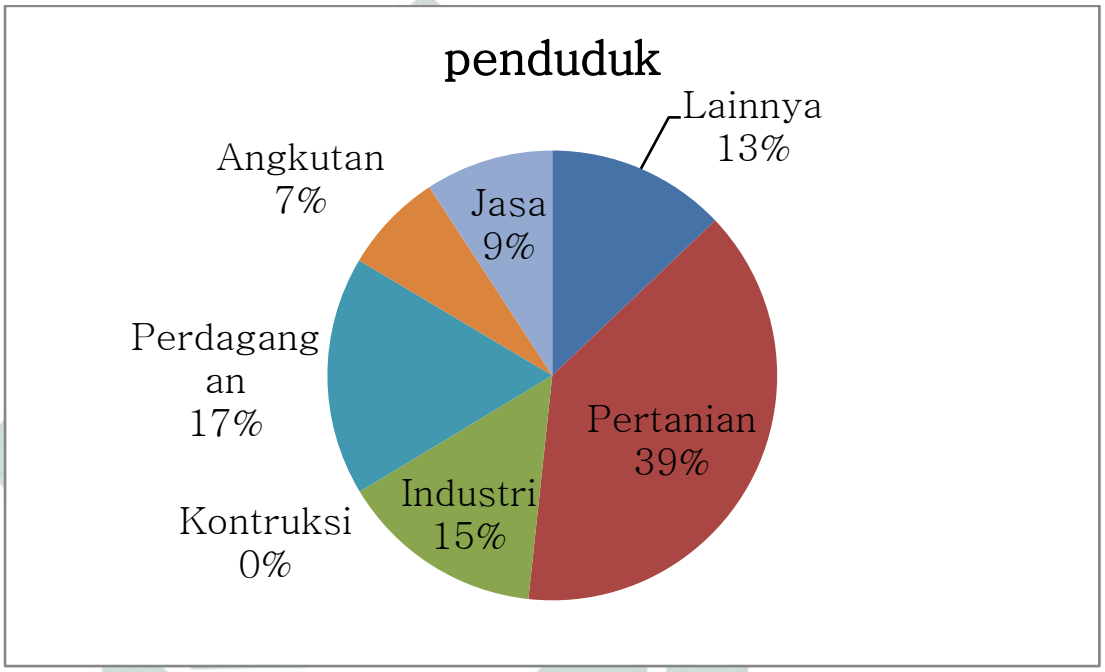
1. Masyarakat sekitar Bungah Gresik
   a. Pihak KSPPS – MUI mendatangi pengajian, arisan PKK, dan kegiatan lain yang dilakukan warga sekitar untuk memberikan sosialisasi atau mengadakan hal lain untuk menarik warga untuk berpartisipasi
   b. Sasaran KSPPS – MUI masyarakat kalangan menengah keatas.

Hal ini dilakukan untuk memperkenalkan produk pembiayaan dana talangan haji agar mereka mengenal dan tertarik menggunakan pembiayaan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dana talangan haji. Pihak KSPPS menyebarkan brosur – brosur dan mengadakan *event* – *event* dikalangan masyarakat.

Gambar 4.1 Penduduk yang Bekerja Menurut Lapangan Usaha Tahun [1]2016



Seperti yang dipaparkan pada bab – bab sebelumnya, dana talangan haji adalah pinjaman yang diberikan oleh lembaga keuangan syariah kepada anggota untuk memenuhi kekurangan dana guna memperoleh kursi haji.

B. Cara Menghitung Pangsa Pasar

$$\text{Pangsa Pasar} = \frac{Si}{Mi} \times 100\%$$

$$= \Sigma Mi$$

[1]Bps. Kab Gresik.go.id

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Keterangan :

Si = Jumlah Penjualan

Mi = Periode dana talangan haji

Σ Mi= Total Pangsa Pasar[2]

Setelah mengadakan perhitungan bulan tersebut, maka akan dilihat secara komparatif tentang keadaan pangsa pasar *(Market Share)* yang diperoleh dari masing-masing bulan serta faktor yang mempengaruhinya.

Untuk itu penulis menggunakan analisis konsep dasar dari determinan pangsa pasar untuk mengetahui seberapa besar perubahan prosentase pangsa pasar tersebut.

C. Contoh Mengukur Pangsa Pasar yang ada Dalam Suatu Pasar

a. Pangsa Pasar Keseluruhan

Diperlukan dua keputusan untuk menggunakan ukuran ini, yaitu apakah proses perhitungan pasar akan menggunakan perhitungan dalam unit penjualan atau dalam pendapatan penjualan (suatu mata uang) untuk menyatakan pangsa pasar.

b. Pangsa Pasar yang Dilayani

Pangsa pasar yang dilayani adalah semua pembeli yang dapat dan ingin membeli produknya. KSPPS Mitra Usaha Ideal Selalu melayani dengan baik anggota atau calon anggota yang melakukan transaksi agar pangsa pasar dapat mningkat.

[2] Edy Fatmaraga, "Analisis Pangsa Pasar Mobil Toyota Avanza di Kutai Timur" (skripsi - -Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda, 2013).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. Pangsa pasar relatif (untuk 3 pesaing puncak)

Masih belum ada pesaing KSPPS Mitra Usaha Ideal karena disekitar lembaga masih belum ada lembaga keuangan lain yang memiliki produk danatalangan haji, jadi belum bisa diketahui 3 pesaing puncak.

d. Pangsa pasar relatif (terhadap pesaing pemimpin)

Lembaga yang memiliki pangsa pasar lebih besar 100% disebut sebagai pemimpin pasar, sementara lembaga yang memiliki pangsa pasar tepat 100% berarti perusahaan tersebut memimpin pasar yang ada bersama-sama. Dalah hal ini KSPPS Mitra Usaha Ideal memiliki pangsa pasar yang masih rendah akan tetapi KSPPS Mitra Usaha Ideal tetap menjadi pemimpin pasar dikarenakan, lembaga keuangan yang ada disekitar KSPPS Mitra Usaha Ideal belum ada yang memiliki produk pembiayaan dana talangan haji.

Gambar 4.2 Jumlah Penduduk Hasil Regristrasi Menurut Jenis Kelamin Kecamatan Bungah Tahun 2009 – 2016

Tahun	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah
(1)	(2)	(3)	(4)
2009	31.053	31.041	62.094
2010	31.288	31.305	62.593
2011	31.397	30.383	62.780
2012	32.895	32.752	65.647
2013	33.699	33.448	67.147
2014	33.821	33.397	67.218
2015	33.281	33.366	67.060
2016	33.877	33.299	67.176

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penelitian maka perhitungan perkiraan pangsa pasar untuk pembiayaan dana talangan haji.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

$$\text{Pangsa pasar} = \frac{45}{11} \times 100\%$$

$$= 4{,}09\%$$

Dalam perhitungan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa jumlah pangsa pasar masih sangat rendah, faktor yang mempengaruhi adalah kurang efektifnya promosi yang dilakukan dan sangat perlu untuk lebih dioptimalkan.

Untuk mempertahankan pangsa pasar lembaga perlu untuk terus menggunakan konsep pemasaran yang dapat menunjang keberhasilan penjualan pembiayaan dana talangan haji yang dilakukan. Konsep pemasaran tersebut disusun dengan memasukkan empat elemen adalah konsumen, pasar, pembeli, harga, untuk menerapkan Orientasi ini harus dilakukan hal-hal sebagai berikut:

1. Volume penjualan yang menguntungkan. Tujuan dari konsep pemasaran tersebut adalah penjualan yang menguntungkan, artinya laba dapat diperoleh melalui pemuasan konsumen yang melakukan pembiayaan dana talangan haji.
2. Koordinasi dan integrasi seluruh kegiatan-kegiatan pemasaran yang terdapat dalam lembaga dalam pemasaran harus terdapat penyesuaian dan koordinasi antar produk pembiayaan.

   Ada banyak cara yang dilakukan KSPPS Mitra Usaha Ideal dalam meningkatkan produktivitas dana talangan haji, salah satunya dengan melakukan Jemput Bola.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Jemput bola yang dimaksudkan disini adalah, melakukan jemputan atau kunjungan untuk mengambil tabungan atau simpanan anggota atau nasabah yang berhalangan hadir ke kantor KSPPS – MUI. Biasanya, para marketing yang ada di KSPPS- MUI dalam mencari anggota atau nasabah yang sekedar bergabung menjadi anggota ataupun mencari nasabah yang ingin menabung dan menawarkan pembiayaan, khusus pengajuan pembiayaan anggota atau nasabah diharuskan datang dikantor KSPPS – MUI pusat yang berada di Bungah. Di KSPPS – MUI para marketing melakukan kunjungan di pasar – pasar bahkan bila ada nasabah yang menghubungi mereka untuk datang kerumah, yang bisasnya diakibatkan berhalangan seperti tidak ada kendaraan untuk datang ke lembaga, sibuk dengan pekerjaan rumah, anaknya sedang tidak bisa ditinggal dan sebagainya. Marketing yang ditugaskan akan menghampiri dan melayani dengan baik dan ramah seperti layanan yang ada dikantor KSPPS – MUI pada umumnya. Serta masing-masing para marketing ini telah memiliki pos – pos yang biasa dikunjungi sehari-hari dalam kegiatan funding. Selain memaksimalkan sumber daya tenaga kerja. KSPPS – MUI juga memaksimalkan fasilitas yang ada untuk hasil yang maksimal seperti menggunakan mesin yang ada sebagai penunjang kerja pegawai, sehingga pekerjaaan dapat terselesaikan dengan cepat dan semakin banyak yang dihasilkan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. *Diversifikasi* Pasar

   Yaitu usaha meningkatkan produksi dengan cara menambah jenis produk, di KSPPS – MUI memiliki 3 produk yang berbeda kegunaannya tetapi sebenarnya ini merupakan satu jenis produk yang sama. Ide ini muncul akibat bermacam-macamnya kebutuhan yang berbeda antar anggota atau nasabah di KSPPS- MUI maka KSPPS – MUI menerbitkan produk ini. Produk tersebut merupakan simpanan yang meliputi : simpanan biasa, simpanan qurban dan simpanan hari raya, sifatnya simpanan tetapi berbeda fungsi.

   Dilihat dari segmen pasar atau letak geografis, KSPPS – MUI terarah pada pasar dikarenakan mayoritas anggota atau nasabah KSPPS – MUI adalah seorang pedagang dari pasar tradisional. Maka dari itu letak kantor pusat KSPPS – MUI dan kantor cabang KSPPS – MUI letaknya selalu berdekatan dengan pasar tradisional. Selain mempermudah transaksi anggota atau nasabah, pasar merupakan potensial besar dalam berbisnis.

   Dan ada dua kantor berdekatan dengan pasar tradisional. Dua kantor ini adalah kantor cabang KSPPS – MUI dan kantor kas KSPPS – MUI. Kantor KSPPS – MUI selalu berdekatan dengan keramaian dan letaknya dipinggir jalan besar.

Lembaga KSPPS – MUI melakukan promosi untuk meningkatkan pembiayaan dana talangan haji:

1. Menyebar brosur kepada anggota/calon anggota.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Ikut serta jika ada acara yang diselenggarakan masyarakat.
3. Mengadakan *event – event*.
4. Promosi lewat sosial media.

KSPPS – MUI menerbitkan dana talangan haji bukan semata bertujuan untuk memperoleh nasabah sebanyak-banyaknya, melainkan juga lewat pembiayaan dana talangan haji , KSPPS – MUI ingin mengajak masyarakat kalangan menengah kebawah mewujudkan cita-cita untuk beribadah ke tanah suci.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB V

KESIMPULAN dan SARAN

A. KESIMPULAN

Pangsa pasar pembiayaan dana talangan haji selama 11 bulan masih sangat rendah, faktor utama yang sangat mempengaruhi adalah kurang efektifnya promosi maka dari itu masih banyak anggota / masyarakat yang belum mengetahui tantang dana talangan haji. Promosi yang dilakukan KSPPS – MUI Bungah untuk meningkatkan produktivitas dana talangan haji adalah dengan cara menyebar brosur dan mengadakan event untuk menarik masyarakat, akan tetapi promosi yang dilakukan masih belum bisa menigkatkan produktivitas dana talangan haji. Dana talangan haji adalah pinjaman yang diberikan oleh lembaga keuangan syariah kepada anggota untuk memenuhi kekurangan dana guna memperoleh kursi haji. Pembiayaan pembiayaan ini diharap bisa membantu dan memberikan keuntungan untuk masyarakat menengah keatas yang ingin beribadah ke tanah suci tapi belum memiliki biaya.

B. SARAN

KSPPS – MUI harus lebih efektif lagi dalam melakukan promosi pembiayaan dana talangan haji agar nasabah tertarik untuk melakukan pembiayaan dan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

produktivitas pembiayaan dana talangan haji bisa naik serta pangsa pasar juga meningkat dari bulan – bulan sebelumnya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR PUSTAKA

Andesta, Rita. *Pengelolaan Pembiayaan Dana Talangan Haji pada Bank Syariah Mandiri Cabang Pekanbaru*. skripsi - -Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Qasim Riau Pekanbaru, 2010.

Anneke. wawancara. 7 april 2017.

Ardianto, Elvinaro. *Metodologi Penelitian Untuk Public Relations, Kualitatif dan Kuantitatif.* Bandung: Simbiosa Rekatama Media, 2010.

Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek.* Jakarta: Rineka Cipta, Cet.X, 1996.

Assauri, Sofian. *Manajemen Pemasaran dasar Konsep dan Strategi.* Jakarta: Rajawali Pers Cet 3, 2000.

BPS.Kab Gresik.go.id

Brosur produk dana talangan haji tahun 2016

Chozin, Fajrul Hakam. *Cara Mudah Menulis Karya Ilmiah.* Sumatra: Alpha Grafika, 1997.

Djamil, Faturrahman. *Penyelesaian Pembiayaan Bermasalah di BankSyariah.* Jakarta: Sinar Grafika, 2012.

Fatmaraga, Edy. *Analisis Pangsa Pasar Mobil Toyota Avanza di Kutai Timur*. skripsi--Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi. Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda, 2013.

Gomarketingstrategic, *Pengertian Market Share atau Pangsa Pasar*. http://www.gomarketingstrategic.com, diakses pada 11 Januari 2018.

Hasan, Ali. *Marketing Bank Syariah.* Bogor : Ghalia Indonesia, 2010.

H.A Fattah Idris dan H. Abu Ahmadi. *Fikih Islam Lenkap.* Jakarta: Rineka Citra cet ke 3, 2003.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

IMNI.CO.ID, *Strategi Mempertahankan Pangsa Pasar*. http://imni.co.id/blog/strategi-mempertahankan-pangsa-pasar. diakses pada 8 Agustus 2017.

J. Melong, Lexy. *Metodologi Penelitian Kualitatif.* Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013.

Koinworks, *Strategi Memperluas Pangsa Pasar*. http://koinworks.com/blog/strategi-memperluas-pangsa-pasar. diakses pada 8 Agustus 2017.

Komaruddin. *Manajemen Pengawasan Kualitas Terpadu.* Jakarta: Rajawali Pers ,1992.

KSPPS-MUI Bungah. *Profil KSPPS-MUI Gresik.* Gresik: KSPPS-MUI, 2012.

Lailah, Nur dkk. *Lembaga Keuangan Islam non Bank.* Surabaya: CV Mitra media nusantara, 2013.

Muafiq, Ahmad Interview. 2017. "Perkembangan Bisnis KSPPS – MUI Bungah Dalam Menjalankan Roda Organisasi". Kantor Pusat KSPPS – MUI Bungah.

Philip, Kotler. *Managemen of Marketing.* Fakultas Ekonomi. Universitas Indonesia Jakarta, 2005.

Prasetyo, Adib. Interviae. 2017. *Analisis Pangsa Pasar Dalam Mengembangkan Produktivitas Dana Talangan Haji.* Kantor Pusat KSPPS – MUI Bungah.

QS. Ali Imran 96 - 97, diambil dari Al-Qur'an digital dalam http://www.alquran.digital.com, diakses pada 19 maret 2017.

ramedia, 1979.

Ravianto, J. *Produktivitas dan Manusia Indonesia.* Jakarta: Siup, 1986.

Ruslan, Rosady. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi.* Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2003.

Ridwan, Muhammad. *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil (bmt).* Yogyakarta: UII Press, 2004.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Rudianto. Manajer KSPPS-MUI. Interview. 2017. “Visi dan Misi”. Kantor Pusat KSPPS-MUI Bungah.

Supranto, J dan Limakrisnan, Nandan. *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran.* Jakarta: Mitra Wacana Media, 2011.

Sarwani, Denny. *Strategi Pemasaran Produk Tabungan Mabrur Junior Bank Syariah Mandiri KCP Pondok Pinang.* skripsi- -Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Ilmu Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2015

Sa’adah, Nur. *Analisis Strategi Pemasaran Produk Talangan Haji di Bank Syariah Mandiri (BSM) Cabang Ungaran Semarang*. skripsi- -Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Syariah dan Ekonmi Islam. IAIN Walisongo Semarang, 2013.

Subagyo, P. Joko. *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktek.* Jakarta : Rinneka Cipta, 2004.

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D.* Bandung: ALFABETA, 2008.

Setiawan, Adi. *Analisis Pengaruh Faktor Makro Ekonomi, Pangsa Pasar dan Karakteristik Bank Terhadap Profitabilitas Bank Syariah*. Tesis- -Program Studi Magister Manajemen, Pascasarjana. Universitas Diponegoro, 2009.

Syarif, Rusli. *Peningkatan Produktivitas Terpadu (PPT).* Bandung: Angkasa, 1991.

Sholikhin, Muhammad. *Keajaiban Haji dan Umrah Mengungkap Kedahsyatan Pesona Ka’bah dan Tanah Suci*. Jakarta: Erlangga, 2013.

Syarif, Rusli. *Peningkatan Produktivitas Terpadu (PPT).* Bandung: Angkasa, 1991.

Teguh, Muhammad. *Metodologi Penelitian EkonomiTeori Dan Aplikasi*. Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada, 1999.

Usman, Husaini dan Purnomo Akbar Setiady. *Metodologi Penelitian Sosial.* Jakarta: PT.Bumi Aksara, 2003.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

WikiHow.com, *Cara Menghitung Pangsa Pasar*. http://id.m.wikihow.com/Menghitung-Pangsa -Pasar- (Market Share). diakses pada 8 Agustus 2017.

Woekirno Sumardi, *Faktor-faktor Produktivitas Karyawan.* Jakarta: G

Wawancara Teller KSPPS – MUI Bungah

Suryani,Tatik. *Perilaku Konsumen : Implementasi pada Strategi Pemasaran.* Yogyakarta:Graha Ilmu,2008.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id