

**STRATEGI PENGEMBANGAN KOPERASI SYARIAH NURI JAWA
TIMUR PONDOK PESANTREN DARUL ULUM BANYUANYAR
BERBASIS ALUMNI**

SKRIPSI

Diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Ekonomi Syari'ah



Oleh :

Hadiyono
NIM. E20152096

Pembimbing :

Dr. Abdul Wadud Nafis, Lc, M.E.I
NIP.19690706 200604 1 001

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
SEPTEMBER 2019**

**STRATEGI PENGEMBANGAN KOPERASI SYARIAH NURI JAWA
TIMUR PONDOK PESANTREN DARUL ULUM BANYUANYAR
BERBASIS ALUMNI**

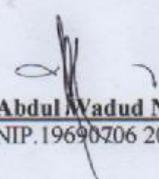
SKRIPSI

Diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Ekonomi Syari'ah

Oleh :

Hadiyono
NIM. E20152096

Disetujui Pembimbing


Dr. Abdul Wadud Nafis, Lc, M.E.I
NIP.19690706 200604 1 001

**STRATEGI PENGEMBANGAN KOPERASI SYARIAH NURI JAWA
TIMUR PONDOK PESANTREN DARUL ULUM BANYUANYAR
BERBASIS ALUMNI**

SKRIPSI

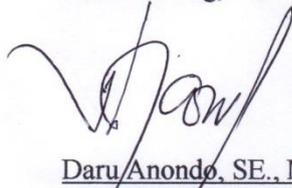
Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Ekonomi Syari'ah

Hari : Kamis

Tanggal : 12 September 2019

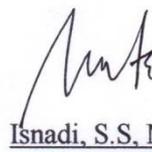
Tim penguji

Ketua Sidang,



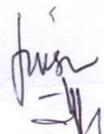
Daru Anondo, SE., M.Si.
NIP. 19750303 200901 1 009

Sekretaris



Isnadi, S.S, M.Pd
NIP. 19710610 201411 1 004

Anggota

1. Dr.Khairunnisa Musari, M.MT ()
2. Dr. Abdul Wadud Nafis, Lc., M.EI ()

Menyetujui

Dekan Fakultas EkonomidanBisnis Islam



Dr. Khandan Rifa'i, S.E., M.Si
NIP. 196808072000031001

MOTTO

..... وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۖ إِنَّ اللَّهَ

شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿٢١٧﴾ .

Artinya :dan tolong menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebaikan dan takwa, dan jangan tolong menolong dalam berbuat dosa. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya.¹



¹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, 363.

PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan untuk orang-orang yang telah memberikan arti bagi hidup saya dengan pengorbanan, kasih sayang dan ketulusannya, yaitu :

1. Kepada kedua orang tua saya, Ayahanda Sura'i dan terutama kepada Ibunda Tolak tercinta yang tak pernah lelah membesarkan ku dengan penuh kasih sayang, serta memberi dukungan, perjuangan, motivasi dan pengorbanan dalam hidup ini. Terima kasih atas doa yang tak kunjung henti dipanjatkan.
2. Seluruh keluarga besar yang senantiasa menjadi spirit dalam setiap proses saya menjadi *insan kamil* hingga saya tak mampu membedakan senyum dan tangis mereka.
3. Kawan-kawan FKMSB, saudara-saudara HMI dan keluarga besar FoSSEI dan KSEI, saya ucapkan terimakasih atas segala bentuk perjuangan, ilmu dan pengalaman yang luar biasa dari kalian. Semangat juang dan pantang menyerah yang kalian ajarkan akan menjadi bekal di kehidupan selanjutnya.
4. Teman-teman ES3 Ekonomi Syari'ah seperjuangan angkatan 2015. Masih banyak pihak lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang sudah menemani, membantu dan menghibur penulis dalam menyelesaikan buah karya tugas akhir ini. Terima kasih untuk kebersamaan kalian.
5. Almamater IAIN Jember dan seluruh dosen IAIN Jember khususnya dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang bersedia meluangkan waktu dan tenaganya untuk memberikan ilmunya kepada saya.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah segenap puji dan syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat, dan taufik serta hidayah-Nya sehingga perencanaan, pelaksanaan, dan penyusunan skripsi yang berjudul “Strategi Pengembangan Koperasi Syariah Nuri Jawa Timur Pondok Pesantren Darul Ulum Banyuwangi Berbasis Alumni” dapat terselesaikan dengan lancar. Sholawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada baginda Rasulullah SAW. Semoga kita mendapatkan syafa’atnya di hari kiamat kelak. Aamiin. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk melengkapi sebagian persyaratan guna memperoleh Gelar Sarjana (S-1) Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Jember.

Penulis menyadari sepenuhnya, tanpa bimbingan dari berbagai pihak, skripsi ini tidak dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Babun Suharto., SE, MM. selaku Rektor IAIN Jember
selakuRektor IAIN Jember
2. Bapak Dr. Khamdan Rifa’i, S.E.,M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam IAIN Jember
3. Bapak M. F. Hidayatullah, S.H.I, M.S.I. selaku Dosen Penasehat Akademik.
4. Ibu Nikmatul Masruroh, M.E.I selaku Ketua Prodi Ekonomi Syari’ah

5. Bapak Dr. Abdul Wadud Nafis, Lc, M.E.I selaku Dosen Pembimbing yang dengan sabar meluangkan waktu dan pemikiran untuk memberikan ilmu dan pengarahan selama penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen IAIN Jember yang telah ikhlas mengajar dan membimbing penulis selama kuliah.
7. Pengasuh Pondok Pesantren DarulUlum Banyuwangi yang sudah memberikan izin untuk meneliti Koperasi Syariah Nuri Jawa Timur.
8. Seluruh pimpinan dan parakaryawan Koperasi Syariah Nuri Jawa Timur yang sudah memberikan izin dan waktunya untuk memberikan keterangan mengenai penelitian ini.

Semoga segala bantuan yang telah diberikan kepada penulis tercatat sebagai amal shalih yang diterima oleh Allah SWT. Penulis mengakui skripsi ini masih banyak kekurangan dan kekeliruan, baik yang terdapat dalam pembahasan maupun penulisan. Oleh sebab itu penulis mengharapkan saran dan kritikan untuk kesempurnaan skripsi ini.

Jember, 20 September 2019

Hadiyono
NIM. E20152096

ABSTRAK

Hadiyono, Dr. Abdul Wadud Nafis, Lc, M.E.I 2019: *Strategi Pengembangan Koperasi Syariah Nuri Jawa Timur Pondok Pesantren Darul Ulum Banyuwangi Berbasis Alumni*

Dalam mengembangkan koperasi, koperasi harus memiliki strategi yang tepat dalam mengembangkan koperasi. Pengembangan koperasi perlu pemilihan sistem kelembagaan yang tepat yang lebih mendukung pengembangan aktivitas ekonomi yang bertujuan mensejahterakan masyarakat secara luas.

Dalam menentukan strategi pengembangan koperasi sebaiknya memperhatikan tiga yaitu, menetapkan usaha anggota sebagai fokus pengembangan koperasi, menegaskan penguatan skala ekonomi bagi usaha koperasi yang pro-anggota, model manajemen serta sistem transformasi nilai melalui pendidikan dan latihan bagi anggota.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka yang menjadi fokus penelitian dalam penulisan ini adalah: 1. Bagaimana strategi pengembangan Koperasi Syariah Nuri Jawa Timur Pondok Pesantren Darul Ulum Banyuwangi? 2. Bagaimana peran alumni dalam strategi pengembangan Koperasi Syariah Nuri Jawa Timur di Pondok Pesantren Darul Ulum Banyuwangi?

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Dalam menentukan subjek peneliti menggunakan *purposive* serta menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini adalah 1. Strategi pengembangan koperasi dilakukan dengan melakukan strategi pemasaran produk simpanan dan produk pembiayaan, dan penghitungan jumlah beban operasional dan harga pesaing dalam penentuan harga serta melakukan promosi menggunakan media sosial dan *personal selling*, serta memperhatikan tingkat keramaian, pesaing dan banyaknya alumni, disamping itu koperasi melakukan rekrutmen karyawan secara terbuka baik dari internal dan eksternal koperasi, dan program pelatihan berupa pelatihan dalam jabatan serta magang, 2. Alumni berperan dengan menjadi anggota atau karyawan, dan ikut mempromosikan serta penentuan tempat koperasi.

Kata Kunci: Pengembangan, Koperasi, Alumni

ABSTRACT

Hadiyono, Dr. Abdul Wadud Nafis, Lc, M.E.I 2019: *The Development Strategy of East Java Nuri Syariah Cooperative Alumni-Based in Darul Ulum Banyuwanyar Islamic Boarding School*

In developing cooperatives, the cooperatives must have right strategy in developing. The development of cooperatives requires the selection of right institutional system that further supports the development of economic activities aimed at society welfare at large.

In determining cooperative development strategy it should emphasize three things namely, Establishing member businesses as the focus of cooperative development, emphasizing the strengthening of economies scale for cooperative businesses which are pro-member, management models and value transformation systems through education and training for members.

Based on the background above, the research focus in this research are:
1. What is the strategy for developing the East Java Nuri Sharia Cooperative in Darul Ulum Banyuwanyar Boarding School? 2. What is the role of alumni in the development strategy of East Java Nuri Sharia Cooperative in Darul Ulum Banyuwanyar Boarding School?

This study used a qualitative approach to descriptive research. In determining the subject, the researcher used purposive and used data collection techniques through observation, interviews, and documentation.

The results of this study are: 1. The cooperative development strategy is carried out by conducting a marketing strategy of savings and financing products, calculating the amount of operational expense, the competitor prices in determining prices, conducting promotions using social media and personal selling. Taking into account the crowds level, competitors and the many alumni , besides that the cooperatives openly recruit employees from both internal, external cooperatives, the training programs in training positions form and internships, 2. The alumni play a role by becoming members or employees or participate in promoting and determining cooperative locations.

Keywords: Development, Cooperative, Alumni.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xivv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Fokus Penelitian.....	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	10
E. Definisi Istilah	11
F. Sistematika Pembahasan	13
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	
A. Penelitian terdahulu	15
B. Kajian Teori.....	38

1. Strategi Pengembangan	38
2. Sumber Daya Manusia (SDM)	50
3. Strategi Pengembangan Usaha Dalam Perspektif Islam.....	62
4. Koperasi Syariah.....	65

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	68
B. Lokasi Penelitian.....	69
C. Subjek Penelitian	70
D. Teknik Pengumpulan data	70
E. Analisis Data	73
F. Keabsahan Data	76
G. Tahap-tahap Penelitian.....	76

BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Objek Penelitian	78
B. Penyajian Data dan Analisis.....	92
C. Pembahasan Temuan.....	130

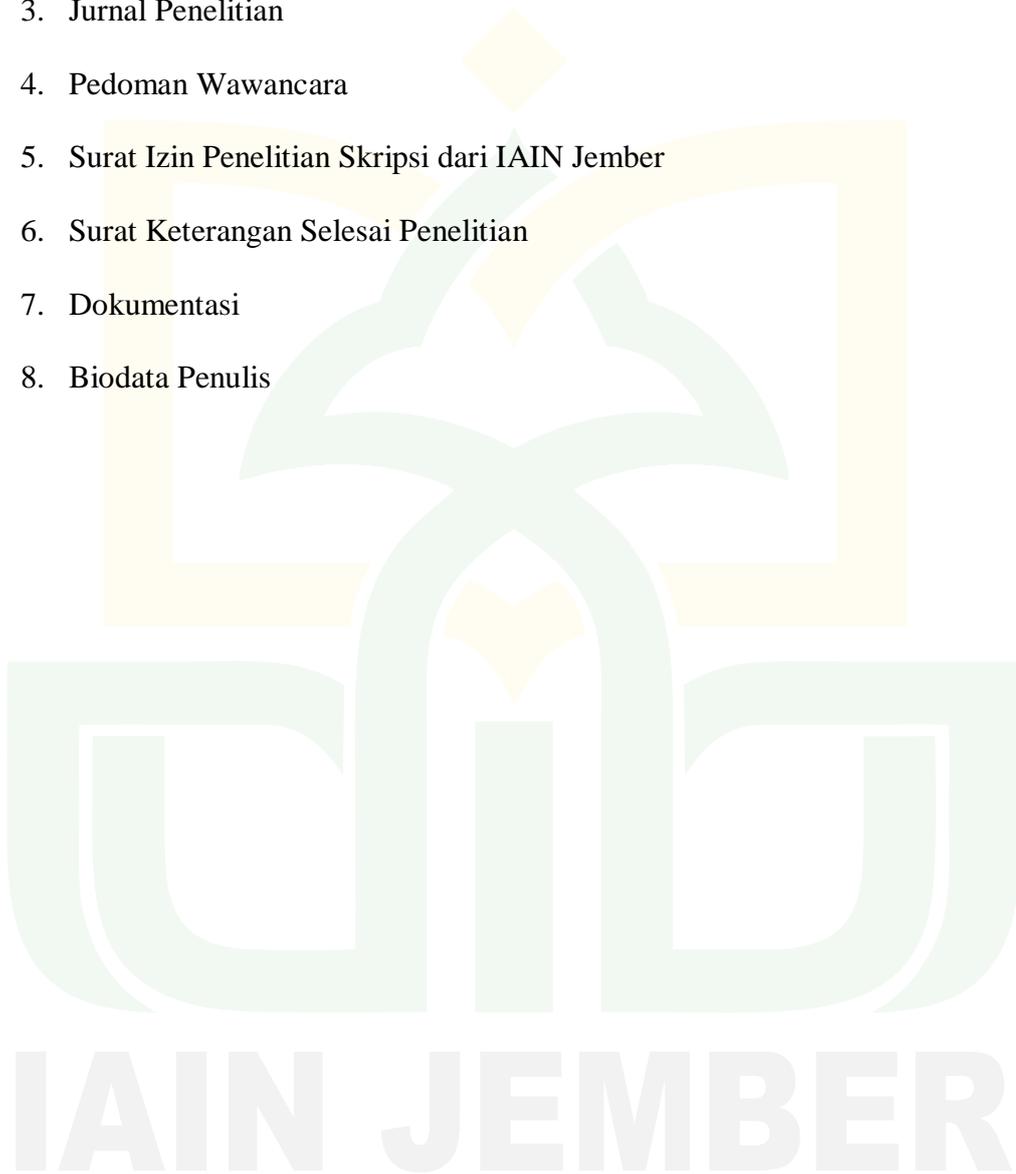
BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	156
B. Saran-saran	159

DAFTAR PUSTAKA.....	160
----------------------------	------------

LAMPIRAN-LAMPIRAN

1. Matrik Penelitian
2. Pernyataan Keaslian Tulisan
3. Jurnal Penelitian
4. Pedoman Wawancara
5. Surat Izin Penelitian Skripsi dari IAIN Jember
6. Surat Keterangan Selesai Penelitian
7. Dokumentasi
8. Biodata Penulis



DAFTAR TABEL

No. Uraian

Tabel 1.1 Persentase sisa hasil usaha (SHU) yang masuk ke pondok pesantren	4
Tabel 1.2 Daftar Jumlah Aset Koperasi Syariah Nuri	8
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	35
Tabel 2.2 Pelatihan dan Pengembangan	58
Tabel 3.1 Daftar Jumlah Aset Koperasi Syariah Nuri	69
Tabel 4.1 Daftar Jumlah Aset Koperasi Syariah Nuri Pondok Pesantren Banyuwangi	85
Tabel 4. 2 Daftar Pendapatandi Koperasi Syariah Nuri Pondok Pesantren Banyuwangi	85
Tabel 4.3 Daftar Keuntungan Koperasi Syariah Nuri Pondok Pesantren Banyuwangi	86
Tabel 4. 4 Daftar Perkembangan kantor cabang Koperasi Syariah Nuri Pondok Pesantren Banyuwangi	86
Tabel 4.5 Daftar Perkembangan Anggota Koperasi Syariah Nuri Pondok Pesantren Banyuwangi	88
Tabel 4 .6 Daftar Produk Simpanan Koperasi Syariah Nuri Pondok Pesantren Banyuwangi 2018	90
Tabel 4. 7 Daftar Produk Pembiayaan Koperasi Syariah Nuri Pondok Pesantren Banyuwangi 2018	92

DAFTAR GAMBAR

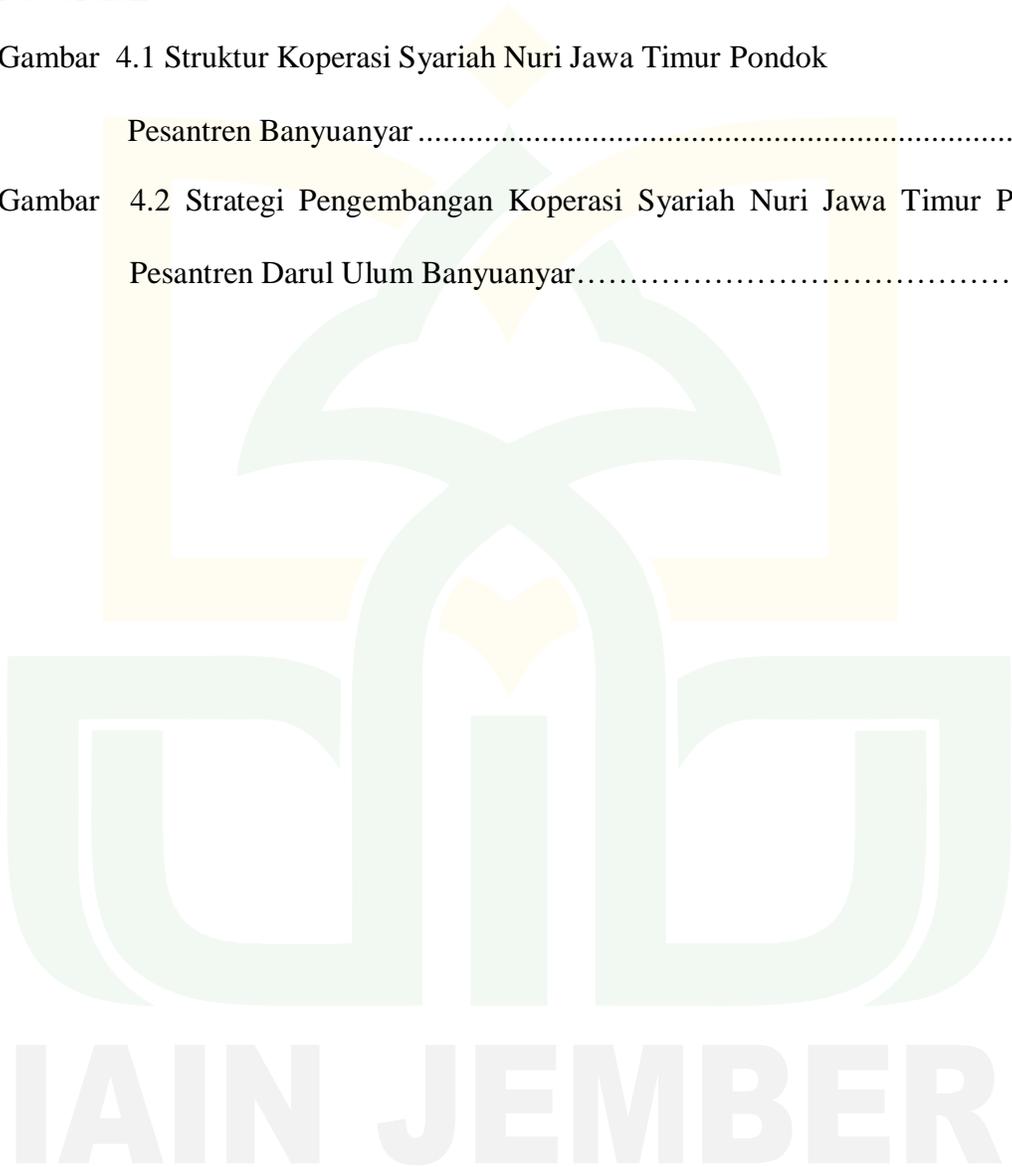
No. Uraian

Gambar 4.1 Struktur Koperasi Syariah Nuri Jawa Timur Pondok

Pesantren Banyuanyar 82

Gambar 4.2 Strategi Pengembangan Koperasi Syariah Nuri Jawa Timur Pondok

Pesantren Darul Ulum Banyuanyar.....154



IAIN JEMBER

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pondok pesantren dengan berbagai harapan dan predikat yang dilekatkan padanya, sesungguhnya berujung pada tiga fungsi utama, yaitu: Pertama, sebagai pusat pengkaderan pemikir-pemikir agama (*center of excellence*). Kedua, sebagai lembaga yang mencetak sumber daya manusia (*human resource*). Ketiga, sebagai lembaga yang mempunyai kekuatan melakukan pemberdayaan pada masyarakat (*agent of development*).¹

Pesantren adalah lembaga pendidikan tradisional Islam, sebagai wadah untuk mempelajari, memahami, menghayati dan mengamalkan ajaran agama, etika dan budaya. Pendidikan Islam juga sebagai pedoman kehidupan sehari-hari.² Pesantren yang dilahirkan semenjak ratusan tahun yang lalu telah membantu banyak permasalahan bangsa dan negara dalam membangun sumberdaya manusia yang unggul serta berbudi luhur. Hal ini mengindikasikan bahwasanya lembaga pondok pesantren sangat berpengaruh didalam penyebaran agama Islam dan mengajarkan pendidikan beragama yang baik dan benar.³

Dalam era persaingan bebas dewasa ini, pembangunan kompetensi dan kapasitas santri adalah suatu keharusan. Untuk dapat bersaing secara

¹ Suhartini, *Problem Kelembagaan Pengembangan Ekonomi Pesantren* (Yogyakarta: LKIS, 2009), 233.

² Rofik, *Pemberdayaan Pesantren Menuju Kemandirian dan Profesionalisme Santri dengan Metode Daurah Kebudayaan* (Yogyakarta: PT LKS, 2005), 1.

³ Muhammad Tholhah Hasan, al, *Agama Moderat, Pesantren dan Terorisme* (Malang: Lista Fariska Putra, 2004), 54-55.

kompetitif dalam dunia global, pondok pesantren dituntut mampu melahirkan produk dan alumni yang mempunyai kompetensi dan produktif diantaranya sebagai berikut: Pertama, kompeten dan produktif secara spiritual. Kedua, kompeten dan produktif secara sosial. Ketiga, alumni pesantren harus kompeten dan produktif secara ekonomi.⁴

Pondok Pesantren Darul Ulum Banyuwangi merupakan salah satu pondok tertua yang ada di Kecamatan Palengaan Kabupaten Pamekasan Madura, dengan nama perndiri pertama yaitu KH. Isbat Bin Ishak, berdiri sejak tahun 1787 M/ 1204.⁵

Sebagai salah satu Pondok Pesantren tertua, Darul Ulum Banyuwangi mempunyai potensi pengembangan ekonomi bagi kemandirian pesantren. Mengingat pesantren ini mempunyai daya tarik bagi masyarakat, serta jumlah santri yang sangat banyak. Hal ini bisa dilihat dari jumlah peminat yang menjadi santri di Pondok Pesantren Darul Ulum Banyuwangi, setiap tahunnya rata-rata 800 lebih santri baru putra.⁶

Pondok Pesantren Darul Ulum Banyuwangi Pamekasan Madura, memiliki banyak usaha mandiri. Sampai saat ini usaha bisnis yang dikelola dan dikembangkan oleh Pondok Pesantren Darul Ulum Banyuwangi Pamekasan. Diantaranya adalah bergerak dibidang jasa, unit jasa keuangan syari'ah dan Koperasi Syari'ah Nuri Jawa Timur yang seterusnya disebut (KSN JATIM), studio foto, warnet, di bidang perdagangan; toko kitab, toko

⁴ Harjito, dkk, "Studi Potensi Ekonomi dan Kebutuhan Pondok Pesantren Se Karesidenan Kedu Jawa Tengah," *Jurnal Fenomena*, Vol. 6, No. 1, Maret 2008, hlm. 1-19.

⁵ Subriadi, *wawancara*, Pamekasan, 26 Desember 2018.

⁶ Subriadi, *wawancara*, Pamekasan, 26 Desember 2018.

baju, toko bagus, toko alat-alat bangunan, toko yang menyediakan kebutuhan santri dan masyarakat umum dan pertokoan, produksi Air Mineral Dalam Kemasan (AMDK) dengan nama merek Nuri, Pabrik Es, produksi songkok hitam yang juga berlabel KSN NURI JATIM dan usaha yang lain, usaha ini tidak hanya berada di dalam pesantren namun juga tersebar luas di berbagai daerah di luar pesantren Darul Ulum Banyuanyar.⁷

Kontribusi usaha pesantren terhadap keuangan pesantren terdiri dari kopontren, KSN JATIM, AMDK Nuri dan toko bagus, unit usaha pesantren mampu memberikan pemasukan dana lumayan besar. Kemampuan usaha pesantren memberikan bantuan dana terhadap pesantren, diantaranya seperti kopontren memberikan Sisa Hasil Usaha (SHU) kepada pesantren sebesar Rp 301.000.000 pada tahun 2017, sedangkan KSN JATIM mampu memberikan dana Rp 510.000.000 untuk pesantren pada tahun 2017, toko Bagus memberikan Rp 15.700.000 pada 2017 dan AMDK menyumbangkan sebesar Rp 155.000.000 pada 2017.⁸ Berikut daftar persentase pemasukan dari sisa hasil usaha pesantren.

IAIN JEMBER

⁷ Subriadi, *wawancara*, Pamekasan, 26 Desember 2018.

⁸ Subriadi, *wawancara*, Pamekasan, 26 Desember 2018.

Tabe 1.1
Persentase (SHU) yang masuk ke Pondok Pesantren

Nama Usaha	Pemasukan SHU untuk Pesantren	Rp,	Keterangan
KSN Jatim	10%	Rp 510.000.000	2017
Kopontren	100%	Rp 301.000.000	2017
AMDK Nuri	50%	Rp 155.000.000	2017
Toko Bagus	10%	Rp 15.700.000	2017
Usaha Pengasuh	-		-

Sumber : Data diolah dari laporan keuangan Bendahara Pondok Pesantren

Namun peneliti hanya akan fokus melakukan penelitian pada satu layanan usaha, yang bergerak di bidang unit jasa simpan pinjam. Yakni, KSN JATIM. KSN JATIM berdiri pada tahun 2008, dengan alamat kantor pusat, di Jalan Raya Palduding-Pegantenan Dusun Tengracak, Desa Plakpak, Kecamatan Pegantenan, Kabupaten Pamekasan.

Koperasi merupakan salah satu usaha sekaligus gerakan ekonomi rakyat. Pada awalnya koperasi merupakan kumpulan orang-orang yang memiliki ekonomi tingkat bawah, dimana melalui koperasi mereka sama-sama berkeinginan atau mempunyai tujuan untuk meningkatkan kesejahteraannya. Hal ini sesuai dengan Undang-Undang (UU) Perkumpulan Koperasi No. 79 Tahun 1958, yaitu menjelaskan bahwa koperasi merupakan suatu perkumpulan yang beranggotakan orang-orang atau badan-badan hukum yang tidak merupakan konsentrasi modal, dengan ketentuan sebagai berikut: beranggotakan kekeluargaan (gotong royong), bertujuan meningkatkan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya, dan akta pendirian menurut ketentuan-ketentuan dan didaftarkan sebagaimana

ditetapkan dalam UU ini.⁹

Pada saat persaingan dunia usaha semakin global seperti sekarang ini, dan sarat dengan persaingan yang sangat hebat, maka setiap pelaku ekonomi tidak terkecuali koperasi, apabila ingin terus tumbuh dan berkembang haruslah memiliki daya saing yang berkelanjutan. Apabila koperasi ini tidak segera dan terus-menerus melakukan reposisi dirinya sebagai salah satu pelaku ekonomi, maka koperasi akan terus tertinggal dan lambat laun akan terabaikan.

Strategi bisnis adalah arah atau jalan yang akan ditempuh suatu organisasi dalam rangka menjalankan misi bisnis guna mencapai visi bisnisnya. Merumuskan strategi bisnis melibatkan pengambilan keputusan pada tingkat unit bisnis. Di sini hanya ditunjukkan bagaimana cara bersaing.¹⁰

Dalam mengembangkan koperasi, koperasi harus memiliki strategi yang tepat dalam mengembangkan koperasi. Menurut Imam Suhartono dalam jurnal yang berjudul “Strategi Pengembangan Koperasi Berorientasi Bisnis”, dalam rangka pengembangan koperasi sebagai badan usaha pada dasarnya yang perlu mendapat perhatian adalah bagaimana pemilihan sistem kelembagaan yang tepat yang lebih mendukung pengembangan aktivitas ekonomi dengan tujuan adanya keberpihakan kepada kesejahteraan masyarakat secara luas. Dengan kata lain, penekanan akan memperjelas justifikasi pentingnya keberadaan bentuk badan usaha yang dikelola dari oleh dan untuk masyarakat. Hal ini sangat relevan dengan keberadaan koperasi.

⁹ Muhammad Firdaus dan Agus Edhi Susanto, *Perkoperasian: Sejarah, Teori, dan Praktek*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002), 32.

¹⁰ Djoko Muljono, *Buku Pintar Strategi Bisnis Koperasi Simpan Pinjam* (Yogyakarta: Andi, 2015), 24.

Pengembangan aktivitas ekonomi yang sesuai dengan konteks ini adalah aktivitas ekonomi yang juga bertujuan selain untuk meningkatkan nilai tambah sumber daya yang tersedia yang dikembangkan dengan pendekatan bisnis, juga aktivitas ekonomi yang berkembang ke arah terjaminnya partisipasi yang tinggi dari masyarakat. Dalam hal ini, bukan saja partisipasi dalam ikut serta menikmati hasil pembangunan aktivitas ekonomi tersebut. Lebih jauh keberadaan koperasi dipandang penting jika pengembangan aktivitas ekonomi tersebut juga berwawasan ke arah untuk meningkatkan martabat dan harkat masyarakat baik secara langsung maupun tidak langsung.¹¹

Dalam menentukan strategi pengembangan koperasi sebaiknya memperhatikan tiga hal :¹²

1. Menetapkan usaha anggota sebagai fokus pengembangan koperasi. Usaha koperasi pada dasarnya untuk mendukung usaha anggota. Baik dalam pembiayaan, produksi, maupun pemasaran.
2. Menegaskan penguatan skala ekonomi bagi usaha koperasi yang pro-anggota.
3. Model manajemen serta sistem transformasi nilai melalui pendidikan dan latihan bagi anggota.

Sampai tahun 2018 akhir, KSN JATIM membuka beberapa kantor cabang di beberapa tempat merupakan salah satu strategi pengembangan di

¹¹ Imam Suhartono, "Strategi Pengembangan Koperasi Berorientasi Bisnis", *Jurnal Among Makarti*, Vol.4 No.7, (Salatiga, Juli 2011), 33.

¹² Rio F. Wilantara, Ausilawati, *Strategi dan Kebijakan Pengembangan UMKM* (Bandung ; Refika Aditama, 2016), 210.

KSN JATIM. Pembukaan kantor cabang memberikan manfaat agar masyarakat dengan mudah mendatangi Koperasi Syariah Nuri Kantor Cabang yang sudah dibuka yaitu, Kantor Cab. Palduding, Kantor Cab. Sokobanah I, Kantor Cab. Waru, Kantor Cab. Ketapang, Kantor Cab. Sumenep, Kantor Cab. Batumarmar, Kantor Cab. Karangpenang, Kantor Cab. Pasean, Kantor Cab. Sokobanah II, Kantor Cab. Palengaan, Kantor Cab. Pegantenan, Kantor Cab. Pamekasan Kota, Kantor Cab. Pakong, Kantor Cab. Sampang Kota, Kantor Cab. Kadur, Kantor Cab. Bangsalsari Jember, Kantor Cab. Pujer Bondowoso, dan Kantor Cab. Pasongsongan.¹³

Dari banyaknya cabang KSN JATIM yang dimiliki oleh Pondok Pesantren Darul Ulum Banyuwangi, tentunya membutuhkan banyak tenaga kerja dan strategi pengembangan usaha yang baik, sehingga usaha tersebut mampu berkembang, bertahan dan bersaing di era serba digital ini. Peranan alumni pondok pesantren dalam membantu perkembangan KSN JATIM perlu diperhatikan pula. Banyaknya alumni yang tersebar di berbagai daerah di nusantara, membuat alumni mampu menjadi bagian dari SDM yang turut membantu mengembangkan KSN JATIM. Pondok Pesantren Banyuwangi telah mampu meluluskan kurang lebih 600 santri atau 600 alumni putra pertahun.¹⁴

Sifat fanatisme terhadap Pondok Pesantren Darul Ulum Banyuwangi menjadikan pondok ini memiliki alumni yang loyal dan mampu untuk membantu perkembangan KSN JATIM yang dimiliki oleh Pondok Pesantren Darul

¹³ Achmad Mukhlisin, *wawancara*, Pamekasan, 25 Desember 2018.

¹⁴ Subriadi, *wawancara*, Pamekasan, 26 Desember 2018.

Ulum Banyuwangi. Sebagian besar dari alumni Pondok Pesantren Darul Ulum Banyuwangi menjadi penyokong bagi usaha pesantren baik menjadi mitra, pemilik saham, konsumen atau menjadi bagian dari beberapa usaha pesantren.

Peran alumni dalam pengembangan KSN JATIM dengan menjadi karyawan, dilihat dari 155 total karyawan KSN JATIM, 147 yaitu alumni Pondok Pesantren Darul Ulum Banyuwangi, selain menjadi karyawan alumni juga menjadi anggota tetap KSN JATIM. KSN JATIM merupakan salah satu lembaga keuangan yang mengalami perkembangan yang sangat signifikan dalam empat tahun terakhir. Perkembangan tersebut dapat dilihat dari aset yang didapat. Aset merupakan salah satu cara untuk melihat perkembangan di KSN JATIM. Aset di KSN JATIM mengalami peningkatan yang signifikan. Berikut jumlah aset KSN JATIM dari tahun 2014-2018

Tabel 1.2
Daftar Jumlah Aset Koperasi Syariah Nuri

No	Tahun	Jumlah Aset
1	2014	Rp 30.669.661.629
2	2015	Rp 59.089.539.152
3	2016	Rp 102.715.489.003
4	2017	Rp 153.661.850.955
5	2018	Rp 190.827.732.535

Sumber: Data diolah dari laporan keuangan Koperasi Syariah Nuri Jawa Timur.

Namun demikian masih banyak kekurangan dan hambatan yang dihadapi KSN JATIM. Artinya, dari perkembangan di atas bukan berarti tidak ada kendala. Diantara tantangan eksternal yang harus dihadapi adalah semakin banyak koperasi simpan pinjam, baik yang syariah maupun bukan. Apalagi mengingat sudah banyak pesantren-pesantren yang mengembangkan

layanan jasa yang satu ini. Sehingga KSN harus mampu kompetitif dalam meyakinkan calon nasabah dan anggota terutama yang bukan alumni pondok pesantren. Sementara berikutnya adalah, perkembangan teknologi komunikasi, yang harus bersaing dengan simpan pinjam *online*.

Sementara masalah atau hambatan yang ada dalam internal KSN JATIM sedikitnya tenaga ahli di bidangnya, baik pemasarannya dan lain-lain, Karena karyawan di KSN JATIM rata-rata hanya lulusan SMA sederajat. Sehingga hal ini perlu menjadi evaluasi tersendiri.

Strategi pengembangan memiliki peranan yang sangat penting di KSN JATIM, karena ketika strategi yang dilakukan tidak tepat, dapat mengakibatkan kerugian yang dapat menyebabkan koperasi mengalami penurunan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian tentang strategi pengembangan yang tepat di KSN JATIM yang diberi judul “Strategi Pengembangan Koperasi Syariah Nuri Pondok Pesantren Darul Ulum Banyuwangi berbasis alumni”

B. Fokus penelitian

Perumusan masalah dalam penelitian kualitatif disebut dengan istilah fokus penelitian. Bagian ini mencantumkan semua fokus permasalahan yang akan dicari jawabannya melalui proses penelitian:¹⁵

1. Bagaimana strategi pengembangan KSN JATIM Pondok Pesantren Darul Ulum Banyuwangi?

¹⁵ Tim Penyusun IAIN Jember, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember: IAIN Jember Press, 2015), 44.

2. Bagaimana peran alumni dalam strategi pengembangan KSN JATIM Pondok Pesantren Darul Ulum Banyuwangi?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan gambaran tentang arah yang akan dituju dalam melakukan penelitian. Tujuan penelitian harus mengacu harus mengacu kepada masalah – masalah yang telah dirumuskan sebelumnya.¹⁶

1. Untuk mengetahui strategi pengembangan KSN JATIM Pondok Pesantren Darul Ulum Banyuwangi
2. Untuk mengetahui peran alumni dalam Strategi Pengembangan KSN JATIM Pondok Pesantren Darul Ulum Banyuwangi.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian berisi tentang kontribusi apa yang akan diberikan setelah selesai melakukan penelitian.¹⁷

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam memperkaya wawasan pemilik usaha mengenai pengembangan usaha.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini secara praktis diharapkan dapat menyumbangkan pemikiran terhadap pemecahan masalah tentang pengembangan usaha sehingga usaha tersebut dapat berkembang menjadi usaha yang besar.

¹⁶ Ibid., 45.

¹⁷ Ibid., 45.

3. Manfaat Bagi Pemilik Usaha

Dapat dijadikan sumber informasi dalam mengembangkan usahanya antara lain :

- a. Hasil kajian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam mengembangkan usaha khususnya bagi KSN JATIM.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat memperluas pengetahuan dan wawasan dalam mengembangkan koperasi di era modern saat ini.

E. Definisi Istilah

Definisi istilah berisi tentang pengertian istilah – istilah penting yang menjadi titik perhatian penelitian di dalam judul penelitian. Tujuannya agar tidak terjadi kesalahpahaman terhadap makna istilah sebagaimana dimaksud oleh penelitian.¹⁸

1. Strategi Pengembangan.

Strategi adalah suatu penataan potensi dan sumber daya agar dapat efisien dalam memperoleh hasil sesuai yang direncanakan.¹⁹ Peter Salim dan Yenny Salim mendefinisikan pengembangan berasal dari kata kembang yang artinya menjadi maju; sempurna, berkembang. Kemudian mendapat imbuhan peng-an, sehingga menjadi kata pengembangan. Jadi, kata pengembangan adalah proses, cara, perbuatan mengembangkan sesuatu hal agar dapat bertambah maju berkembang dan menuju ke arah

¹⁸ Ibid., 45.

¹⁹ Noeng Muhajir, *Ilmu Pendidikan dan Perubahan Sosial, Suatu Teori Pendidikan* (Yogyakarta: Rake Sarasin, 2004), 109.

kesempurnaan.²⁰

2. Koperasi Syariah

Koperasi berdasarkan Undang-undang (UU) nomor 25 Tahun 1992 mendefinisikan koperasi adalah badan usaha yang berangotakan orang-orang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatan berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan atas kekeluargaan.²¹ Koperasi Syariah adalah usaha ekonomi yang terorganisir secara mantap, demokratis, otonom partisipatif dan berwatak sosial yang operasionalnya menggunakan prinsip-prinsip yang mengusung etika moral dengan memperhatikan halal atau haramnya sebuah usaha yang dijalankan sebagaimana dianjurkan dalam agama Islam.²²

3. Alumni

Alumni adalah bekas pelajar atau mahasiswa disuatu sekolah, perguruan tinggi atau pondok pesantren, terkait dengan penelitian ini maka alumni yang dimaksud oleh penulis ialah alumni Pondok Pesantren Darul Ulum Banyuanyar.

Yang dimaksud dengan strategi pengembangan KSN JATIM Pondok Pesantren Darul Ulum Banyuanyar berbasis alumni adalah bagaimana cara koperasi mengembangkan usahanya, mulai cara pemasaran produk-produknya dan bagaimana mencari sumber daya manusia yang

²⁰ Peter Salim, Yenny Salim, *Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer* (Jakarta: Modern English Press, 2004), 700.

²¹ M. Iskandar Soesilo, *Dinamika Koperasi Indonesia* (Jakarta: RMBOOKS, 2008), 4.

²² Nur S. Buchori, *Koperasi Syariah* (Sidoarjo: Masmedia Buana Pustaka, 2009), 12.

benar-benar sesuai dengan kebutuhan koperasi, cara mengembangkan sumber daya manusia yang sudah ada sehingga menjadi sumber daya manusia yang berkembang serta peranan alumni Pondok Pesantren Darul Ulum Banyuwangi dalam mengembangkan Koperasi Syariah Nuri Jawa Timur.

F. Sistematika Pembahasan

Bab I adalah pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, serta definisi istilah dan diakhiri dengan sistematika pembahasan.

Bab II membahas tentang penelitian terdahulu dan kajian teori yang erat kaitannya dengan masalah yang sedang diteliti yaitu Strategi Pengembangan KSN JATIM Pondok Pesantren Darul Ulum Banyuwangi Jawa Timur Berbasis Alumni

Bab III menguraikan secara jelas tentang metode penelitian yang meliputi pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, subjek penelitian, teknik pengumpulan data, keabsahan data dan tahap-tahap penelitian.

Bab IV merupakan laporan hasil penelitian lapangan yang pada hakikatnya merupakan data-data yang dihasilkan melalui teknik pengumpulan data yang digunakan untuk dianalisis sesuai dengan teknik yang ditetapkan dalam pembahasan skripsi ini. Pada bab ini membahas tentang Strategi Pengembangan KSN JATIM Pondok Pesantren Banyuwangi Jawa Timur Berbasis Alumni.

Bab V berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian dan pembahasan terhadap permasalahan yang telah diuraikan serta saran bagi semua pihak yang terkait dengan Strategi Pengembangan KSN JATIM Pondok Pesantren Banyuwangi Jawa Timur Berbasis Alumni.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Untuk mengetahui keaslian yang akan dihasilkan penelitian ini, maka perlu disajikan beberapa hasil kajian atau penelitian terdahulu yang fokus penelitiannya berkaitan dengan strategi pengembangan Koperasi Syariah Nuri Jawa Timur Pondok Pesantren Banyuwangi berbasis alumni. Beberapa penelitian itu adalah sebagai berikut:

1. Khaerul Anwar. “*Strategi Pengembangan Koperasi Pondok Pesantren Al-Munawwir Krapyak Kulon Panggunharjo Sewon Bantul (Tinjauan Analisis SWOT)*”, (2016), Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.²³

Penelitian ini termasuk penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Subjek dari penelitian ini adalah ketua Kopontren Al- Munawwir, Ketua Bidang Pengembangan Sumber Daya Manusia, dan anggota Kopontren Al-Munawwir, sedangkan objek kajiannya adalah strategi pengembangan Kopontren Al Munawwir. Pengumpulan data dilakukan dengan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil penelitian dari Posisi Kopontren Al-Munawwir saat sekarang ini terletak pada kuadran satu (+,+), yaitu dengan jumlah skor (2,36; 2,82).

Hal ini menunjukkan bahwa situasi Kopontren Al-Munawwir terletak pada kondisi yang sangat menguntungkan. Kopontren Al-Munawwir memiliki

²³ Khaerul Anwar, “*Strategi Pengembangan Koperasi Pondok Pesantren Al- Munawwir Krapyak Kulon Panggunharjo Sewon Bantul (Tinjauan Analisis SWOT)*”, (2016), (Skripsi: Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta).

peluang dan kekuatan yang besar sehingga dapat memanfaatkan dan mendayagukannya di dalam mengembangkan Kopontren Al-Munawwir. Adapun rekomendasi strategi dalam mengembangkan Kopontren Al-Munawwir adalah sebagai berikut: (1) Membuat peluang yang lebih informatif dan inovatif (2) Mengadakan *even* yang berskala besar, bekerjasama dengan Dinas Koperasi, Microfin, Kopma UNY dan Kopma UIN dengan melibatkan santri sebagai peserta (3) Membuat Kartu Anggota Kopontren bagi santri Al-Munawwir, bekerjasama dengan Bank Indonesia (BI) untuk mempermudah proses transaksi. (4) Penerapan sistem *reward and punishment* dengan tertib.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terletak pada metode penelitian yang menggunakan penelitian kualitatif. Perbedaannya terletak pada fokus masalah yang diambil, jika penelitian ini lebih fokus pada strategi pengembangan Koperasi Pondok Pesantren Al- Munawwir Krapyak Kulon Panggunharjo Sewon Bantul, maka peneliti lebih fokus pada strategi pengembangan KSN JATIM Pondok Pesantren Darul Ulum Banyuwangi berbasis alumni.

2. Desi Pratiwi "*Strategi Pengembangan Koperasi dalam Meningkatkan Laba (Studi Kasus Koperasi Pegawai Republik Indonesia (KPRI) Guyub Rukun Kecamatan Banjarnangu, Kabupaten Banjarnegara*", (2016), Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut

Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.²⁴

Berbagai program telah diupayakan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat baik oleh pemerintah, maupun organisasi pemerintah. Program tersebut bertujuan untuk memperbaiki perekonomian dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Salah satu program tersebut adalah koperasi. Koperasi merupakan salah satu bentuk badan usaha yang sesuai dengan kepribadian bangsa Indonesia yang pantas untuk dikembangkan sebagai badan usaha penting dan bukan sebagai alternatif terakhir. Sebagai badan usaha, koperasi mengharapkan keuntungan berupa sisa hasil usaha. Seperti halnya pada Koperasi Pegawai Republik Indonesia (KPRI) Guyub Rukun Banjarmangu yang memiliki keinginan untuk mengembangkan koperasi untuk meningkatkan laba koperasi. Sehingga sisa hasil usaha yang akan didapat koperasi akan meningkat. Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai untuk mengetahui strategi yang ditempuh koperasi untuk meningkatkan laba di KPRI Guyub Rukun Banjarmangu, dan untuk mengetahui faktor penghambat dan faktor pendukung dalam pelaksanaan strategi peningkatan laba di KPRI Guyub Rukun Banjarmangu.

Jenis penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah penelitian lapangan (*field research*) yang berlokasi di KPRI Guyub Rukun Kecamatan Banjarmangu, Kabupaten Banjarnegara. Adapun data primer

²⁴ Desi Pratiwi "Strategi Pengembangan Koperasi Dalam Meningkatkan Laba (Studi Kasus Koperasi Pegawai Republik Indonesia (Kpri) Guyub Rukun Kecamatan Banjarmangu, Kabupaten Banjarnegara", (2016), (Skripsi: Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto).

berasal dari lapangan, baik yang diperoleh melalui wawancara, observasi maupun dokumentasi. Serta data sekunder diperoleh dari buku, jurnal, skripsi terdahulu dan internet. Teknik pengumpulan data menggunakan metode observasi, metode wawancara dan metode dokumentasi. Menggunakan teknik analisis data metode deskriptif kualitatif.

Hasil dari penelitian ini adalah strategi yang ditempuh untuk mengembangkan koperasi dalam meningkatkan laba yaitu mengembangkan dan mencari peluang usaha lain, meningkatkan pelayanan, meningkatkan kualitas sumber daya manusia, menambah jumlah simpanan, melakukan efisiensi pengeluaran koperasi, menangani masalah yang ada di dalam koperasi dengan baik, menambah modal koperasi, memberikan target minimum bagi setiap unit usaha, memberikan motivasi kepada anggota. Dan dalam menjalankan strategi tersebut, ada faktor-faktor penghambat dan pendukung bagi koperasi.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terletak pada metode penelitian yang menggunakan penelitian kualitatif. Perbedaannya terletak pada fokus masalah yang diambil, jika penelitian ini lebih fokus pada strategi pengembangan koperasi dalam meningkatkan laba (studi kasus koperasi Pegawai Republik Indonesia (KPRI) Guyub Rukun Kecamatan Banjarmangu, Kabupaten Banjarnegara, maka peneliti lebih fokus pada strategi pengembangan KSN JATIM Pondok Pesantren Darul Ulum Banyuwangi berbasis alumni.

3. Miftahul Jannah, “*Strategi Pemasaran Koperasi BMT-UGT Sidogiri Cabang Binuang*”, (2017), Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam.²⁵

Latar belakang penelitian ini, karena banyaknya lembaga keuangan yang berdiri. BMT sebagai lembaga yang baru beroperasi harus berusaha keras untuk bersaing di antara lembaga keuangan yang lebih dahulu memasarkan produknya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran dan kendala yang dihadapi Koperasi BMT-UGT Sidogiri Cabang Binuang.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*), yang bermetode kualitatif dengan melakukan wawancara dan dokumentasi, kemudian penganalisisan berdasarkan teori pemasaran perbankan dan pemasaran dalam Islam dan hasil tersebut disingkat berupa simpulan.

Penelitian ini menghasilkan temuan-temuan yaitu: Strategi pemasaran pada Koperasi BMT-UGT Sidogiri Cabang Binuang dari strategi produk menampilkan mutu dan kelebihan produk agar dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan pasar sasaran. Strategi harga pada produk tabungan menerapkan tidak memberlakukan biaya administrasi dan menerapkan sistem bagi hasil (prinsip-prinsip syariah). Strategi tempat memilih tempat yang strategis; dan strategi promosi menggunakan pemasangan spanduk, internet, brosur, silaturahmi kepada masyarakat pasar dan rumah-rumah masyarakat dengan cara datang langsung

²⁵ Miftahul Jannah, “*Strategi Pemasaran Koperasi BMT-UGT Sidogiri Cabang Binuang*”, (2017), (Skripsi: Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam).

kemasyarakatan untuk mempromosikan produk, memberikan zakat setiap tahun pada bulan ramadan, serta memberikan hadiah.. Kendala yang dihadapi oleh Koperasi BMT-UGT Sidogiri Cabang Binuang yaitu: pesaing antar koperasi yang beroperasi di Binuang, minimnya pengetahuan masyarakat tentang sistem syariah dan minat calon nasabah terhadap produk haji dan umroh yang masih kurang.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti terletak pada metode penelitian dan pembahasan strategi pemasaran.. Perbedaannya dari fokus masalah yang diambil dan objek penelitiannya, dimana jika penelitian ini lebih fokus pada strategi pemasaran koperasi BMT-UGT Sidogiri Cabang Binuang, maka peneliti lebih fokus pada strategi pengembangan KSN JATIM Pondok Pesantren Banyuwangi berbasis alumni.

4. Intan Prawesti. *Analisis Sistem Rekrutmen, Penempatan, dan Pelatihan Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan BMT Permata Jatim”* (2018), Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.²⁶

Skripsi yang berjudul “Analisis Sistem Rekrutmen, Penempatan, dan Pelatihan dalam meningkatkan kinerja karyawan BMT Permata Jatim“ ini merupakan penelitian tentang sistem rekrutmen, penempatan, dan pelatihan di lembaga keuangan syariah yaitu BMT Permata Jatim.

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan tentang bagaimana

²⁶ Intan Prawesti. *Analisis Sistem Rekrutmen, Penempatan, dan Pelatihan Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan Bmt Permata Jatim”* (2018), (Skripsi: Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya).

sistem rekrutmen, penempatan, dan pelatihan karyawan di BMT Permata Jatim dan menganalisis implikasi sistem rekrutmen, penempatan, dan pelatihan terhadap peningkatan kinerja karyawan di BMT Permata Jatim.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Adapun teknik pengumpulan datanya yaitu melalui wawancara informan dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan analisis data kualitatif selama di lapangan model miles dan Huberman dengan tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Sistem Rekrutmen di dalam BMT Permata Jatim sudah cukup baik karena menggunakan sumber dan metode yang lengkap yaitu internal dan eksternal. Penempatan dilakukan dengan proses yang baik dan benar sesuai dengan proses penempatan didalam buku Sumber Daya Manusia karya Mulyadi. Sistem pelatihan menggunakan strategi yang cukup lengkap, yaitu mikro dan makro. Sistem rekrutmen, penempatan, dan pelatihan berimplikasi terhadap kinerja karyawan yang dilihat dari kenaikan penilaian kinerja tahun 2016 hingga tahun 2018.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti terletak pada metode penelitian dan pembahasan rekrutmen, penempatan dan pelatihan. Perbedaannya dari fokus masalah yang diambil dan objek penelitiannya, dimana jika penelitian ini lebih fokus pada analisis sistem rekrutmen, penempatan, dan pelatihan dalam meningkatkan kinerja karyawan BMT Permata Jatim, maka peneliti lebih fokus pada strategi

pengembangan yang membahas tentang pemasaran dan SDM KSN JATIM Pondok Pesantren Banyuanyar berbasis alumni.

5. Agung Saputra “*Strategi Marketing Mix dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Anggota di BMT Permata Mojokerto*”, (2018), Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Perbankan Syariah Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.²⁷

Persaingan yang ketat, BMT harus berupaya mengantisipasi perubahan yang terjadi, baik perubahan kebutuhan dan kepentingan anggota, juga perubahan yang terjadi pada lingkungan. BMT Permata Mojokerto harus selalu memantau dan mempertahankan hal-hal yang menjadi kebutuhan, kepentingan dan keinginan anggota. Hal itu merupakan salah satu faktor yang menentukan kepuasan anggota. Beberapa hal yang penting yang belum dapat tercapai adalah penghimpunan dana. Tetapi selain adanya kondisi ekonomi yang tidak stabil faktor lain yang sangat penting untuk diwaspadai adalah faktor strategi bauran pemasaran dan kepuasan anggota, sehingga anggota melakukan keputusan pembelian pembiayaan.

Pendekatan penelitiannya adalah pendekatan kualitatif. Jenis penelitian deskriptif. Lokasi penelitian ini BMT Permata Mojokerto. Teknik pengumpulan datanya adalah wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data dan menarik kesimpulan dan *verifikasi*.

²⁷ Agung Saputra “*Strategi Marketing Mix dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Anggota di BMT Permata Mojokerto*”, (2018), (Skripsi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Perbankan Syariah Institut Agama Islam Negeri Tulungagung).

Hasil penelitiannya adalah 1. Pelaksanaan *marketing mix* dalam meningkatkan keputusan pembelian anggota di BMT Permata Mojokerto dilakukan melalui: 1. *Product*, yaitu: a. Pelayanan prima, pelayanan di BMT Permata Mojokerto yang baik di lihat dari kemasan produknya, b. Sumber daya manusia, karyawan mempunyai kemampuan untuk menjelaskan tentang produk di BMT Permata, agar calon anggota cepat mengerti dan memahami produk. c. Nama baik BMT, menjadi jaminan bagi calon anggota untuk membeli produk yang ada, sosialisasi produk-produk BMT kepada masyarakat mendapat tanggapan yang baik, kegiatan-kegiatan yang diadakan oleh BMT dalam rangka sosialisasi sangat disukai oleh masyarakat. 2. *Price* yaitu: a. Jemput bola dengan cara marketing mendatangi anggota ke rumah-rumah atau tempat usaha, b. Pemerataan yang baik serta fasilitas yang baik bagi anggota, aktivitas penjualan produk karyawan tidak pilih-pilih lokasi untuk menawarkan produknya, serta sarana dan prasarana yang lengkap sehingga aman bagi anggota. 3. *Place* simpanan anggota yang di kelola berdasarkan prinsip syariah yang memungkinkan anggota dapat melakukan transaksi penyimpanan atau penarikan setiap saat. 4. *Promotion* yaitu: a. Promosi penjualan, promosi penjualan dilakukan dengan penyiaran lewat radio, penjualan pribadi oleh *customer service* serta penyebaran brosur, b. Pemberian cinderamata, cinderamata diberikan kepada anggota yang telah membeli produk, cinderamata diberikan pihak memberikan hadiah seperti kalender, gelas

atau buku. nisbah dan memberikan mitra yang prima dalam produk-produknya dalam ikatan bisnis.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti terletak pada metode penelitian dan pembahasan tentang *marketing mix*. Perbedaannya dari fokus masalah yang diambil dan objek penelitiannya, dimana jika penelitian ini lebih fokus pada strategi *marketing mix* dalam meningkatkan keputusan pembelian anggota di BMT Permata Mojokerto, maka peneliti lebih fokus pada strategi pengembangan yang membahas tentang pemasaran dan SDM KSN JATIM Pondok Pesantren Banyuwang berbasis alumni.

6. Apri Alpriansyah, “*Analisis Strategi Pemasaran Produk Simpanan Haji Dan Umroh Pada Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (Studi Pada BMT Al Ihsan Binaul Ummah Metro Lampung)*”, (2017), Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.²⁸

Seiring dengan perkembangan zaman, BMT sekarang menjadi lembaga keuangan yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat. Maka BMT satu dengan yang lain membuat produk yang unggul dan yang penting sangat di butuhkan oleh masyarakat, melihat fenomena daftar tunggu (*waiting list*) haji di Indonesia yang terjadi pada saat ini yang mencapai 14 tahun bahkan lebih, banyak menyadarkan Umat muslim yang kemudian

²⁸ Apri Alpriansyah, “*Analisis Strategi Pemasaran Produk Simpanan Haji Dan Umroh Pada Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (Studi Pada BMT Al Ihsan Binaul Ummah Metro Lampung)*” (2017), (Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung).

merencanakan ibadah haji sejak dini yaitu dengan cara membuka simpanan tabungan haji dan umroh. BMT menentukan strategi yang sesuai dari sudut pandang posisi industri dan tujuan, peluang keahlian, serta sumber daya yang ada. Dewasa ini sering kita jumpai cara pemasaran yang tidak etis, curang dan tidak profesional. Banyaknya masyarakat yang tertipu oleh biro perjalanan haji dan umroh memiliki dampak kekawatiran masyarakat untuk menggunakan biro perjalan haji dan umroh, seharusnya pihak lembaga keuangan dapat mengambil peluang ini untuk menarik minat masyarakat meggunakan sistem tabungan haji dan umroh yang ada di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah.

Permasalahan dalam penelitian ini yaitu bagaimana strategi pemasaran produk simpanan haji dan umroh yang di Terapkan KSPPS BMT Al Ihsan Binaul Ummah Metro Lampung dan bagaimana pengaruh strategi terhadap perkembangan produk simpanan haji dan umroh yang di terapkan KSPPS BMT Al Ihsan Binaul Ummah Metro Lampung. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran produk simpanan haji dan umroh yang di Terapkan KSPPS BMT Al Ihsan Binaul Ummah Metro Lampung dan bagaimana pengaruh strategi terhadap perkembangan produk simpanan haji dan umroh yang di Terapkan koperasi simpan pinjam pembiayaan syariah (KSPPS) BMT Al Ihsan Binaul Ummah Metro Lampung.

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian lapangan (*field research*) dengan sifat deskripif dengan menggunakan data primer dan

sekunder, selain itu metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode observasi dan wawancara, dan dokumentasi. Dan metode analisis ini menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif.

Berdasarkan hasil penelitian analisis strategi pemasaran produk simpanan haji dan umroh pada koperasi simpan pinjam dan pembiayaan syariah yang dilakukan di BMT Al Ihsan Binaul Ummah Metro menggunakan Bauran Pemasaran yang terdiri atas 7P yaitu: *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), *promotion* (promosi), *people* (orang), proses dan *physical form* (Bukti Fisik). Strategi pemasaran pada BMT Al Ihsan Binaul Ummah Metro Lampung dengan menerapkan bauran pemasaran menggunakan 7P berpengaruh terhadap perkembangan produk simpanan haji dan umroh karena dari satu kesatuan strategi 7P tersebut memiliki kesinambungan dalam meningkatkan perkembangan produk simpanan haji dan umroh. Dan strategi yang lebih berpengaruh signifikan terhadap perkembangan produk haji dan umroh adalah strategi produk (*product*), harga (*price*), bukti fisik (*physical form*).

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti terletak pada metode penelitian dan pembahasan tentang pemasaran produk. Perbedaannya dari fokus masalah yang diambil dan objek penelitiannya, dimana jika penelitian ini lebih fokus analisis strategi pemasaran produk simpanan haji dan umroh pada koperasi simpan pinjam pembiayaan syariah (Studi pada BMT Al Ihsan Binaul Ummah Metro Lampung, maka peneliti lebih fokus pada strategi pengembangan yang

membahas tentang pemasaran dan SDM KSN JATIM Pondok Pesantren Banyuwang berbasis alumni.

7. Puspita Indah, “*Analisis Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Akad Wadiah Yad Dhamanah Pada Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Juwana*” (2017), Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam/Ekonomi Syariah Stain Kudus.²⁹

KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Juwana terletak di Komplek Pasar Juwana. BMT ini merupakan lembaga keuangan non bank dengan prinsip syariah yang mempunyai tugas pokok menghimpun dana dari masyarakat dan kemudian menyalurkannya kembali dalam bentuk pinjaman atau pembiayaan kepada masyarakat berdasarkan prinsip syariah.

Tujuan penelitian ini adalah untuk. 1) Mengetahui bagaimana bauran pemasaran (*marketing mix*) produk simpanan akad *wadiah yad dhamanah* pada KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Juwana. 2) Mengetahui kendala-kendala dan cara penyelesaiannya yang dihadapi oleh KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Juwana dalam bauran pemasaran (*marketing mix*) produk simpanan akad *Wadiah Yad Dhamanah*.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan jenis penelitian *field research*. Dengan menggunakan data primer dan sekunder

²⁹ Puspita Indah, “*Analisis Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Akad Wadiah Yad Dhamanah Pada KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Juwana*” (2017), (Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam/Ekonomi Syariah Stain Kudus).

yang diambil melalui dua teknik pengumpulan data yaitu wawancara dan dokumentasi.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan penulis, dapat disimpulkan sebagai berikut: bauran pemasaran (*marketing mix*) yang diterapkan KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Juwana dalam memasarkan produk simpanan Si Sidik yang berdasarkan *akad wadiah yad dhamanah* yaitu melalui elemen-elemen yang ada dalam *marketing mix* yaitu *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), dan *promotion* (promosi) atau yang bisa kita sebut dengan 4P. Dengan dilakukannya bauran pemasaran atau *marketing mix* yang tepat maka bisa mempengaruhi masyarakat dan menarik minat untuk menjadi anggota di KSPPS BMT BUS cabang Juwana. Kendala yang dihadapi dalam memasarkan produk simpanan Si Sidik yaitu kurangnya sumber daya manusia, kurangnya kesadaran masyarakat untuk berinvestasi, dan adanya pesaing lain. Berdasarkan data bahwa KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Juwana dalam penerapan strategi pemasaran telah berhasil.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti terletak pada metode penelitian dan pembahasan tentang pemasaran (*marketing mix*). Perbedaannya dari fokus masalah yang diambil dan objek penelitiannya, dimana jika penelitian ini lebih fokus pada analisis bauran pemasaran (*marketing mix*) Akad Wadiah Yad Dhamanah Pada KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Juwana maka peneliti lebih fokus

pada strategi pengembangan yang membahas tentang pemasaran dan SDM KSN JATIM Pondok Pesantren Banyuwangi berbasis alumni.

8. Desta Marta Nita "*Analisis Strategi Pemasaran Produk BMT dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada BMT Sepakat Sejahtera Bersama Cabang Sukarame Bandar Lampung)*",(2017), Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Raden Intan Lampung.³⁰

Seiring dengan perkembangan zaman di Indonesia, maka sistem perekonomian semakin berkembang. Salah satu faktor penting dalam perekonomian adalah pemasaran. Berbagai perusahaan menggunakan pemasaran untuk meningkatkan penjualan barang atau jasanya termasuk perbankan maupun lembaga keuangan mikro seperti BMT. Kemunculan BMT sebagai organisasi yang baru menimbulkan tantangan besar. Sebagai Lembaga Keuangan Syariah, BMT harus berpegang teguh pada prinsip-prinsip syariah. BMT ini merupakan salah satu pengembangan ekonomi masyarakat sehingga perlu dikembangkan sebagai salah satu lembaga perekonomian rakyat. Permasalahan dalam penelitian ini yaitu bagaimana strategi pemasaran produk yang diterapkan BMT Sepakat Sejahtera Bersama dalam meningkatkan keunggulan kompetitif dan bagaimana perspektif Ekonomi Islam terhadap strategi pemasaran produk yang diterapkan BMT Sepakat Sejahtera Bersama dalam meningkatkan

³⁰ Desta Marta Nita "*Analisis Strategi Pemasaran Produk BMT dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada BMT Sepakat Sejahtera Bersama Cabang Sukarame Bandar Lampung)*", (2017), (Skripsi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Raden Intan Lampung).

keunggulan kompetitif. Tujuan dari penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran produk yang diterapkan oleh BMT Sepakat Sejahtera Bersama dalam meningkatkan keunggulan kompetitif dan bagaimana perspektif Ekonomi Islam terhadap strategi pemasaran produk yang diterapkan BMT Sepakat Sejahtera Bersama dalam meningkatkan keunggulan kompetitif.

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian lapangan (*field research*) yang bersifat deskriptif dengan menggunakan data primer dan sekunder, selain itu metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Metode analisa dalam penelitian ini adalah analisis diskriptif kualitatif.

Berdasarkan hasil penelitian strategi pemasaran yang dilakukan oleh BMT Sepakat Sejahtera Bersama Cabang Sukarame Bandar Lampung menggunakan strategi-strategi yang terdiri dari komponen bauran pemasaran yaitu produk, harga, tempat, dan promosi. Strategi pemasaran pada produk ditunjukkan dengan adanya produk unggulan yaitu produk *murabahah*, simpanan walimah, simpanan pendidikan serta simpanan berjangka. Penetapan harga yang menyesuaikan dengan kemampuan nasabah. Strategi tempat dilakukan dengan memilih lokasi yang terjangkau bagi nasabah dan calon nasabah. Sementara, strategi promosi yang dilakukan adalah meluruskan niat, jemput bola, pelayanan yang baik, memperluas jaringan kerjasama dan periklanan seperti penyebaran brosur.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti terletak pada metode penelitian dan pembahasan tentang strategi pemasaran produk. Perbedaannya dari fokus masalah yang diambil dan objek penelitiannya, dimana jika penelitian ini lebih fokus pada analisis strategi pemasaran produk BMT dalam meningkatkan keunggulan kompetitif dalam perspektif Ekonomi Islam (Studi pada BMT Sepakat Sejahtera Bersama Cabang Sukarame Bandar Lampung), maka peneliti lebih fokus pada strategi pengembangan yang membahas tentang pemasaran dan SDM Koperasi Syariah Nuri Jawa Timun Pondok Pesantren Banyuwangi berbasis alumni.

9. Masriah "*Analisis Pelaksanaan Rekrutmen, Seleksi dan Penempatan Tenaga Kerja dalam Perspektif Ekonomi Islam di Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) Damar Semarang*", (2015), Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.³¹

Karyawan pada dasarnya merupakan aset perusahaan, bahkan dapat dikatakan bahwa karyawan merupakan bagian dari lembaga. Untuk mendapatkan karyawan yang sesuai dengan kualifikasi merupakan kunci utama bagi kesuksesan lembaga, karena berhasil atau tidaknya suatu lembaga dalam mencapai tujuan dan target operasional tidak terlepas dari peran karyawan yang berkompeten dan berintegritas tinggi. Oleh karena

³¹ Masriah "*Analisis Pelaksanaan Rekrutmen, Seleksi Dan Penempatan Tenaga Kerja dalam Perspektif Ekonomi Islam di Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) Damar Semarang*", (2015), (Skripsi: Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang).

itu, setiap lembaga perlu melaksanakan rekrutmen, seleksi dan penempatan tenaga kerja secara professional karena merupakan bagian yang sangat penting untuk mencapai tujuan, visi dan misi lembaga. Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan kejelasan tentang bagaimana pelaksanaan rekrutmen, seleksi dan penempatan tenaga kerja di KJKS Damar Semarang serta untuk mengetahui kesesuaian rekrutmen, seleksi dan penempatan tenaga kerja yang diterapkan di KJKS Damar Semarang dalam perspektif ekonomi Islam.

Penelitian ini termasuk jenis penelitian lapangan dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif yaitu sebagai proses penelitian yang menghasilkan data kualitatif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang atau pelaku yang diamati. Pengumpulan data dengan sumber data primer dan data sekunder.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan rekrutmen, seleksi dan penempatan tenaga kerja di KJKS Damar Semarang belum sepenuhnya memenuhi kriteria Ekonomi Islam, yaitu kriteria yang terdapat dalam al-Qur'an dan al-Hadits. KJKS Damar Semarang dalam merekrut tenaga kerja dilakukan secara terbuka, jujur, adil dan jauh dari aspek nepotisme. Dalam hal seleksi, KJKS Damar Semarang memilih tenaga kerja yang memiliki kekuatan di berbagai bidang dan dapat dipercaya (amanah). Akan tetapi, dalam proses seleksi belum adanya tes kesehatan dan tes ketergantungan obat. Sedangkan dalam hal penempatan, KJKS

Damar Semarang menempatkan tenaga kerja berdasarkan kelayakan dan kemampuan.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti terletak pada metode penelitian dan pembahasan tentang strategi pengembangan sumber daya manusia. Perbedaannya dari fokus masalah yang diambil dan objek penelitiannya, dimana jika penelitian ini lebih fokus pada analisis pelaksanaan rekrutmen, seleksi dan penempatan tenaga kerja dalam perspektif Ekonomi Islam di (KJKS) Damar Semarang, maka peneliti lebih fokus pada strategi pengembangan yang membahas tentang pemasaran dan SDM KSN JATIM Pondok Pesantren Banyuwangi berbasis alumni.

10. Dolip Anita Sari, “*Analisis Pelaksanaan Rekrutmen, Seleksi dan Penempatan Tenaga Kerja Pada BMT UGT Sidogiri Pasuruan*” (2012), Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.³²

Manajemen sumber daya manusia merupakan sistem-sistem dalam sebuah organisasi untuk memastikan penggunaan bakat manusia secara efektif dan efisien guna mencapai tujuan-tujuan organisasi. Oleh karena itu pelaksanaan rekrutmen, seleksi, dan penempatan tenaga kerja merupakan hal yang sangat penting di koperasi BMT-UGT Pasuruan yang merupakan salah satu koperasi syariah di Pasuruan yang sangat berkembang dalam peningkatan usahanya.

³² Dolip Anita Sari, “*Analisis Pelaksanaan Rekrutmen, Seleksi Dan Penempatan Tenaga Kerja Pada BMT UGT Sidogiri Pasuruan*” (2012), Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pelaksanaan rekrutmen, seleksi dan penempatan tenaga kerja pada BMT-UGT Sidogiri Pasuruan. Penelitian ini termasuk penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan rekrutmen, seleksi dan penempatan tenaga kerja di koperasi BMT-UGT Sidogiri Pasuruan lebih memprioritaskan para alumni pondok pesantren sidogiri karena prinsip yang di pegang BMT-UGT adalah jujur dan amanah. Koperasi BMT-UGT mulai mengadakan perekrutan tenaga kerja melalui prosedur rekrutmen secara administrasi harus melampirkan hal-hal sebagai berikut: surat lamaran, foto copi KTP, kartu keluarga, biodata diri, SKCK, ijazah terakhir, foto warna. Untuk proses seleksi ini mencakup: seleksi administrasi, tes tulis, psikotes, wawancara, pengumuman hasil seleksi. Kemudian penempatan tenaga kerja, tergantung pada kemampuan tenaga kerja sesuai dengan standar yang diinginkan oleh BMT-UGT Sidogiri Pasuruan.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti terletak pada metode penelitian dan pembahasan tentang strategi rekrutmen dan penempatan karyawan. Perbedaannya dari fokus masalah yang diambil dan objek penelitiannya, dimana jika penelitian ini lebih fokus pada analisis pelaksanaan rekrutmen, seleksi dan penempatan tenaga kerja pada BMT UGT Sidogiri Pasuruan, maka peneliti lebih fokus pada

strategi pengembangan yang membahas tentang pemasaran dan SDM KSN JATIM Pondok Pesantren Banyuwangi berbasis alumni.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Penulis	Judul	Persamaan	Perbedaan
1	Khaerul Anwar, (2016).	Strategi Pengembangan Koperasi Pondok Pesantren Al-Munawwir Krapyak Kulon Panggunharjo Sewon Bantul (Tinjauan Analisis SWOT).	Metode penelitian yang dilakukan dan analisis yang digunakan.	Subjek penelitian, fokus penelitian dan lokasi penelitian dan pembahasan penelitian mengenai analisis SWOT.
2	Agung Saputra, (2018).	Strategi <i>Marketing Mix</i> dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Anggota di BMT Permata Mojokerto	Sama – sama menggunakan metode penelitian kualitatif dan juga membahas tentang strategi <i>marketing max</i>	Subjek penelitian, lokasi penelitian dan fokus penelitian yang dilakukan yang hanya memfokuskan kepada strategi <i>marketing max</i>
3	Miftahul Jannah, (2017).	Strategi Pemasaran Koperasi BMT-UGT Sidogiri Cabang Binuang.	Metode penelitian pendekatan kualitatif dan juga membahas tentang strategi pemasaran pada usaha yang bergerak dalam bidang jasa simpan pinjam.	Subjek penelitian, lokasi penelitian serta fokus yang diteliti.
4	Intan Prawesti (2018).	Analisis Sistem Rekrutmen, Penempatan, dan Pelatihan Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan BMT Permata Jatim.	Terletak pada metode yang digunakan yaitu metode penelitian kualitatif dan pembahasan yang menjelaskan tentang rekrutmen,	Terletak pada subjek penelitian, lokasi penelitian serta fokus yang diteliti yang hanya membahas tentang rekrutmen, penempatan dan

			penempatan dan pelatihan SDM	pelatihan SDM
5	Desi Pratiwi, (2016).	Strategi Pengembangan Koperasi Dalam Meningkatkan Laba (Studi Kasus Koperasi Pegawai Republik Indonesia (Kpri) Guyub Rukun Kecamatan Banjarmangu, Kabupaten Banjarnegara	Sama – sama menggunakan metode penelitian kualitatif dan juga membahas tentang strategi pengembangan koperasi.	Subek penelitian, fokus penelitian dan lokasi penelitian.
6	Apri Alpiansyah, (2017).	Analisis Strategi Pemasaran Produk Simpanan Haji dan Umroh pada Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (Studi Pada BMT Al Ihsan Binaul Ummah Metro Lampung.	Terletak pada metode yang digunakan yaitu metode penelitian kualitatif dan pembahasan yang menjelaskan tentang pemasaran produk.	Terletak pada subjek penelitian, lokasi penelitian serta fokus yang diteliti yang hanya membahas tentang pemasaran produk simpanan haji dan umrah.
7	Puspita Indah (2017).	Analisis Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>) Akad Wadiah Yad Dhamanah Pada KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Juwana.	Metode yang digunakan yaitu metode penelitian kualitatif dan pembahasan yang menjelaskan tentang pemasaran.	Subek penelitian, lokasi penelitian dan fokus penelitian yang hanya membahas tentang bauran pemasaran.
8	Desti Marta Nita, (2017).	Analisis Strategi Pemasaran Produk BMT dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada BMT Sepakat Sejahtera Bersama Cabang Sukarame Bandar Lampung.	Sama – sama menggunakan metode penelitian kualitatif dan juga membahas tentang strategi pemasaran	Subjek penelitian, lokasi penelitian dan fokus penelitian yang hanya membahas tentang strategi pemasaran.

9	Masriah, (2015).	Analisis Pelaksanaan Rekrutmen, Seleksi dan Penempatan Tenaga Kerja dalam Perspektif Ekonomi Islam di Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) Damar Semarang.	Metode penelitian yang digunakan dan pembahasan mengenai rekrutmen dan penempatan SDM	Subek penelitian, lokasi penelitian dan fokus penelitian yang hanya membahas pengembangan rekrutmen dan penempatan SDM
10	Dolip Anita Sari, (2012).	Analisis Pelaksanaan Rekrutmen, Seleksi Dan Penempatan Tenaga Kerja Pada BMT UGT Sidogiri Pasuruan.	Terletak pada metode yang digunakan yaitu metode penelitian kualitatif dan pembahasan yang menjelaskan tentang pelaksanaan rekrutmen dan penempatan tenaga kerja.	Terletak pada subjek penelitian, lokasi penelitian serta fokus yang diteliti yang hanya membahas tentang rekrutmen, penempatan tenaga kerja.

Sumber : Data diolah

Dari beberapa jenis penelitian yang telah dilakukan, terdapat persamaan dan perbedaan penelitian dengan penelitian yang telah dilakukan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis. Persamaan yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Perbedaan penelitiannya yaitu objek yang diteliti dan juga dalam penelitian ini membahas strategi pengembangan secara keseluruhan mulai dari strategi pemasaran koperasi dan cara rekrutmen karyawan koperasi sehingga karyawan yang ada dikoperasi benar-benar sesuai dengan kebutuhan serta cara memilih metode pelatihan sehingga bisa mengembangkan kemampuan dari para karyawan koperasi.

B. Kajian Teori

Kajian teori merupakan seperangkat definisi, konsep serta proposisi yang telah disusun rapi serta sistematis tentang teori – teori dalam sebuah penelitian. Memilih kajian teori sangatlah penting guna mendapatkan pengetahuan baru dan dijadikan sebagai pegangan secara umum. Hal ini memudahkan peneliti dalam melakukan penelitian, dalam hal ini peneliti menggunakan acuan teori sebagai berikut:

1. Strategi Pengembangan

a. Pengertian Strategi Pengembangan

Istilah strategi berasal bahasa Yunani. Sebagai kata kerja, *strategos* merupakan gabungan kata “*stratos*” (militer) dengan “*ago*” (memimpin). Sebagai kata kerja, *stratego* berarti merencanakan (*to plan*).³³ Strategi merupakan seni memadukan atau menginteraksikan antara faktor kunci keberhasilan agar terjadi sinergi dalam mencapai tujuan. Strategi adalah untuk mengoptimalkan sumber daya unggulan dalam memaksimalkan pencapaian sasaran kinerja.

Strategi menekankan untuk memanfaatkan sumber daya yang ada untuk mencapai tujuan. Strategi ritel meliputi penentuan target pasar, sifat barang dan jasa yang ditawarkan dan bagaimana ritel memperoleh keuntungan jangka panjang dari para pesaingnya.³⁴

³³Sudjana, *Strategi Pembelajaran* (Bandung: Falah Production, 2000), 5.

³⁴Devi Puspita sari dan Mefrina Yusniar, *Prinsip-prinsip Bisnis* (Bogor: CV Rizeva Utama, 2014), 59.

b. Strategi pengembangan bisnis

Pada prinsipnya tipe dan jenis strategi dapat dikelompokkan menjadi dua tipe, yaitu pertama strategi manajemen yang meliputi strategi yang dapat dilakukan oleh manajemen dengan orientasi pengembangan strategi secara makro, misalnya pengembangan produk, strategi penerapan harga, strategi akuisisi dan strategi pengembangan pasar. Kedua, strategi bisnis yang sering juga disebut strategi bisnis fungsional karena strategi ini berorientasi pada fungsi kegiatan manajemen, misalnya strategi strategi pemasaran, strategi produksi, strategi distribusi dan strategi-strategi yang berhubungan dengan keuangan.³⁵ Dalam artian strategi pengembangan bisnis diantaranya adalah pemasaran, sumber daya manusia.

1) Pengertian Pemasaran

M. Mursid memiliki pendapat bahwa pemasaran adalah semua kegiatan usaha yang bertalian dengan arus penyerahan barang barang dan jasa dari produsen ke konsumen.² Kotler dan Armstrong berpendapat bahwa pemasaran adalah sebagai suatu proses sosial dan manajerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan, lewat

³⁵ Lianda Subekti, Agus Suryono, dan Minto Hadi, "Implementasi Strategi Pembinaan dan Pengembangan Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Studi pada Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang)", *Jurnal Administrasi Publik*, Vol 1, No. 1, (Universitas Brawijaya, Juni 2016.), 86.

penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain.³⁶

2) Tujuan Pemasaran

Setiap tindakan yang dilakukan apakah oleh perusahaan atau badan tertentu mengandung suatu maksud dan tujuan tertentu. Pencapaian tujuan ini disesuaikan dengan keinginan pihak manajemen itu sendiri. Badan usaha dalam menetapkan tujuan yang hendak dicapai dilakukan dengan berbagai pertimbangan yang akan datang. Kemudian ditetapkan cara-cara untuk mencapai tujuan tersebut.

Tujuan pemasaran dapat bersifat jangka pendek maupun jangka panjang. Dalam jangka pendek biasanya hanya bersifat sementara dan juga dilakukan sebagai langkah untuk mencapai tujuan jangka panjang. Demikian pula dalam menjalankan kegiatan pemasaran suatu perusahaan memiliki banyak kepentingan untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Secara umum tujuan pemasaran perusahaan jasa seperti koperasi adalah sebagai berikut.³⁷

- a) Memaksimumkan konsumen atau dengan kata lain memudahkan dan merangsang konsumen, sehingga dapat menarik nasabah untuk membeli produk yang ditawarkan bank atau koperasi secara berulang-ulang.

³⁶ M. Mursid, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), 2.

³⁷ Kasmir, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Rajawali, 2008), 177.

- b) Memaksimumkan kepuasan konsumen melalui berbagai pelayanan yang diinginkan nasabah.
 - c) Memaksimumkan pilihan (ragam produk) dalam arti bank menyediakan berbagai jenis produk bank atau koperasi sehingga nasabah memiliki berbagai pilihan.
 - d) Memaksimumkan mutu hidup dengan memberi berbagai kemudahan kepada nasabah dan menciptakan iklim yang efisien.
- 3) Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Bauran pemasaran (*marketing mix*) merupakan strategi kombinasi yang dilakukan oleh bergai perusahaan dalam bidang pemasaran.³⁸ Bauran pemasaran (*marketing mix*) banyak diaplikasikan oleh perusahaan dalam proses untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan. Penerapan bauran pemasaran (*marketing mix*) dalam pemasaran harus dilakukan secara terpadu, artinya dalam penerapan bauran pemasaran (*marketing mix*) harus memperhatikan antar komponen yang lain. Memperhatikan antar komponen harus dilakukan karena satu komponen dengan komponen yang lain saling berkaitan sehingga akan mempengaruhi terhadap tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan dan tidak efektif jika komponen tersebut dijalankan sendiri-sendiri. Bauran pemasaran (*marketing mix*) memiliki empat komponen yang saling

³⁸ Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014), 120.

berkaitan. Empat komponen dalam bauran pemasaran (*marketing mix*) yaitu *produk*, *price*, *place*, dan *promotion*.

a) Produk

(1) Pengertian Produk

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperkenalkan, diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi sebagai pemenuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.³⁹ Produk dari definisi tersebut merupakan suatu yang dibuat oleh perusahaan untuk membuat para konsumen merasakan dampak terhadap diproduksinya produk tersebut.

Produk merupakan titik pusat dari kegiatan pemasaran kerana produk adalah hasil barang dari perusahaan yang dapat ditawarkan kepasar untuk dikonsumsi, suatu produk harus memiliki keunggulan dari produk-produk yang lain baik dari segi kualitas, desain, bentuk, pelayan, garansi, dan rasa agar dapat menarik minat konsumen untuk mencoba dan membeli produk tersebut.

³⁹ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 13 jilid 2* (PT Gelora Aksara Pratama, 2009), 4.

Produk dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian. Selain produk utama ada beberapa atribut yang menyertai produk, beberapa atribut yang menyertai dan melengkapi produk adalah :

(a) *Branding* (Merek).

Merek adalah nama, istilah, tanda, simbol atau rancangan, atau kombinasi dari semua ini yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi produk atau jasa dari individu atau kelompok penjual, dan membedakannya dari produk pesaing. Pemberian merek itu mahal dan memakan waktu, serta dapat menentukan produk itu berhasil atau gagal, merek yang baik dapat menambah keberhasilan yang besar pada produk.⁴⁰

(b) *Complementary Service* (Layanan Pelengkap)

Keberhasilan produk tidak terlepas dari unsur jasa atau layanan, baik itu jasa sebagai produk inti (jasa murni) maupun jasa sebagai pelengkap. Produk inti umumnya sangat bervariasi antara tipe bisnis yang satu dengan tipe yang lain, tetapi layanan pelengkap ini dapat diklasifikasikan dalam bentuk informasi mengenai jadwal penyampaian produk/jasa, harga,

⁴⁰ Susatyo Herlambang, *Basic Marketing (Dasar-Dasar Pemasaran)* (Yogyakarta: Gosyen Publishing, 2014), 36.

instruksi mengenai cara menggunakan produk, pemberitahuan adanya perubahan dan konsultasi pemberian saran, *auditing*, dan konsultasi manajemen/teknis.⁴¹

(c) *Product Quality* (Kualitas Produk)

Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya yang meliputi: daya tahan keandalan, ketetapan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. Untuk meningkatkan kualitas produk perusahaan dapat menerapkan program “*Total Quality Management*” (TQM).⁴² Selain mengurangi kerusakan produk, tujuan pokok kualitas total adalah untuk meningkatkan nilai pelanggan.

b) *Price* (harga)

Harga adalah suatu nilai tukar yang dapat disamakan dengan uang atau barang lain untuk memanfaatkan yang diperoleh dari suatu produk atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu.⁴³ Harga dari definisi tersebut dapat dihami bahwa harga merupakan cerminan atau gambaran nilai jual atas produk atau jasa yang telah melalui proses produksi.

⁴¹ Fendi Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Andi, 2013), 3.

⁴² Susatyo Herlambang, *Basic Marketing*, 36.

⁴³ Nuru Huda dkk, *Pemasaran Syariah Teori dan Aplikasi* (Depok: Kencana, 2017), 129.

1) Metode Penetapan Harga

Perusahaan menetapkan suatu harga dengan melakukan pendekatan penetapan harga secara umum yang meliputi satu atau lebih diantaranya tiga perangkat pertimbangan sebagai berikut:⁴⁴

(a) *Cost-Based Pricing* (penetapan harga berdasarkan biaya)

(1) *Cost Plus Pricing* (penetapan biaya plus). Metode ini merupakan metode penelitian harga yang paling sederhana, dimana metode ini menambahkan standar *mark-up* terhadap biaya produksi.

(2) *Break Even Analysis and Target Profit Pricing* (analisis peluang pokok dan penetapan harga laba sasaran). Suatu metode yang digunakan perusahaan untuk menetapkan harga apakah akan impas atau membuat target laba yang akan dicari.

(b) *Value-Based Pricing* (penetapan harga berdasarkan nilai)

Metode ini menggunakan satu persepsi nilai dari pembeli (bukan dari biaya penjualan) untuk menetapkan suatu harga.

(c) *Competition-Based Pricing* (penetapan harga

⁴⁴ Susatyo Herlambang, *Basic Marketing*, 48-49.

berdasarkan pesaing)

(1) *Going-rate Pricing* (penetapan harga berdasarkan harga yang berlaku). Perusahaan mendasarkan harganya pada harga peraiangan dan kurang memperhatikan biaya dan permintaan

(2) *Scaled-bid Pricing* (penetapan harga penawaran tertutup). Perusahaan menetapkan persaingan dan bukan berdasarkan hubungan yang kaku atas biaya atau permintaan perusahaan.

2) *Place* (tempat/saluran distribusi)

Penentuan lokasi kantor beserta sarana dan prasarana pendukung menjadi sangat penting, hal ini disebabkan agar nasabah mudah menjangkau setiap lokasi bank yang ada. Demikian pula sarana dan prasarana harus memberikan rasa nyaman dan aman kepada seluruh nasabahnya. Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam pemilihan dan penentuan lokasi suatu Bank dengan pertimbangan sebagai berikut:⁴⁵

- a) Dekat dengan industri atau pabrik
- b) Dekat dengan lokasi perkantoran
- c) Dekat dengan lokasi pasar
- d) Dekat dengan lokasi perumahan atau masyarakat

⁴⁵ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, 167.

- e) Mempertimbangkan jumlah pesaing yang ada disuatu lokasi

Dalam menentukan layout gedung dan ruangan kantor harus didasarpada pertimbangan:⁴⁶

- a) Penentuan *layout* gedung dan ruangan: bentuk gedung, suasana ruangan terkesan luas dan lega, ruangan yang sejuk dan nyaman, tata letak kursi dan meja yang apik dan teratur, hiasan dalam ruangan yang membuat ruangan semakin hidup, sarana hiburan seperti musik sebagai alat untuk mengusir kebosanan,
- b) Penyusunan peralatan ruangan: produk yang dihasilkan (jumlah jasa yang diberikan), banyaknya ruangan yang dibutuhkan, urutan operasi (dari *customer service*, *teller*, bagian administrasi dan seterusnya), aliran orang dan dokumen, pendingin ruangan dan sirkulasi udara, dekorasi ruangan, fleksibilitas (kemudahan berpindah-pindah).

Saluran distribusi adalah lembaga-lembaga yang memasarkan produk berupa barang atau jasa dari produsen sampai ke konsumen. Saluran distribusi diperlukan oleh setiap perusahaan, karena produsen menghasilkan produk dengan memberikan kegunaan bentuk bagi konsumen setelah sampai ke tangannya, sedangkan lembaga penyalur

⁴⁶ Ibid, 242.

membentuk atau memberikan kegunaan waktu, tempat dan pemilikan dari produk itu. Apabila lembaga keuangan syariah ingin menggunakan saluran distribusi maka yang perlu dipertimbangkan adalah: pelayanan yang diberikan oleh perantara, kegunaan perantara, sikap perantara terhadap kebijaksanaan produsen, volume penjualan, dan ongkos.⁴⁷

c. *Promotion* (promosi)

1) Pengertian Promosi

Promosi merupakan salah satu komponen yang terdapat dalam *marketing mix*. Promosi adalah suatu komunikasi dari penjual dan pembeli yang berasal dari informasi yang tepat, bertujuan mengubah sikap dan tingkah laku dari pembeli, yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut.⁴⁸ Promosi merupakan aktifitas komunikasi untuk mempengaruhi pelanggan cenderung pada produk yang diiklankan. Praktik pengiklanan dalam berbagai media seringkali tidak memikirkan etika yang sesuai dengan norma sosial agama. Pemasaran yang menerapkan prinsip syariah akan melakukan kegiatan promosi yang elegan, jujur, dan tidak melakukan eksploitasi.

Promosi merupakan salah satu komponen yang sangat penting dalam kegiatan *marketing mix*. Tujuan dilakukannya kegiatan

⁴⁷ Basu Swasta, *Azas-Azas Marketing* (Yogyakarta: Liberty Offset Yogyakarta, 1999), 213.

⁴⁸ Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), 133.

promosi yaitu:⁴⁹

- a) Memperkenalkan dan menjual jasa-jasa dan produk yang dihasilkan.
- b) Agar perusahaan dapat menghadapi persaingan dalam pasar yang semakin kompetitif dan kompleks.
- c) Menjual *goodwill image* dan idea yang baik tentang bank yang bersangkutan.

Terdapat tiga macam alat atau sarana promosi yang dapat digunakan oleh setiap bank khususnya BMT dalam mempromosikan baik produk maupun jasanya adalah:⁵⁰

- a) Periklanan (*advertising*)

Iklan merupakan sarana promosi yang digunakan oleh bank atau BMT guna menginformasikan, menarik dan mempengaruhi calon nasabahnya. Penggunaan promosi dengan iklan dapat dilakukan dengan berbagai media, seperti: televisi, radio, koran, majalah dan lainnya.

- b) Publisitas (*publicity*)

Publisitas merupakan sarana promosi yang digunakan bank atau BMT untuk menarik nasabah melalui kegiatan seperti pameran, bakti sosial, seminar, perlombaan dan lainnya.

Kegiatan publisitas ini dapat meningkatkan pamor bank atau BMT dimata para nasabahnya.

⁴⁹ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2010), 171.

⁵⁰ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, 247.

c) Penjualan pribadi (*personal selling*)

Penjualan perorangan melibatkan pembicaraan langsung antara penjual dan pelanggan potensial. Penjualan tatap muka ini menyediakan umpan balik segera yang membantu untuk menyesuaikan diri.

2. Sumber Daya Manusia (SDM)

a. Pengertian SDM

SDM merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam suatu perusahaan di samping faktor yang lain seperti modal. Oleh karena itu, SDM harus dikelola dengan baik untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi organisasi, ini adalah salah satu fungsi dalam perusahaan yang dikenal dengan manajemen sumber daya manusia (MSDM).

Manajemen sumber daya manusia yang sering juga disebut dengan manajemen personalia oleh para penulis didefinisikan secara berbeda. Beberapa di antaranya adalah:

*Human resource management (HRM) may be defined as programs, policies, and practices for managing an organization's work force.*⁵¹

Berdasarkan definisi manajemen SDM di atas adalah keseluruhan penentuan dan pelaksanaan berbagai aktivitas, *policy*, dan program yang bertujuan untuk mendapatkan tenaga kerja, pengembangan, dan pemeliharaan dalam usaha meningkatkan

⁵¹ Marihot Tua Efendi Hariandja, *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Jakarta: Grasindo, 2002), 2-3.

dukungannya terhadap peningkatan efektivitas organisasi dengan cara yang secara etis dan sosial dapat dipertanggung jawabkan. Secara etis dan sosial dapat dipertanggungjawabkan artinya semua aktivitas dilakukan dengan tidak bertentangan dengan norma-norma dalam masyarakat yang berlaku.⁵²

b. Rekrutmen SDM

1) Pengertian Rekrutmen

Dalam manajemen sumber daya manusia, rekrutmen merupakan fungsi operasional yang pertama. Hal ini semakin jelas menunjukkan betapa pentingnya masalah rekrutmen. Rekrutmen merupakan proses mencari, menemukan dan menarik para pelamar untuk dipekerjakan oleh suatu lembaga. Maksud dan tujuan dari rekrutmen itu adalah untuk memperoleh suatu persediaan seluas mungkin dari calon-calon pelamar dengan cara sedemikian rupa sehingga lembaga akan mempunyai kesempatan untuk melakukan pilihan tenaga kerja bermutu yang diperlukan.⁵³

2) Tujuan Rekrutmen

Pada dasarnya proses rekrutmen tenaga kerja bertujuan mencari sosok karyawan yang dalam dirinya berpadu unsur amanah dan profesionalisme. Sehingga pada akhirnya akan terpenuhi unsur kesesuaian budaya lembaga dan kompetensi talenta yang dibutuhkan oleh lembaga. Tujuan lain dari proses

⁵² Ibid., 5.

⁵³ Agus Tulus, *Manajemen Sumber Daya Manusia Buku Panduan Mahasiswa* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1995), 60.

rekrutmen adalah untuk mendapatkan persediaan calon pelamar sebanyak mungkin sehingga organisasi atau lembaga berkesempatan untuk memilih calon pekerja yang memenuhi standar kualifikasi yang ditentukan. Selanjutnya rekrutmen juga didefinisikan sebagai serangkaian aktivitas mencari dan memikat pelamar kerja dengan motivasi, kemampuan, keahlian dan pengetahuan yang diperlukan guna menutupi kekurangan yang diidentifikasi dalam perencanaan tenaga kerja. Namun pada dasarnya arti dari aktivitas rekrutmen semakin penting karena beberapa sebab, antara lain:⁵⁴

- (a) Mayoritas organisasi baik swasta maupun publik berasumsi bahwa akan mengalami kekurangan karyawan yang memiliki keahlian yang dibutuhkan untuk karyawan-karyawan modern.
- (b) Perampingan organisasi dan langkah-langkah penghematan biaya yang dilancarkan dalam tahun-tahun terakhir telah menyebabkan anggaran semakin kecil dibandingkan sebelumnya.

3) Sumber Rekrutmen Karyawan

Calon tenaga kerja yang akan direkrut dapat diambil dari internal organisasi maupun eksternal organisasi. Perekrutan tenaga kerja dari dalam biasanya dilakukan oleh organisasi/ perusahaan yang telah lama berjalan dan memiliki sistem karier yang baik.

⁵⁴ Ambar T. Sulistiyani dan Rosidah, *Manajemen Sumber Daya Manusia: Konsep, Teori dan Pengembangan dalam konteks Organisasi Publik* (Yogyakarta: Graha Ilmu), 133.

Perekrutan tenaga kerja dari dalam memiliki keuntungan, diantaranya adalah tidak mahal, promosi dari dalam dapat memelihara loyalitas dan dedikasi pegawai, dan tidak diperlukan masa adaptasi yang terlalu lama, karena sudah terbiasa dengan suasana yang ada. Namun demikian perekrutan dari dalam juga berarti terjadinya pembatasan terhadap bakat yang sebenarnya tersedia bagi organisasi dan mengurangi peluang masuknya pemikiran baru.⁵⁵

(a) Sumber Internal

Sumber-sumber internal meliputi karyawan yang ada sekarang yang dapat dicalonkan untuk dipromosikan, dipindah-tugasnya atau dirotasi tugasnya, serta mantan karyawan yang bisa dikaryakan dipanggil kembali. Beberapa alternatif perekrutan dengan sumber internal organisasi melalui:⁵⁶

(1) Promosi

Perekrutan internal yang paling banyak dilakukan adalah promosi untuk mengisi kekosongan pada jabatan yang lebih tinggi yang diambil dari pekerja yang jabatannya lebih rendah.

(2) Transfer/Rotasi

Di samping itu terdapat pula kegiatannya dalam bentuk memindahkan pekerja dari satu jabatan ke jabatan

⁵⁵ Masram, Mu'ah, *Manajemen Sumber Daya Manusia Profesional* (Sidoarjo: Zifatama Publisher, 2017), 24.

⁵⁶ Ibid., 25.

lain yang sama jenjangnya. Dengan kata lain promosi bersifat vertikal, sedang pemindahan berifat horizontal (rotasi).

(3) Kelompok Pekerja Sementara / Kontrak Kerja

Kelompok pekerja sementara (temporer) adalah sejumlah tenaga kerja yang dipekerjakan dan diupah menurut keperluan, dengan memperhitungkan jumlah jam atau hari kerja.

(b) Sumber rekrutmen eksternal

Sumber rekrutmen eksternal meliputi individu-individu yang saat ini bukan merupakan anggota organisasi. Manfaat terbesar rekrutmen eksternal adalah bahwa jumlah pelamar yang lebih banyak dapat direkrut. Hal ini tentunya mengarah kepada kelompok pelamar yang lebih besar dan kompeten dari pada yang normalnya dapat direkrut secara internal. Pelamar dari luar tentu membawa ide, teknik kerja, metode produksi, atau pelatihan yang baru ke dalam organisasi yang nantinya akan menghasilkan wawasan baru kedalam profitabilitas. Setiap organisasi atau perusahaan secara periodik memerlukan tenaga kerja dari pasar tenaga kerja diluar organisasi atau perusahaan. Beberapa sumber yang dapat digunakan dalam perekrutan eksternal seperti :⁵⁷

⁵⁷ Ibid., 25-26.

(1) Lembaga pendidikan

Perekrutan calon tenaga kerja dilakukan biasanya bila organisasi/perusahaan memerlukan jenis pendidikan tertentu tanpa memperdulikan pengalaman kerja. Melalui cara perekrutan ini, diharapkan dapat dibentuk karyawan sesuai yang diinginkan organisasi/perusahaan.

(2) Teman/anggota keluarga karyawan

Organisasi/perusahaan dapat meminta jasa karyawan lama untuk mencari calon tenaga kerja. Umumnya karyawan yang dimintai tolong akan menyambut gembira, meskipun untuk tugas tersebut mereka tidak mendapatkan imbalan dalam bentuk materi. Lebih-lebih dalam kondisi sulitnya lapangan kerja seperti saat ini, karyawan akan gembira untuk menyodorkan informasi calon pegawai seperti saudara/teman/tetangga dan sebagainya

(3) Agen-agen pekerjaan

Rekrutmen eksternal lainnya dapat dilakukan melalui agen tenaga kerja, yang memiliki calon dengan berbagai kualifikasi dan kualitasnya.⁵⁸

⁵⁸ Hadari Nawawi, *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2000), 178.

(4) Rekrutmen dengan advertensi

Rekrutmen eksternal dapat dilakukan dengan cara mengadvertensikan kerja yang diperlukan. Dapat dipergunakan surat kabar lokal, termasuk majalah, radio dan televisi, bahkan melalui surat yang disampaikan secara langsung kepada calon karyawan.⁵⁹

4) Metode-metode Rekrutmen

Metode rekrutmen akan berpengaruh besar terhadap banyaknya lamaran yang masuk ke dalam lembaga. Metode rekrutmen calon karyawan baru adalah sebagai berikut:⁶⁰

a) Metode tertutup

Metode tertutup adalah ketika rekrutmen hanya diinformasikan kepada para karyawan atau orang-orang tertentu saja. Akibatnya, lamaran yang masuk relatif sedikit sehingga kesempatan untuk mendapatkan karyawan yang baik itu sulit.

b) Metode terbuka

Metode terbuka adalah ketika rekrutmen diinformasikan secara luas dengan memasang iklan pada media masa cetak maupun elektronik, supaya tersebar luas ke masyarakat. Dengan metode terbuka diharapkan lamaran

⁵⁹ Ibid., 178.

⁶⁰ Malayu S.P. Hasibuan, *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009), 44.

banyak yang masuk sehingga kesempatan untuk mendapatkan karyawan yang *qualified* lebih besar.

c. Pelatihan dan Pengembangan SDM.

1) Pengertian pelatihan pengembangan SDM

Menurut Sedarmayanti pengembangan sumber daya manusia yang berarti: perencanaan pelatihan, dan pengelolaan pelatihan untuk mencapai suatu hasil yang optimal.⁶¹ Sedangkan pengembangan sumber daya manusia menurut Dessler dalam Yun Iswanto adalah suatu usaha untuk meningkatkan kinerja dengan menanamkan pengetahuan, merubah sikap atau meningkatkan keahlian.⁶²

Istilah pelatihan dan pengembangan (*training and development*) seakan menjadi dua sisi yang tidak dapat dipisahkan namun terdapat perbedaan, jika pelatihan difokuskan untuk meningkatkan kemampuan karyawan dalam waktu saat ini atau jangka pendek, sedangkan pengembangan untuk jangka panjang atau yang akan datang.⁶³

Hariandja dalam Kadarisman menjelaskan, pelatihan dan pengembangan merupakan dua konsep yang sama, yaitu untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan. Tetapi, dilihat dari tujuannya, umumnya kedua konsep tersebut dapat

⁶¹ Sedarmayanti, *Sumber Daya Manusia dan Produktivitas* (Bandung: Mandar Maju, 2001), 149.

⁶² Yun Iswanto, *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Jakarta: Universitas Terbuka, 2010), 25.

⁶³ M.Kadarisman, *Manajemen Pengembangan Sumber Daya Manusia* (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2013), 10.

dibedakan. Pelatihan lebih ditekankan pada peningkatan kemampuan untuk melakukan pekerjaan yang pada saat ini, dan pengembangan lebih ditekankan pada peningkatan pengetahuan untuk melakukan pekerjaan pada masa yang akan datang, yang dilakukan melalui pendekatan yang terintegrasi dengan kegiatan lain untuk mengubah perilaku kerja.⁶⁴ Lebih lengkap mengenai pelatihan dan pengembangan menurut Kaswan akan dirangkum dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 2.2
Pelatihan dan Pengembangan⁶⁵

	Pelatihan	Pengembangan
Fokus	Pekerjaan Saat Ini	Pekerjaan saat ini dan yang akan datang
Ruang lingkup	Karyawan secara individual	Kelompok kerja atau organisasi
Kerangka Waktu	Segera/jangka pendek	Jangka panjang
Sasaran	Memperbaiki kekurangan kemampuan saat ini	Mempersiapkan tuntutan kerja dimasa yang akan datang
Aktivitas	Menunjukkan	Pembelajaran

Sumber : Kaswan 2012

Pengertian diatas memiliki beberapa persamaan yakni, pelatihan merupakan kegiatan untuk meningkatkan kinerja saat ini dan pengembangan lebih dipersiapkan untuk pengembangan dimasa yang akan datang.

⁶⁴ Ibid., 11.

⁶⁵ Kaswan, *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Keunggulan Bersaing* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), 96.

2) Tujuan Pelatihan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia

Tujuan utama pelatihan dan pengembangan pada intinya dapat dikelompokkan menjadi enam bidang utama yaitu:⁶⁶

- a) Memperbaiki Kinerja.
- b) Memutakhirkan kemampuan karyawan sejalan dengan kemajuan teknologi.
- c) Mengurangi waktu belajar bagi para karyawan supaya menjadi kompeten dalam pekerjaannya.
- d) Membantu memecahkan permasalahan operasional.
- e) Memenuhi kebutuhan-kebutuhan perkembangan pribadi.
- f) Mempersiapkan karyawan untuk promosi.

3) Jenis-Jenis Pelatihan

pelatihan dan pengembangan sifatnya sangat situasional. Artinya dengan perhitungan kepentingan organisasi dan kebutuhan para peserta, penerapan prinsip belajar dapat berbeda dalam aksentuasi dan intensitas, yang pada gilirannya tercermin pada penggunaan teknik dalam proses pembelajaran.⁶⁷

Melaksanakan program pelatihan dan pengembangan pada prinsipnya melaksanakan proses belajar mengajar, artinya ada pelatih yang mengajarkan suatu mata ajaran. Oleh karena itu tepat tidaknya suatu teknik mengajar tergantung pada pertimbangan

⁶⁶ Meldona, *Manajemen Sumber Daya Manusia Perspektif Integratif* (Malang: UIN- Malang Press, 2009), 234.

⁶⁷ Priyono dan Marnis, *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Sidoarjo, Zifatama Publisher, 2008), 53.

yang ingin ditonjolkan, seperti penghematan dalam pembiayaan, materi dan fasilitas yang tersedia, kemampuan peserta, kemampuan pelatih dan prinsip belajar yang digunakan.⁶⁸

Ada beberapa metode yang dapat digunakan dalam pelaksanaan program pelatihan dan pengembangan antara lain :⁶⁹

a) *On the job*

On the job, atau pelatihan dalam jabatan, merupakan teknik pelatihan di mana para peserta dilatih langsung ditempat dia bekerja. Sasarannya adalah meningkatkan kemampuan peserta latihan mengerjakan tugasnya yang sekarang. Yang bertindak sebagai pelatih bisa seorang pelatih formal, atasan langsung, atau rekan sekerja yang lebih senior dan berpengalaman.

b) *Vestibule*

Vestibule, merupakan metode pelatihan untuk meningkatkan keterampilan terutama yang bersifat teknikal, di tempat pekerjaan, akan tetapi tanpa mengganggu kegiatan organisasi sehari-hari. Ini berarti organisasi harus menyediakan lokasi dan fasilitas khusus untuk berlatih, sehingga tidak mengganggu pekerjaan yang sebenarnya.

Sebagai misal sebuah hotel, agar pelatihan tidak mengganggu kegiatan hotel, maka disediakan satu ruang

⁶⁸ Ibid., 53.

⁶⁹ Ibid., 53-55.

khusus yang digunakan berlatih seperti menata kamar tidur (mengganti sprei, sarung bantal, perlengkapan kamar mandi dsb), juga kegiatan penerimaan tamu, di restoran, bar dsb.

c) *Apprenticeship*

Apprenticeship (magang), biasa dipergunakan untuk pekerjaan yang membutuhkan keterampilan (skill) yang relatif tinggi. Program ini biasanya mengkombinasikan *onthe job training* dengan pengalaman sistem magang ini dapat mengambil empat macam kegiatan yaitu :

- (1) seorang pegawai belajar dari pegawai lain yang lebih berpengalaman,
- (2) *coaching* dalam hal mana seorang pemimpin mengajarkan cara-cara kerja yang benar kepada bawahannya di tempat pekerjaan dan cara-cara yang diajarkan atasan tersebut ditini oleh pegawai yang sedang mengikuti latihan,
- (3) menjadikan pegawai yang dilatih sebagai "asisten",
- (4) menugaskan pegawai tertentu untuk duduk dalam berbagai panitia, sehingga yang bersangkutan mendapat pengalaman lebih banyak.

d) *Classroom methods*

Classroom Method, model ini dirancang dalam bentuk pembelajaran di dalam kelas dengan menggunakan metode ceramah diskusi. Aktivitas pembelajaran pada umumnya

berjalan sepihak yang instruktur aktif memberikan informasi atau pengetahuan kepada peserta.

3. Strategi Pengembangan Usaha Dalam Perspektif Islam

Islam mewajibkan setiap muslim, khususnya yang memiliki tanggungan untuk bekerja. Bekerja merupakan salah satu sebab pokok yang memungkinkan manusia memiliki harta kekayaan. Sebagaimana dikutip oleh Mardani “*Hukum Bisnis Syariah*” menurut Yusuf Qardhawi, bekerja adalah bagian ibadah dan jihad jika sang pekerja bersikap konsisten terhadap peraturan Allah, suci niatnya dan tidak melupakannya. Dengan bekerja, manusia dapat melaksanakan tugas kekhalifahannya, menjaga diri dari maksiat, dan meraih tujuan yang sangat besar. Demikian pula, dengan bekerja individu bisa memenuhi kebutuhan hidupnya, mencukupi kebutuhan keluarganya, dan berbuat baik dengan tetangganya. Semua bentuk yang diberkati agama ini hanya bisa terlaksana dengan memiliki harta dan mendapatkannya dengan bekerja.⁷⁰ Allah berfirman pada QS. Al-Ahqaaf: 19:

وَلِكُلِّ دَرَجَةٌ مِّمَّا عَمِلُوا ۗ وَلِيُؤْفِقَهُمْ ۗ أَعْمَلَهُمْ ۗ وَهُمْ لَا يُظْلَمُونَ ﴿١٩﴾

Artinya: “Dan bagi masing-masing mereka derajat menurut apa yang telah mereka kerjakan dan agar Allah mencukupkan bagi mereka (balasan) pekerjaan-pekerjaan mereka sedang mereka tiada dirugikan”.⁷¹

Dalam surat tersebut, orang-orang Islam didorong untuk menggunakan hari-harinya untuk memperoleh keuntungan dan karunia

⁷⁰ Mardani, *Hukum Bisnis Syariah* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2014), 75.

⁷¹Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan terjemahnya*, 504.

Allah. Begitu pula dalam berusaha dilarang melakukan perbuatan curang dan memakan riba.⁷²

Nabi Muhammad SAW telah memberikan contoh kepada umatnya mengenai bisnis syariah. Sebelum memulai bisnis, pebisnis harus menyusun, menetapkan dan melaksanakan strategi bisnisnya terlebih dahulu. Strategi bisnis tersebut meliputi lima sikap utama yaitu jujur, ikhlas, profesional, silaturahmi, niat suci dan ibadah, dan menunaikan zakat, infak, dan shadaqoh.⁷³

a. Jujur

Sikap jujur melahirkan kepercayaan konsumen/pelanggan. Kepercayaan akan melahirkan kesetiaan konsumen. Kalau konsumen sudah setia kepada produk yang kita jual maka keuntungan akan terus mengalir.

b. Ikhlas

Sikap ikhlas akan membentuk pribadi seorang pebisnis tidak lagi memandang keuntungan materi sebagai tujuan utama, tetapi juga memperhitungkan keuntungan non materil (mendapat ridha dari Allah SWT)

c. Profesional

Profesional yang didukung oleh sikap jujur dan ikhlas merupakan dua sisi yang saling menguntungkan. Nabi Muhammad SAW memberikan contoh bahwa seseorang yang profesional

⁷² Mardani, *Hukum Bisnis*, 79.

⁷³ Ma'ruf Abdullah, *Wirausaha Berbasis Syari'ah* (Banjarmasin: Penerbit Antasari Perss, 2011), 40.

mempunyai sikap selalu berusaha maksimal dalam mengerjakan sesuatu atau dalam menghadapi suatu masalah. Tidak mudah menyerah atau berputus asa dan bahkan juga pengecut yang menghindar dari resiko.

d. Silaturahmi

Silaturahmi merupakan jembatan yang menghubungkan pebisnis dengan semua manusia, lingkungan, dan penciptanya. Silaturahmi menjadi dasar membina hubungan baik tidak hanya dengan pelanggan dan investornya, tetapi juga dengan calon pelanggannya (*future market*), dan bahkan dengan kompetitornya.

e. Niat suci dan ibadah

Islam menegaskan keberadaan manusia di dunia ini adalah untuk mengabdikan diri kepada-Nya. Sebagaimana yang dijelaskan dalam QS. Al-Dzariyat (51): 56:

وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ ﴿٥٦﴾

Artinya: "Dan aku tidak menciptakan jin dan manusia melainkan supaya mereka mengabdikan kepada-Ku".⁷⁴

Bagi seorang muslim menjalankan usaha merupakan ibadah, sehingga usaha itu harus dimulai dengan niat yang suci (*lillahi ta'ala*), cara yang benar, tujuan yang benar, serta pemanfaatan hasil usaha secara benar pula. Dengan demikian maka ia akan memperoleh garansi keberhasilan dari Allah SWT.

⁷⁴ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, 523.

f. Menunaikan Zakat, Infak, dan Shadaqoh

Menunaikan Zakat, Infaq, dan Shadaqoh hendaknya menjadi budaya pebisnis syariah. Menurut ajaran Islam harta yang digunakan untuk membayar zakat, infaq, dan shadaqoh tidak akan hilang, bahkan menjadi tabungan kita yang akan dilipatgandakan oleh Allah di dunia dan akhirat, sehingga menyuburkan bisnis kita.⁷⁵ Sebagaimana Allah berfirman pada QS. Al-Baqarah: 261

مَثَلُ الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ كَمَثَلِ حَبَّةٍ أَنْبَتَتْ سَبْعَ سَنَابِلٍ فِي كُلِّ
سُنْبُلَةٍ مِائَةٌ حَبَّةٌ وَاللَّهُ يُضْعِفُ لِمَنْ يَشَاءُ وَاللَّهُ وَاسِعٌ عَلِيمٌ ﴿٢٦١﴾

Artinya: “Perumpamaan (nafkah yang dikeluarkan oleh) orang-orang yang menafkahkan hartanya di jalan Allah adalah serupa dengan sebutir benih yang menumbuhkan tujuh bulir, pada tiap-tiap bulir seratus biji. Allah melipat gandakan (ganjaran) bagi siapa yang Dia kehendaki. dan Allah Maha Luas (karunia-Nya) lagi Maha mengetahui”.⁷⁶

4. Koperasi Syariah.

a. Pengertian Koperasi Syariah

Koperasi Syariah adalah usaha ekonomi yang teroganisir secara mantap, demokratis, otonom partisipatif dan berwatak sosial yang operasionalnya menggunakan prinsip-prinsip yang mengusung etika moral dengan memperhatikan halal atau haramnya sebuah usaha yang dijalankan sebagaimana dianjurkan dalam agama Islam.⁷⁷

Menurut Undang-Undang Nomor 90/Kep/M.KUKM/IX/2004, koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang-seorang atau

⁷⁵ Ma'ruf Abdullah, *Wirausaha*, 41.

⁷⁶ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, 44.

⁷⁷ Nur S. Buchori, *Koperasi Syariah* (Sidoarjo: Masmedia Buana Pustaka, 2009), 12.

badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasar atas asas kekeluargaan, koperasi jasa keuangan syariah adalah koperasi yang kegiatan usahanya bergerak dibidang pembiayaan, investasi, dan simpanan sesuai pola bagi hasil (*syirkah*).⁷⁸

Konsep utama koperasi syariah adalah menggunakan akad *syirkah muwafadah* yakni sebuah usaha yang didirikan bersama- sama oleh dua orang atau lebih, masing-masing memberikan kontribusi dana dalam porsi yang sama besar berpartisipasi dalam kerja dengan bobot yang sama pula. Masing-masing *partner*, saling menanggung satu sama lain dalam hak dan kewajiban. Tidak diperkenankan salah seorang memasukan modal yang lebih besar dan keuntungan yang lebih besar pula dibanding *partner* lainnya.⁷⁹

b. Nilai-nilai koperasi syariah

Pemerintah dan swasta, meliputi individu maupun masyarakat, wajib mentransformasikan nilai-nilai syariah dalam nilai-nilai koperasi, dengan mengadopsi 7 nilai syariah dalam bisnis yaitu:⁸⁰

- 1) *Shiddiq* yang mencerminkan kejujuran, akurasi dan akuntabilitas.
- 2) *Istiqamah* yang mencerminkan konsistensi, komitmen dan loyalitas.
- 3) *Tabligh* yang mencerminkan transparansi, kontrol, edukatif, dan komunikatif

⁷⁸ Muhammad Sholahudin & Lukman Hakim, *Lembaga Ekonomi dan Keuangan Syariah Kontemporer* (Surakarta: Muhammadiyah University Press, 2008), 179.

⁷⁹ Nur S. Buchori, *Koperasi Syariah*, 15.

⁸⁰ *Ibid.*, 47

4) *Amanah* yang mencerminkan kepercayaan, integritas, reputasi, dan kredibilitas.

5) *Fathanah* yang mencerminkan etos profesional, kompeten, kreatif, inovatif.

6) *Ri'ayah* yang mencerminkan semangat solidaritas, empati, kepedulian.

7) *Mas'uliyah* yang mencerminkan tanggung jawab.

c. Tujuan Sistem Koperasi Syariah

Tujuan koperasi syariah sama dengan koperasi pada umumnya yakni :

- 1) Meningkatkan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya serta turut membangun tatanan perekonomian yang berkeadilan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.
- 2) Menciptakan persaudaraan dan keadilan sesama anggota.
- 3) Pendistribusian pendapatan dan kekayaan yang merata sesama anggota berdasarkan kontribusinya.⁸¹

⁸¹ Nur S. Buchori, *Koperasi Syariah*, 9-11.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan jenis penelitian deskriptif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata – kata tertulis atau lisan dari orang atau perilaku yang dapat diamati. Definisi tersebut lebih menekankan pada jenis data yang dikumpulkan dalam penelitian yakni data deskriptif kualitatif. Dengan kata lain penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menghasilkan data deskriptif dan berupaya menggali makna dari suatu fenomena berdasarkan fakta – fakta yang sudah ada.⁸²

Penelitian kualitatif bermaksud untuk mengetahui fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain – lain secara menyeluruh dan dideskripsikan dalam bentuk kata – kata dan bahasa yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.⁸³

Peneliti menggunakan metode ini karena peneliti ingin berproses di dalam penelitian ini. Seperti diketahui bahwa penelitian ini memiliki ciri khas penekanan pada prosesnya. Proses berarti melihat bagaimana fakta, realita, gejala dan peristiwa itu terjadi dan dialami secara khusus tentang bagaimana peneliti terlibat didalamnya dan menjadi relasi dengan orang lain. penekanan pada proses ini mengandaikan adanya tahapan yang perlu dilalui dan tidak

⁸² M. Djamal, *Paradigma Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015), 9.

⁸³ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008), 6.

langsung jadi.⁸⁴ Dengan menggunakan metode ini, peneliti dapat terjun langsung ke lapangan. Hal ini diperlukan untuk mengetahui strategi pengembangan KSN JATIM, Dengan menggunakan metode ini juga, peneliti tentunya dapat berproses dan dapat memahami fenomena – fenomena yang dialami oleh subjek penelitian yang dimana itu semua berkaitan dengan fokus penelitian yang dilakukan peneliti. Sehingga diharapkan peneliti dapat menggambarkan secara nyata dan sesuai dengan fakta – fakta yang ada.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yaitu di KSN JATIM Plak-pak Pamekasan yang berada di jalan Raya Palduding Plak-pak, Kecamatan Pengantenan, Kabupaten Pamekasan. Peneliti memilih KSN JATIM karena koperasi tersebut merupakan koperasi yang masih baru berdiri dari beberapa koperasi yang ada di sekitarnya dan melihat perkembangan aset yang terjadi di koperasi dalam tempat tahun terakhir sangat baik, sehingga peneliti tertarik untuk mengetahui strategi pengembangan yang tepat.

Tabel 3.1
Daftar Jumlah Aset Koperasi Syariah Nuri

No	Tahun	Jumlah Aset
1	2014	Rp 30.669.661.629
2	2015	Rp 59.089.539.152
3	2016	Rp 102.715.489.003
4	2017	Rp 153.661.850.955

Sumber: Data diolah dari laporan keuangan Koperasi Syariah Nuri Jawa Timur.

⁸⁴ Conny R. Semiawan, *Metode Penelitian Kualitatif* (Jakarta: PT Grasindo, 2010), 83.

C. Subjek Penelitian

Menurut Moeleong dalam Farida Nugrahani subjek penelitian adalah orang dalam pada latar penelitian, yaitu orang yang dimanfaatkan untuk memberi informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian.⁸⁵ Dalam penelitian ini yang akan menjadi subjek penelitian yaitu:

1. Kepala Pengurus: Achmad Mukhlisin,SH.MH.
2. Manajer Utama: Abdul Wafi, SE.Sy
3. Manajer Marketing: Achamad Walid
4. Manajer Operasional: Ali Murtadho,SE
5. SDM dan Umum: Ramli Abbas,S.Pd.
6. IT Support: Ahmad Bakir, S.Kom, MM.
7. Alumni Pondok Pesantren: Bukhori

Penentuan subyek penelitian/informan menggunakan teknik *purposive* yaitu teknik penentuan informan dengan pertimbangan tertentu.⁸⁶ Dalam hal ini peneliti memilih sumber data yang dianggap paling tahu tentang obyek yang akan diteliti.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah dengan obeservasi, wawancara dan dokumentasi.

1. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data dimana peneliti mengadakan pengamatan, baik itu secara langsung maupun tidak langsung

⁸⁵ Farida Nugrahani, *Metode Penelitian Kualitatif* (Solo: Cakra Books, 2014), 61-62.

⁸⁶ Sugiyono, *Metode*, 219.

terhadap gejala-gejala subjek atau objek yang diselidiki, baik dalam situasi yang sebenarnya maupun dalam situasi yang khusus yang sengaja diadakan.⁸⁷

Penelitian menggunakan teknik observasi non partisipan. Dalam hal ini, peneliti hanya sebagai pengamat, yaitu peneliti datang ketempat penelitian, namun hanya sebagai pengamat, yaitu peneliti datang ketempat penelitian namun peneliti tidak terlibat langsung dengan kegiatan tersebut. Agar hasil observasi dapat direkam dengan baik, peneliti menggunakan alat pencatat hasil observasi dan alat perekam kegiatan (foto). Metode ini menggunakan pengamatan independen atau penginderaan langsung terhadap benda, kondisi, situasi, proses, atau perilaku. Observasi digunakan untuk mengamati secara langsung tentang strategi pengembangan KSN JATIM Pondok Pesantren Darul Ulum Banyuwangi berbasis alumni.

2. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.⁸⁸ Teknik wawancara yang digunakan oleh peneliti adalah wawancara semi terstruktur, yang dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa

⁸⁷ Ibid., 226.

⁸⁸ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 186.

garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan.⁸⁹

Wawancara yang semi terstruktur adalah wawancara dimaksudkan untuk menemukan informasi yang tidak baku, dan pertanyaan-pertanyaan tidak disusun terlebih dahulu, tetapi disesuaikan dengan situasi dan kondisi. Dalam wawancara ini peneliti memperoleh data berupa:

- a. Strategi pengembangan KSN JATIM Pondok Pesantren Darul Ulum Banyuwangi berbasis alumni.
 - b. Peran alumni dalam strategi pengembangan KSN JATIM Jawa Timur Pondok Pesantren Darul Ulum Banyuwangi.
3. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah teknik mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan transkrip, buku, surat kabar, majalah, agenda dan sebagainya.⁹⁰ Hasil penelitian dari observasi atau wawancara akan menjadi lebih dapat dipercaya apabila didukung oleh adanya dokumentasi. Adapun data yang akan diperoleh dari bahan dokumen adalah:

- a. Sejarah KSN JATIM Pondok Pesantren Darul Ulum Banyuwangi Jawa Timur.
- b. Struktur Pengurus KSN JATIM Pondok Pesantren Darul Ulum Banyuwangi Jawa Timur.
- c. Visi dan Misi KSN JATIM Pondok Pesantren Darul Ulum Banyuwangi Jawa Timur.

⁸⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, 233-234.

⁹⁰ Suharsimi Arikunto, *Prosedir Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2002), 206.

- d. Dokumen lain yang relevan diperoleh dari berbagai sumber yang dilakukan validitasnya dalam memperkuat analisis objek pembahasan.

E. Teknik Analisis Data

Data dianalisis dengan menggunakan beberapa langkah yakni menganalisis data dengan tiga langkah: Kondensasi data (*data condensation*), menyajikan data (*data display*), dan menarik simpulan atau verifikasi (*conclusion drawing and verification*). Kondensasi data merujuk pada proses pemilihan (*selecting*), pengerucutan (*focusing*), penyederhanaan (*simplifying*), peringkasan (*abstracting*), dan transformasi data (*transforming*).⁹¹

1. Kondensasi

Dalam kondensasi data merujuk pada proses menyeleksi, memfokuskan, menyederhanakan, mengabstraksi dan mentransformasi data yang terdapat pada catatan lapangan maupun transkrip dalam penelitian ini diuraikan sebagai berikut.⁹²

a. *Selecting*

Menurut Miles dan Huberman peneliti harus bertindak selektif ,yaitu menentukan dimensi-dimensi mana yang lebih penting, hubungan-hubungan mana yang lebih bermakna, dan sebagai konsekuensinya, informasi apa yang yang dapat dikumpulkan dan dianalisis. Informasi-informasi yang berhubungan dengan strategi pengembangan KSN JATIM dikumpulkan pada tahap ini. Peneliti mengumpulkan seluruh informasi tersebut untuk memperkuat

⁹¹ Matthews B. Miles, Huberman dan Saldana, *Qualitative Data Analysis A. Methods Edisi 3*, (United States Of America: SAGE Publication, 2014), 12.

⁹² Ibid., 12.

penelitian.⁹³

b. Focusing

Miles dan Huberman menyatakan bahwa memfokuskan data merupakan bentuk praanalisis. Pada tahap ini, peneliti memfokuskan data yang berhubungan dengan rumusan masalah penelitian. Tahap ini merupakan tahap kelanjutan dari dari tahap seleksi data. Peneliti hanya membatasi data yang berhubungan dengan fokus penelitian.⁹⁴

Fokus penelitian tersebut antara lain, Bagaimana strategi pengembangan KSN JATIM Pondok Pesantren Darul Ulum Banyauanyar. Dalam rumusan masalah yang kedua yaitu bagaimana peran alumni dalam strategi pengembangan KSN JATIM Pondok Pesantren Darul Ulum Banyauanyar.

c. Abstracting

Abstraksi merupakan usaha membuat rangkuman yang inti, proses, dan pernyataan-pernyataan yang perlu dijaga sehingga tetap berada di dalamnya. Pada tahap ini, data yang telah terkumpul dievaluasi, khususnya yang berkaitan dengan kualitas dan kecukupan data. Jika data yang menunjukkan strategi pengembangan KSN JATIM Pondok Pesantren Darul Ulum Banyauanyar sudah dirasakan baik dan cukup, data tersebut digunakan untuk menjawab masalah yang diteliti.

d. Simplifying dan Transforming

Data dalam penelitian ini selanjutnya diserahkan dan

⁹³ Matthews B. Miles, Huberman dan Saldana, *Qualitative Data Analysis A. Methods Edisi 3*, 18.

⁹⁴ Ibid., 19.

ditransformasikan dalam berbagai cara, yakni melalui seleksi yang ketat melalui ringkasan atau uraian singkat, menggolongkan data untuk menyederhanakan data.⁹⁵ Peneliti mengumpulkan data strategi pengembangan KSN JATIM Pondok Pesantren Darul Ulum Banyuwangor ke dalam analisis data dan pembahasan temuan.

2. Penyajian Data

Penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori. Penyajian data juga bisa dilakukan dengan teks yang bersifat naratif. Dengan penyajian data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi.⁹⁶

3. Menarik Kesimpulan atau Verifikasi

Dari permulaan pengumpulan data, seorang penganalisis kualitatif mulai mencari arti benda-benda mencatat, pola-pola, penjelasan, konfigurasi-konfigurasi yang mungkin, alur sebab akibat, dan posisi. Peneliti yang berkompeten akan menangani kesimpulan-kesimpulan itu dengan longgar, tetap terbuka dan skeptis.⁹⁷

IAIN JEMBER

⁹⁵ Matthews B. Miles, Huberman dan Saldana, *Qualitative Data Analysis A. Methods Edisi 3*, 14

⁹⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 249

⁹⁷ Matthews B. Miles, A. Michael Huberman dan Johnny Saldana, *Qualitative Data Analysis A. Methods Edisi 3*, 16-17

F. Teknik Keabsahan Data

Teknik keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik Triangulasi. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu.⁹⁸ Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber.

Teknik triangulasi sumber, peneliti membandingkan hasil wawancara yang diperoleh dari masing-masing sumber atau informan penelitian sebagai pembanding untuk mengecek kebenaran informasi yang didapatkan.

G. Tahapan–Tahapan Penelitian

Beberapa tahapan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti diantaranya

1. Tahap Pra Lapangan

Tahap pra lapangan adalah tahap dimana peneliti mencari gambaran permasalahan dan latar belakang serta referensi yang terkait dengan tema sebelum terjun ke lapangan. Peneliti telah mendapatkan gambaran permasalahan mengenai KSN JATIM dengan mengangkat judul “Strategi Pengembangan Koperasi Syariah Nuri Jawa Timur Pondok Pesantren Banyuanyar Berbasis Alumni.

Adapun tahapan–tahapan yang diidentifikasi oleh peneliti adalah sebagai berikut:

⁹⁸ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 330.

- a) Menyusun pelaksanaan penelitian
- b) Memilih lokasi penelitian
- c) Mengurus surat perizinan penelitian
- d) Memilih dan memanfaatkan informasi
- e) Mempersiapkan perlengkapan – perlengkapan penelitian.⁹⁹

2. Tahap Pelaksanaan

Dalam tahap ini peneliti memasuki lapangan untuk melihat, mamantau dan meninjau lokasi penelitian di Jalan Raya Palduding Plak-Pak, Kecamatan Pengantenan, Kabupaten Pamekasan. Peneliti mulai memasuki objek penelitian dan mencari serta mengumpulkan data – data dengan alat yang sudah disediakan baik itu secara tertulis, rekaman, maupun dokumentasi. Perolehan data tersebut akan segera diproses untuk mendapatkan informasi mengenai objek penelitian.

3. Tahap Analisis Data

Pada tahap ini, peneliti melakukan teknik analisis data yang diperoleh selama penelitian berlangsung atau selama peneliti berada di lapangan. Peneliti melakukan analisis terhadap beberapa jenis data yang sudah diperoleh dengan cara wawancara dan observasi. Dalam tahap ini peneliti mengkonfirmasi kembali data yang didapat dari lapangan dengan teori yang digunakan

⁹⁹ Ibid., 133.

BAB IV

PENYAJIAN DATA ANALISIS

A. Gambar Objek Penelitian

1. Sejarah Singkat Berdirinya KSN JATIM Pondok Pesantren Darul Ulum Banyuanyar

KSN JATIM adalah salah satu koperasi syariah yang ada di Kabupaten Pamekasan, untuk lebih jelasnya mengenai gambaran KSN JATIM tersebut akan kami uraikan sebagai berikut:

KSN Jatim adalah salah satu koperasi besar yang ada di Indonesia yang berkedudukan di Jalan Raya Palduding Desa Plakpak Kecamatan Pegantenan Kabupaten Pamekasan. KSN JATIM dibentuk oleh para tokoh alumni Pondok Pesantren Banyuanyar pada hari senin tanggal 01 Desember 2008 dan mulai beroperasi pada tanggal 01 Januari 2009 dengan satu kantor pelayanan yang beralamat di Jalan Raya Palengaan Desa Plakpak Kecamatan Pegantenan Kabupaten Pamekasan.¹⁰⁰

Dibangun dengan modal Rp 45 juta, setahun kemudian, KSN Jatim sukses mendulang aset senilai Rp 450 juta. Aset itu terus bertambah seiring tumbuhnya kepercayaan masyarakat. Belum sampai satu dekade, koperasi ini telah memiliki aset sebanyak Rp 200 miliar dan menghimpun 25 ribu anggota. Bahkan, dua tahun pasca berdiri, KSN Jatim sudah membuka cabang di Pamekasan. Modalnya cuma Rp 2 juta tapi setahun kemudian asetnya berkembang menjadi Rp 5,5 miliar.¹⁰¹

¹⁰⁰ Profil Perusahaan Koperasi Syariah Nuri Jawa Timur.

¹⁰¹ <https://kabarmedan.com/koperasi-digital-menari-di-langgam-zaman/> diakses 05 Juli 2019.

KSN JATIM bergerak dalam bidang usaha simpan pinjam yang beroperasi berdasarkan legalitas badan hukum dari Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Pamekasan dengan nomor 02/BH/XVI/19/2010 tertanggal 29 April 2010.

Untuk tetap menjalankan roda organisasi institusi yang sah, maka Pada tanggal 11 Desember 2014 KSN JATIM telah memperoleh Pengesahan akta Perubahan Anggaran Dasar dari Dinas Provinsi Jawa Timur Nomor: P2T/10/09.02/XII/2014 tanggal 11 Desember 2014 serta Surat Izin Usaha SIMpan Pinjam dari Pemerintah Provinsi Jawa Timur Nomor : P2T/26/09.06/01/XII/2014 tanggal 11 Desember 2014.¹⁰²

KSN JATIM menjalankan kegiatan usaha penghimpunan dana dalam bentuk simpanan koperasi dan simpanan berjangka koperasi, serta memberikan pembiayaan dari dan anggota atau calon anggota, koperasi lain dan atau anggotanya sebagai diatur dalam Undang-undang Republik Indonesia tentang perkoperasian dan peraturan pemerintah tentang pelaksanaan kegiatan usaha simpan pinjam oleh koperasi.¹⁰³

Sebagai lembaga keuangan non Bank, KSN Jatim berperan sebagai Lembaga Intermediasi antara potensi yang dimiliki masyarakat Indonesia dengan tujuan yang akan dicapai yaitu, menjadi masyarakat sejahtera. Karena Koperasi dirasa menjadi kebutuhan bagi masyarakat berpekerjaan kecil, maka pada tahun-tahun berikutnya KSN JATIM membuka kantor pelayanan yang hampir disetiap kecamatan di Madura

¹⁰² Profil Perusahaan Koperasi Syariah Nuri Jawa Timur.

¹⁰³ www.ksnjatim.com diakses 05 Juni 2019.

dan bahkan hampir di setiap Kabupaten di tanah Jawa dengan tujuan untuk membangun peradaban ekonomi umat berbasis syariah.¹⁰⁴

Dalam menjalankan usahanya, KSN JATIM memegang teguh prinsip-prinsip koperasi yang diorientasikan untuk dapat membantu, memperkuat dan mengembangkan perekonomian masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan sosial dari masyarakat itu sendiri. Sesuai dengan visi dan misi koperasi, sehingga saat ini KSN JATIM memiliki anggota yang sangat banyak dan tersebar di seluruh Indonesia Sebagai salah satu tujuan dari didirikan KSN JATIM, yang bergerak dalam bidang simpan pinjam, diharapkan dapat menjadi solusi untuk terbangunnya ekonomi umat yang berbasis syariah.¹⁰⁵

2. Visi Dan Misi Koperasi Nuri Jawa Timur Pondok Pesantren Darul

Ulum Banyuwayar

a. Visi

Terwujudnya koperasi syariah yang unggul dan kompetitif sebagai pilar pembangunan ekonomi Umat.¹⁰⁶

b. Misi

1. Menjadikan KSN Jatim sebagai rujukan koperasi syariah
2. Menciptakan pelayanan dan SDM KSN Jatim yang kompetitif dan profesional.
3. Meningkatkan pendapatan anggota dan masyarakat.
4. Membangun kesadaran masyarakat akan kehidupan bergotong

¹⁰⁴ Profil Perusahaan Koperasi Syariah Nuri Jawa Timur.

¹⁰⁵ www.ksnjatim.com diakses 05 Juni 2019.

¹⁰⁶ Profil Perusahaan Koperasi Syariah Nuri Jawa Timur.

royong dalam melakukan aktivitas usahanya.

5. Menciptakan pengusaha muslim yang tangguh di lingkungan masyarakat.
6. Meningkatkan program pemberdayaan ekonomi, khususnya dikalangan anggota melalui sistem syariah.¹⁰⁷

3. Status Hukum KSN JATIM Pondok Pesantren Darul Ulum Banyuanyar

KSN JATIM ini merupakan lembaga keuangan syari'ah yang sudah sesuai dengan hukum Islam dan juga sudah memiliki badan hukum yaitu:¹⁰⁸

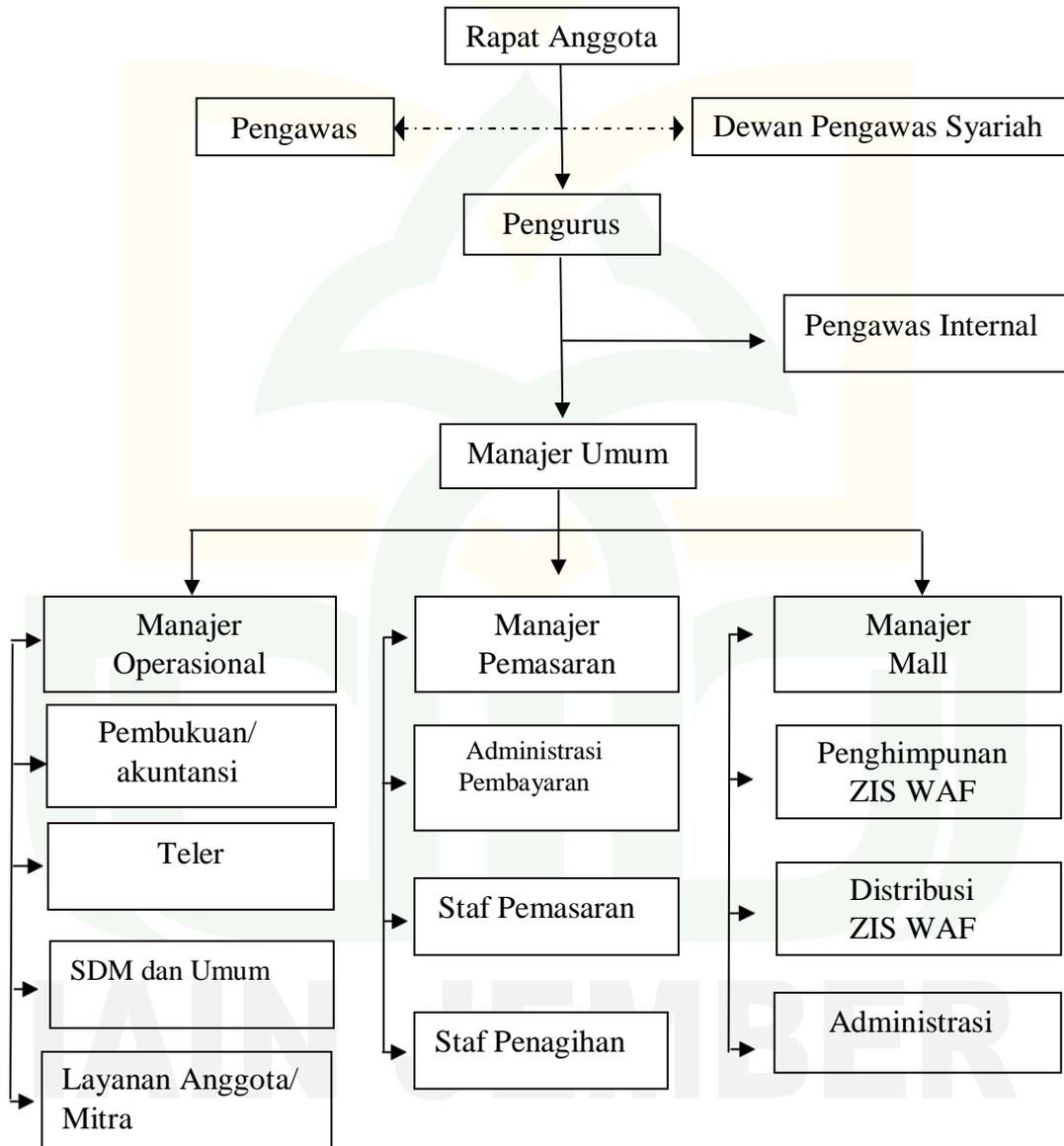
- a. Badan Hukum: 02/BH/XVI. 19/2010, Tanggal 29 April 2010
- b. Akta Perubahan AD: P2T/10/09.02/01/xii/2014, Tanggal 11 Desember 2014
- c. izin usaha simpan pinjam: 02T/26/09.06/01 /11/2014, Tanggal 11 Desember 2014
- d. Usaha Perdagangan KeciL: 06/13-4/SI U P-K/1X120 1 4, Tanggal 09 September 2014
- e. Tanda Daftar Perusahaan: 130426400054, Tanggal 10 September 2014
- f. Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP): 03.020.416.8-608.000

¹⁰⁷ Profil Perusahaan Koperasi Syariah Nuri Jawa Timur.

¹⁰⁸ Profil Perusahaan Koperasi Syariah Nuri Jawa Timur.

4. Struktur Organisasi KSN JATIM Pondok Pesantren Darul Ulum Banyuwanyar

Gambar 4.1
Struktur KSN JATIM
Pondok Pesantren Darul Ulum Banyuwanyar Banyuwanyar



Sumber: Profil Perusahaan KSN JATIM

5. Susunan Organisasi KSN JATIM Pondok Pesantren Darul Ulum Banyuanyar

Uraian struktur organisasi KSN JATIM Jatim Pondok Pesantren Banyuanyar terdiri dari :¹⁰⁹

1. Dewan pengawas syariah

Ketua	: KH. Muhammad Syamsul Arifin
Anggota	: KH. Abdul Ghafur Syafiuddin, Lc.
Anggota	: KH. Hasbullah Muhammad
a. Pengurus	
Ketua	: Achmad Mukhlisin, SH. MH.
Sekretaris	: Abdul Wafi Jamal, S.Pd.
Bendahara	: H. Akhmad Farhom, S.Ag

b. Pengawas

Ketua	: Drs. Khalil Asy'ari
Anggota	: Nurul Hadi, Lc. M.Pd.
Anggota	: Suryadi, S.Pd.I

c. Pengawas cabang

Cab. Waru	: Syamsul Arifin, S.Pd.I
Cab. Ketapang	: Abdul Hadi
Cab. Sumenep	: Ghazali
Cab. Batumarmar	: Kuryadi, S.Pd.I
Cab. Karang penang	: Zubaidi

¹⁰⁹ www.ksnjatim.com diakses 05 Juni 2019.

Cab.Sokobanah	: Sukandar
Cab.Palengaan	: H.Habib
Cab.Pegantenan	: Nur Haidi
Cab.Pamekasan Kota	: Rosidi Imron
Cab.Pakong	: Halili Ansyori
Cab.Sampang	: Shodiq

d. Karyawan Pusat

Manajer Utama	: Abdul Wafi, SE. Sy
Manajer Operasional	: Ali Murtadho, SE.
Manajer Marketing	: Achmad Walid
Accounting	: Laily Nurwijayanti, S.E
IT Support	: Ahmad Bakir, S.Kom, MM.
Staf Div.Hukum	: Mohammad Hendrik, S.H.I
Staf Mannajer Market	: Ramli Abbas, S.Pd.

6. Perkembangan KSN JATIM Pondok Pesantren Darul Ulum Banyuwanyar 2014-2018

KSN JATIM merupakan salah satu lembaga keuangan yang mengalami perkembangan. Perkembangan tersebut dapat dilihat dari aset, pendapatan, dan keuntungan serta melihat dari jumlah kantor cabang dan banyaknya anggota yang di dapat setiap tahunnya.

a. Aset KSN JATIM

Aset merupakan salah satu cara untuk melihat perkembangan di KSN JATIM. Aset di KSN JATIM dari 2014-2018 selalu mengalami peningkatan yang signifikan. Berikut jumlah aset KSN JATIM.

Tabel, 4.1
Daftar Jumlah Aset KSN JATIM
Pondok Pesantren Banyuwang

No	Tahun	Jumlah Aset
1	2014	Rp 30.669.661.629
2	2015	Rp 59.089.539.152
3	2016	Rp 102.715.489.003
4	2017	Rp 153.661.850.955
5	2018	Rp 190,827,732,535

Sumber: Data diolah dari laporan keuangan KSN JATIM.

b. Pendapatan

Pendapatan merupakan salah satu aspek yang dimulai untuk mengetahui tentang perkembangan dalam suatu usaha tidak terkecuali di KSN JATIM. Pendapatan di KSN JATIM dari 2014-2018 selalu mengalami peningkatan. Berikut daftar peningkatan jumlah pendapatan di KSN JATIM.

Tabel, 4.2
Daftar Pendapatan di KSN JATIM
Pondok Pesantren Banyuwang

No	Tahun	Jumlah Pendapatan
1	2014	Rp 2.975.742.293
2	2015	Rp 6.647.657.337
3	2016	Rp 13.296.428.627
4	2017	Rp 19.641.244.523
5	2018	Rp 20.245.218.580

Sumber: Data diolah dari laporan keuangan KSN JATIM.

c. Keuntungan

Keuntungan merupakan salah satu kriteria untuk melihat apakah lembaga keuangan berkembang atau tidak. Tidak terkecuali di KSN JATIM. KSN JATIM merupakan salah satu lembaga keuangan yang selalu

mengalami peningkatan dalam keuntungannya. Berikut daftar keuntungan yang didapat oleh KSN JATIM setelah di kurangi biaya operasional.

Tabel, 4.3
Daftar Keuntungan KSN JATIM
Pondok Pesantren Banyuanyar

No	Tahun	Jumlah Pendapatan
1	2014	Rp 680.735.210
2	2015	Rp 1.299.789.515
3	2016	Rp 1.428.349.454
4	2017	Rp 1.967.283.453
5	2018	Rp 2,286,450,416

Sumber: Data diolah dari laporan keuangan KSN JATIM.

d. Jumlah Cabang dari tahun 2014-2018

Perkembangan koperasi bisa dilihat dari berapa banyak mereka mempunyai kantor-kantor cabang baru berikut perkembangan cabang koperasi dari tahun 2014-2018

Tabel, 4.4
Daftar Perkembangan kantor cabang KSN JATIM
Pondok Pesantren Banyuanyar

No	Tahun	Jumlah Cabang
1	2014	10
2	2015	12
3	2016	17
4	2017	19
5	2018	22

Sumber: Profil Perusahaan KSN JATIM.

Pada tahun 2014 KSN JATIM sudah mempunyai 10 kantor cabang diantaranya, Kantor Cab. Palduding, Kantor Cab. Sokobanah I, Kantor Cab. Waru, Kantor Cab. Ketapang, Kantor Cab. Sumenep, Kantor Cab. Batumarmar, Kantor Cab. Pasean, Kantor Cab. Palengaan, Kantor Cab. Pegantenan, Kantor Cab. Pamekasan Kota, pada tahun 2015 ada penambahan

kantor cabang baru yaitu ada 2 kantor cabang baru yang dibuka diantaranya, Kantor Cab. Ketapang, II Kantor Cab. Sokobanah II, penambahan kantor cabang di daerah Sampang karena melihat banyaknya permintaan dari Alumni yang ada di daerah Ketapang dan Sokobanah, pada tahun 2016 ada penambahan kantor cabang yang cukup banyak dari pada tahun sebelumnya yaitu 5 kantor cabang baru diantaranya, Kantor Cab. Karang penang, Kantor Cab. Pakong, Kantor Cab. Sampang Kota, Kantor Cab. Kadur, pada tahun 2016 ada penambahan 2 kantor baru di daerah Sampang karena pada tahun 2015 hanya membuka kantor cabang di bagian utara saja, sedangkan di tahun 2016 dibukan di bagain selatan seperti di Kecamatan Karang Penang dan Samapang Kota, di Pamekasan juga ada 2 penambahan kantor cabang baru di letakkan di daerah Kecamatan Pakong, Kadur serta 1 cabang di daerah Sumenep. Pada tahun 2017 menambahkan kantor cabang tidak sebanyak tahun 2016 tercatat hanya ada 2 penambahan kantor cabang di letakkan diluar Pulau Madura yaitu di daerah jawa tepatnya di Jember dan Bondowoso, dengan banyaknya permintaan dari Alumni yang ada diluar Pulau Madura sehingga dibuka kantor cabang di Kantor Cabang Bangsalsari Jember, dan Kantor Cabang Pujer Bondowoso, karena semakin banyak permintaan yang lakukan oleh para alumni di luar Pulau Madura maka dibuka 2 kantor cabang baru di daeraha Kalisat jember dan Besuki Situbondo.

e. Jumlah Perkembangan Anggota Tahun 2014-2018

Perkembangan koperasi bisa dilihat dari berapa banyak mereka mendapatkan anggota. Berikut perkembangan anggota koperasi dari tahun

2014-2018

Tabel, 4.5
Daftar Perkembangan Anggota KSN JATIM
Pondok Pesantren Banyuwangi

No	Tahun	Jumlah Anggota
1	2014	8.765
2	2015	1.022
3	2016	22.752
4	2017	25.754
5	2018	28.003

Sumber: Profil Perusahaan KSN JATIM.

Perkembangan KSN JATIM yang paling tinggi terjadi pada tahun 2015-2016, bisa dilihat dari pertumbuhan aset, keuntungan, pendaparan, kantor cabang, dan anggota. Terjadi pertumbuhan yang sangat signifikan ditahun tersebut karena ada pergantian Manajer Utama sehingga ada perbaikan dari segi struktur dan manajemen KSN JATIM dan ada penambahan Kantor Cabang yang sangat banyak ditahun tersebut.

7. Produk Simpanan

a. SIPOKOK (Simpanan Pokok)

Simpanan awal sebagai persyaratan menjadi anggota di KSN JATIM dengan simpanan awal Rp 50.000.

b. SIWAJIB (Simpanan Wajib)

Simpanan tertentu yang tidak harus sama yang wajib dibayar oleh anggota dalam waktu dan kesempatan tertentu minimal Rp 10.000.

c. SIMSUS (Simpanan Wajib Khusus)

Simpanan bagi anggota yang diperuntukkan untuk pengembangan

atau penguatan modal KSN JATIM dengan minimal simpanan awal Rp 5.000.000 dengan keuntungan mendapatkan bagian dari Simpanan Hasil Usaha (SHU) sesuai besaran simpanan.

d. SAHARA (Simpanan Hari Raya)

Simpanan untuk persiapan keperluan hari raya dengan akad *wadiah*. Penarikan dapat dilakukan menjelang hari raya.

e. SIBER (Simpanan Berjangka)

Simpanan dengan jangka waktu tertentu yang disepakati bersama oleh pihak penyimpan dan KSN JATIM dengan akad *mudharabah*.

f. SITUS (Simpanan *Walimatul Ursy*)

Simpanan untuk persiapan pernikahan dengan akad *wadiah*.

Penarikan dapat dilakukan kapan saja sesuai kebutuhan.

g. SIDIK (Simpanan Pendidikan)

Simpanan untuk persiapan biaya pendidikan dengan akad *wadiah*. Simpanan ini bisa dilakukan oleh orang tua siswa, siswa atau guru di sekolah.

h. SIHAJIR (Simpanan Haji dan Umrah)

Simpanan ini bisa dilakukan oleh orang tua siswa, siswa atau guru di sekolah Simpanan untuk persiapan ibadah haji dan umrah dengan akad *wadiah*. Bila saldo mencukupi akan dibantu proses pengurusan pendaftaran haji dan umrah.

i. SURBAN (Simpanan Qurban)

Simpanan untuk persiapan ibadah qurban dengan akad *wadi'ah*. Penarikan hanya bisa dilakukan menjelang hari raya qurban (berupa uang *cash*/hewan qurban).

j. SIAGA (Simpanan Rumah Tangga)

Simpanan untuk kebutuhan rumah tangga. Penarikan bisa dilakukan kapan saja sesuai kebutuhan.

k. SISUKA (Simpanan Suka Rela)

Simpanan untuk kebutuhan umum yang bisa ditarik kapan saja dan untuk apa saja dengan akad *wadi'ah*.¹¹⁰

Tabel, 4.6
Daftar Produk Simpanan KSN JATIM
Pondok Pesantren Banyuanyar 2018

No	Tahun	Jumlah
1	Simpanan Pokok Khusus	Rp 590.146.267.857
2	Simpanan Pokok	Rp 297.188.081.058
3	Simpanan Wajib	Rp 813.460.000
4	Simpanan Wadi'ah	Rp 39.372.272.711
5	Simpanan Mudharabah	Rp 823.485.348.408
6	Simpanan Berjangka	Rp 1.764.233.881.253
	JUMLAH	Rp 3.515.239.248.287

Sumber: Data diolah dari laporan keuangan KSN JATIM.

8. Produk Pembiayaan

a. Pembiayaan GEMAS (Gadai Emas Syariah)

Pembiayaan dengan akad *rahn* (gadai syariah) ini merupakan solusi tepat kebutuhan cepat yang sesuai syariah atas gadai emas

¹¹⁰ www.ksnjatim.com diakses 05 juni 2019

b. Pembiayaan PESONA (Pembelian Barang Serba Guna)

Merupakan program pembiayaan untuk pengadaan barang-barang elektronik, *furniture*, kebutuhan alat-alat rumah tangga dan lain sebagainya dengan akad *murabahah*.

c. Pembiayaan MAHA (Modal Usaha)

Adalah pembiayaan modal usaha dengan akad *musyarakah* yang diberikan kepada perorangan atau kelompok pelaku UKM dengan sistem pengembaliannya diangsur dalam jangka waktu tertentu.

d. Pembiayaan MORNI (Modal Pertanian)

Pembiayaan yang dikhususkan bagi petani untuk pemberian modal dalam sektor pertanian dengan akad *murabahah*.

e. Pembiayaan GEBYAR (Gadai BPKB Syariah)

Pembiayaan dengan akad *rahn tasjili* atas dasar gadai BPKB kendaraan bermotor tanpa menyerahkan fisik kendaraan.

f. Pembiayaan GRAFITI (Gadai Sertifikat Tanah Syariah)

Pembiayaan dengan akad *rahn tasjili* atas dasar gadai surat hak milik (SHM) atau sertifikat tanah.

g. Pembiayaan GENERASI (Gadai Kendaraan Syariah)

Pembiayaan dengan akad *rahn tasjili* dengan menggadaikan fisik kendaraan beserta BPKB dan STNK-nya;¹¹¹

¹¹¹ www.ksnjatim.com diakses 05 juni 2019

Tabel, 4.7
Daftar Produk Pembiayaan KSN JATIM
Pondok Pesantren Banyuanyar 2018

No	Tahun	Jumlah
1	Murabahah	Rp 435.616.797.840
2	Ijarah	Rp 4.252.505.580
3	Mudharabah	Rp 1.904.998.835.
4	Pinjaman qard	Rp 1.585.240.464.085
	JUMLAH	Rp 2.027.014.766.340

Sumber: Data diolah dari laporan keuangan KSN JATIM.

B. PENYAJIAN DATA

Proses lanjutan dari skripsi ini adalah menyajikan hasil data yang diperoleh selama penelitian. Setelah melakukan proses pengumpulan data di lapangan, sehingga dirasa cukup dan penelitian bisa dihentikan. Data-data yang merupakan hasil dari penelitian yang telah disesuaikan dengan alat-alat pengumpulan data, kemudian dikemukakan secara rinci sesuai dengan bukti-bukti yang diperoleh selama penelitian. Data-data yang diperoleh akan disajikan dan dianalisis sebagai berikut:

1. Strategi Pengembangan KSN JATIM Pondok Pesantren Darul Ulum Banyanyar

Strategi pengembangan yang dilakukan KSN JATIM dalam mengembangkan keperasannya antara lain yaitu : meningkatkan mutu pelayanan kepada nasabah, meningkatkan kualitas sumber daya manusia, dan meningkatkan kegiatan promosi kepada masyarakat salah satu cara dalam meningkatkan jumlah nasabah dengan menerapkan strategi

pemasaran dan sumber daya manusia yang berkualitas.

a. Strategi Pemasaran di KSN JATIM

Setiap perusahaan pada umumnya mempunyai tujuan dalam mencapai visi dan misinya, tujuan tersebut hanya dapat dicapai melalui usaha mempertahankan dan meningkatkan tingkat keuntungan/laba perusahaan. Dalam hal itu perusahaan hanya dapat mempertahankan dan meningkatkan penjualannya, melalui usaha mencari dan membina nasabah serta usaha menguasai pasar. Tujuan ini hanya dapat dicapai apabila bagian pemasaran perusahaan melakukan strategi untuk dapat menggunakan kesempatan atau peluang yang ada dalam pemasaran, sehingga posisi atau kedudukan perusahaan di pasar dapat dipertahankan dan ditingkatkan.

Kegiatan pemasaran ini tidak hanya menyangkut kegiatan jual-menjual produk saja, tetapi juga terdapat unsur lain dalam menerapkan strategi pemasaran yang dilakukan, seperti halnya merumuskan jenis produk yang diinginkan dan dibutuhkan nasabah, berapa harga yang harus dipatok yang sesuai dengan kondisi nasabahnya, bagaimana cara menyalurkan produk tersebut kepada masyarakat, bagaimana cara promosi untuk menawarkan produk tersebut dengan nasabahnya dan bagaimana caranya mengatasi kondisi persaingan yang dihadapi oleh perusahaan. Salah satu unsur strategi pemasaran adalah strategi acuan/bauran pemasaran, merupakan strategi yang telah dilakukan oleh KSN JATIM:

1) Produk

Produk merupakan salah satu variabel penting dalam kegiatan pemasaran, karena produk yang akan ditawarkan oleh koperasi terhadap anggota untuk dipergunakan sesuai dengan kebutuhan dan permintaan pasar.

Berdasarkan serangkaian hasil wawancara dengan informan peneliti. Dapat disajikan data mengenai produk pada KSN JATIM, sebagai mana dijelaskan oleh bapak Abdul Wafi selaku Manajer Utama sebagai berikut :

di Koperasi ini ada dua produk yang kita tawarkan mas, pertama itu produk simpanan dan kedua peoduk pembiayaan, produk simpanan itu masih ada turunannya mas mulai dari SIPOKOK (simpanan pokok), SIWAJIB (simpanan wajib), SIMSUS (simpanan wajib husus), SAHARA (simpanan hari raya), SIBER (simpanan hari raya), SITUS (simpanan walimatul ursy), SIDIK (simpanan pendidikan), SIHAJAR (simpanan haji dan pendidikan), SURBAN (simpanan qurban), SIAGA (simpanan rumah teangga), SISUKA (simpanan suka rela), dan kalau turuanan dari produk pembiayaan ada pembiayaan gadai emas, pembelian barang serbaguna, modal usaha, modal pertanian, gadai BPKB syariah, gadai sertifikat tanah syariah, gadai kendaraan syariah, pembelian mobil dan motor syariah, kebajikan barokah, pembelian rumah barokah.¹¹²

Selanjutnya juga diungkapkan oleh Achmad Walid sebagai

Manajer Permasaran sebagai berikut:

Kita sejauh ini memang bergerak dalam bidang jasa keuangan jadi kita mempunyai dua produk, pertama produk simpanan dan kedua produk pembiayaan mas.¹¹³

¹¹² Abdul Wafi, *wawancara*, Pamekasan, 20 Mei 2019.

¹¹³ Achmad Walid, *wawancara*, Pamekasan, 20 Mei 2019.

Selanjutnya juga diungkapkan oleh Achmad Mukhlisin sebagai Ketua Pengurus sebagai berikut:

Produk simpanan dan produk pembiayaan adalah produk utama kami mas, karena memang koperasi ini bergerak dalam bidang jasa keuangan mas, dan juga ada pembagian dari produk itu kalau produk simpanan itu ada yang kita beri nama, simpanan pokok, simpanan wajib, simpanan wajib khusus, simpanan hari raya, simpana qurban, simpanan rumah tangga, simpanan suka rela, simpanan pendidikan, simpanan berjangka, dan kalau produk pembiayaan ada beberapa produk turunan yang kita berinama antara lain, gadai emas syariah, pembelian barang serbaguna, gadai BPKB syariah, modal pertanian, modal usaha, pembelian mobil dan motor syariah, kebajikan barokah, pembelian rumah barokah, untuk saat ini produk kita itu saja mas yang kami tawarkan kepada anggota kita.¹¹⁴

Dari hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa produk di KSN JATIM ada dua yang pertama produk simpanan dan yang kedua produk pembiayaan, yang selanjutnya untuk produk simpanan diberi nama mulai dari SIPOKOK (simpanan pokok), SIWAJIB (simpanan wajib), SIMSUS (simpanan wajib husus), SAHARA (simpanan hari raya), SIBER (simpanan hari raya), SITUS (simpanan walimatul ursy), SIDIK (simpanan pendidikan), SIHAJAR (simpanan haji dan pendidikan), SURBAN (simpanan qurban), SIAGA (simpanan rumah teangga), SISUKA (simpanan suka rela), dari produk pembiayaan ada yang diberi nama sebagai berikut pembiayaan gadai emas, pembelian barang serbaguna, modal usaha, gadai BPKB syariah, gadai sertifikat tanah syariah,

¹¹⁴ Achmad Mukhlisin, *wawancara*, Pamekasan, 20 Mei 2019.

gadai kendaraan syariah, pembelian mobil dan motor syariah, kebajikan barokah, pembelian rumah barokah.

Dari produk-produk yang ditawarkan oleh KSN JATIM tidak semua dipergunakan oleh anggota ada produk yang sering digunakan oleh anggota KSN JATIM sebagaimana diungkapkan oleh Achmad Mukhlisin selaku Ketua Pengurus sebagai berikut:

Dari produk yang kita tawarkan itu ada beberapa yang paling sering digunakan oleh anggota mas, kalau produk simpana ada simpanan pokok, simpanan wajib, simpanan wajib husus, simpanan berjangka, simpanan pendidikan, simpanan haji dan umrah, simpanan rumah tangga, simpanan suka rela, kalau produk pembiayaan yang sering digunakan itu mas ada gadai mas syariah, gadai BPKB syariah, gadai sertifikat tanah syariah, pembelian mobil dan motor, itu saja mas produk-produk yang sering digunakan tapi bukan produk lain tidak digunakan tapi jarang mas.¹¹⁵

Selanjutnya juga diungkapkan oleh Achmad Walid selaku Manajer Pemasaran sebagai berikut:

Biasanya produk-produk yang sering digunakan itu kalau produk simpanan itu yang agak tinggi bagi hasilnya atau paling mudah untuk ditarik ketika ada kebutuhan mas contohnya simpanan wajib husus itu biasanya untuk modal awal ketika pembukaan cabang, ada juga simpanan wajib, simpanan pokok, simpanan berjangka ini juga banyak bagi hasilnya mas, ada juga simpanan pendidikan ini sering karena mereka banyak yang ingin mempersiapkan biaya sekolah anaknya mas ada juga simpanan rumah tangga dan simpanan suka rela, kalau pembiayaan biasanya anggota lebih memilih produk pembiayaan yang mudah dan cepat kalau koperasi itu menyalurkan pembiayaan memang harus diperhatikan potensi gagal bayar, macet, produk yang sering digunakan kalau pembiayaan itu seperti gadai emas syariah, pembelian mobil dan motor syariah, gadai kendaraan syariah, gadai BPKB syariah tapi bukan produk yang lain tidak digunakan tapi sangat jarang mengingat

¹¹⁵ Achmad Mukhlisin, *wawancara*, Pamekasan, 20 Mei 2019.

beberapa pertimbangan dari koperasi yang diatas.¹¹⁶

Selanjutnya juga diungkapkan oleh Abdul Wafi selaku

Manajer Umum sebagai berikut:

Iya benar tidak semua produk itu sering digunakan oleh anggota misalnya dari produk pembiayaan itu yang tidak sering digunakan itu ada simpanan walimatul ursy, simpanan qurban kalau produk pembiayaan yang tidak sering digunakan itu ada pembelian barang serba guna, modal usaha, modal pertanian, pemebelian rumah barokah, kalau modal usaha dan pertanian ini jarang karena reskonya besar jadi pihak koperasi sangat hati-hati kalau memberikan pembiayaan modal usaha dan modal pertanian mas.¹¹⁷

Dari hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa di KSN JATIM produk-produk yang sering digunakan oleh anggota mulai dari produk simpanan dan produk pembiayaan diantaranya adalah simpanan pokok, simpanan wajib, simpanan wajib khusus, simpanan berjangka, simpanan pendidikan, simpanan haji dan umrah, simpanan rumah tangga, simpanan suka rela, produk pembiayaan yang sering digunakan itu gadai mas syariah, gadai BPKB syariah, gadai sertifikat tanah syariah, pembelian mobil dan motor

Koperasi juga harus memperhatikan tentang *diversifikasi* produk agar produk yang ditawarkan kepada anggota itu bisa digunakan dan bisa bersaing dengan produk-produk yang lain sebagai mana yang disamakan oleh Achmad Mukhlisin mengenai *diversifikasi* produk sebagai berikut

¹¹⁶ Ahmad Walid, *wawancara*, Pamekasan, 20 Mei 2019.

¹¹⁷ Abdul Wafi, *wawancara*, Pamekasan, 20 Mei 2019.

Kita menawarkan produk-produk yang memang sudah sesuai dengan kebutuhan masyarakat yang ada disekitar koperasi mas, misalnya SIBER (simpana berjangka) itu banyak diguakan oleh masyarakat tang menjadi TKI keluar negeri mas, seperti ke malaysia atau ke arab saudi biasa mereka menyimpan uangnya kekoperasi dalam bentuk SIBER atau mereka akan menggunakan produk SIMSUS (simpanan wajib husus) karena memang mulai dari bagi hasilnya kedua simpanan tadi lebih besar dari produk simpana yang lain mas, dan mereka juga yang merantau itu kebanyakan sudah banyak kelebihan uang.¹¹⁸

Selanjutnya juga diungkapkan oleh Abdul Wafi selaku

Manajer Umum sebagai berikut:

Dalam penentuan produk koperasi ini disesuaikan dengan kebutuhan dan permintaan oleh anggota mas, misalnya kita mempunyai produk simpanan SAHARA (simpanan hari raya) sasarannya kita para ibuk-ibuk atau para penjual kaki lima dipasar mas, sehingga mereka yang mempunyai uang sedikit misalnya Rp.10.000 atau lebih bisa ditabung kekoperasi ini, dengan uangnya kita jemput baik kepasar atau kerumahnya mas sehingga anggota tidak harus kekoperasi¹¹⁹

Pernyataan pendukung disampaikan oleh Achmad Walid

selaku Manajer Pemasaran KSN JATIM sebagai berikut :

Karena memang kita sudah menyesuaikan dengan kebutuhan para anggota koperasi ini mas jadi untuk saat ini dari semua yang ingin menabung dan mengajukan pembiayaan tidak pernah ada yang kebingungan mengenai produk yang ada di Koperasi ini mas.¹²⁰

Dari hasil wawancara dapat disimpulkan mengenai *diversifikasi* produk di KSN JATIM itu memperhatikan tentang

kebutuhan dan permintaan dari anggota.

Produk yang ditawarkan oleh koperasi harus mempunyai

¹¹⁸ Achmad Mukhlisin, *wawancara*, Pamekasan, 20 Mei 2019.

¹¹⁹ Abdul Wafi, *wawancara*, Pamekasan, 21 Mei 2019.

¹²⁰ Achmad Walid, *wawancara*, Pamekasan, 21 Mei 2019.

keunggulan dari produk yang lain sehingga produk kita dapat diperhatikan, dicari, dibeli dan digunakan oleh anggota.

Sebagaimana yang diungkapkan oleh Abdul Walid selaku Manajer Utama KSN JATIM sebagai berikut:

Kita kalau mengenai keunggulan produk itu sama saja mas bedanya mungkin kita menggunakan layanan pelengkap dari produk itu misalnya kita lebih menekankan pada pelayanan mas seperti kita menggunakan aplikasi nuri, disana anggota bisa melakukan beberapa transaksi, cek saldo, dan transfer uang. Kita juga melakukan jemput bola seperti mereka yang ingin melakukan simpanan kita mengambil kerumahnya berapapun jumlah yang ingin mereka tabungkan ke koperasi mas.¹²¹

Pernyataan pendukung disampaikan oleh Achmad Mukhlisin selaku Ketua Pengurus sebagai berikut:

Kalau produk kita rasa sama saja mas tapi yang membedakan itu pelayanan yang kita berikan mas, seperti bagaimana cara karyawan menyambut para anggota, dan juga kita memberi kemudahan terhadap anggota baik yang ingin menabung atau mengajukan pembiayaan, biasanya kalau ada yang ingin mengajukan pembiayaan itu bisa melalui web resmi koperasi bisa diakses di www.ksnjatim.com jadi tidak harus ke kantor cabang atau kantor pusat.¹²²

Dari hasil wawancara dapat disimpulkan mengenai keunggulan produk, produk KSN JATIM tidak memiliki keunggulan dari para pesaing mereka tetapi mereka lebih mengutamakan tentang layanan pelengkap seperti kemudahan transaksi, penggunaan aplikasi koperasi yang bisa difungsikan untuk cek saldo, *transfer* uang dan juga mereka memperhatikan

¹²¹ Abdul Wafi, *wawancara*, Pamekasan, 21 Mei 2019.

¹²² Achmad Mukhlisin, *wawancara*, Pamekasan, 20 Mei 2019.

pelayanan yang mereka lakukan kepada anggota.

Sehingga bisa diambil benang merah produk-produk yang ditawarkan ada dua, produk simpanan dan produk pembiayaan, untuk produk yang paling banyak diminati dari simpanan yaitu simpanan berjangka karena banyak dari anggota yang menjadi PMI, sedangkan produk pembiayaan yang paling sering digunakan oleh anggota yaitu *rhan* karena produk ini yang paling aman untuk para karyawan.

2) Harga

Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayar oleh konsumen untuk mendapatkan suatu produk yang ditawarkan oleh KSN JATIM. Harga merupakan elemen bauran pemasaran yang bersifat fleksibel, dimana suatu saat harga akan stabil dalam waktu tertentu tetapi dalam seketika harga dapat juga meningkat atau menurun dan juga atau elemen yang menghasilkan pendapatan.

Dalam penentuan harga di KSN JATIM sangat memperhatikan tentang beberapa biaya yang mereka keluarkan dari biaya operasional, biaya listrik, dan biaya karyawan.

Sebagaimana yang diungkapkan bapak Achmad Mukhlisin selaku Ketua Pengurus KSN JATIM, sebagai berikut:

Dalam menentukan harga produk pembiayaan di KSN JATIM mas, ialah dari ketentuan margin dan nisbah, dimulai dari perhitungan operasional, biaya tenaga kerja, listrik kemudian liat pasar margin diluar sana, berapa rata-rata margin di koperasi lain, setelah itu dihitung jangan sampai kita rugi. Harga ujroh untuk pembiayaan yang

menggunakan akad *rhan* itu ditentukan oleh pihak koperasi dengan memperhatikan beberapa biaya yang dikeluarkan oleh koperasi sehingga koperasi ini tidak mengalami kerugian mas. untuk pembiayaan yang bersifat kerja sama seperti musyarakah atau mudarabah untuk margin itu di tentukan persentasenya sesuai kesepakatan kedua belah pihak antara koperasi dan anggota yang mengajukan pembiayaan kepada koperasi, dan apa bila terjadi kerugian dilihat penyebabnya kalau disebabkan karna kelalaian oleh anggota makan kerugiannya sepenuhnya di tanggung oleh anggota akan tetapi kalau kerugian itu karena faktor alam, cuaca dll, maka kerugian tergantung kesepakatan kedua belah pihak.¹²³

Sesuai dengan yang disampaikan oleh Ahmad Bukhori salah satu karyawan koperasi mengenai penentuan harga produk di KSN JATIM sebagai berikut,

Untuk penentuan harga produk pembiayaan kita memang memperhatikan biaya operasional yang kita keluarkan mas, misalnya biaya listrik, gaji karyawan dan sewa tempat, sehingga kita tidak mengalami kerugian mas, lama peminjaman juga kita perhatikan mas.¹²⁴

Pernyataan pendukung disamaikan oleh Abdul Wafi selaku Manajer Utama sebagai beriku:

Biaya operasional dan juga harga pesaing pasti jadi patokan masdalam penentuan harga produk yang kita tawarkan, jangan sampai kita mengalami kerugian mas.¹²⁵

Dari wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa dalam penentuan harga koperasi menghitung segala pengeluaran koperasi mulai dari biaya operasional, biaya tenaga kerja, dan biaya listrik, dan juga melihat beberapa harga yang ada di Koperasi lainnya. untuk biaya ujroh penitipan barang ditentukan oleh koperasi dan

¹²³ Ahmad Mukhlisin, *wawancara*, Pamekasan, 20 Mei 2019.

¹²⁴ Ahmad Bukhori, *wawancara*, Pamekasan, 20 Mei 2019.

¹²⁵ Ahmad Wafi, *wawancara*, Pamekasan, 21 Mei 2019.

apabila pembiayaan kerjasama seperti mudharabah dan musyarakah keuntungannya sesuai kesepakatan dan apabila ada kerugian karena faktor alam makan sesuai dengan kesepakatan kedua belah pihak.

Selain faktor-faktor penentu penetapan harga, kita harus juga mengetahui berapa harga yang ditetapkan oleh koperasi sebagaimana diungkapkan oleh Achmad Mukhlisin sebagai berikut

Untuk harga setiap produk itu berbeda-beda mas, kalau misalnya bagi hasil untuk mudharabah umum itu 25% untuk anggota untuk dan 75% koperasi kalau mudharabah berjangka itu tergantung waktunya mas kalau 3 bulan itu bagi hasilnya 40% untuk shobul mall dan 60% untuk mudharib kalau waktunya itu 6 bulan 45 % untuk anggota dan 55% untuk koperasi kalau waktunya itu 12 bulan 50% untuk anggota dan 50% untuk koperasi kalau 24 bulan itu 55% untuk anggota dan 45% untuk koperasi dan untuk produk pembiayaannya itu kalau pembiayaan pakek akad rhan itu biasanya membayar ujroh untuk penitipan barangnya mas dan besarnya itu ditentukan oleh koperasi kalau akadnya kerjasama yang mengaukan itu anggota biasanya 40% untuk koperasi dan 60% untuk yang mengelola mas, dan ketika menggunakan murabahah itu tergantung kedua belak pihak mas.¹²⁶

Sebagaimana yang diungkapkan oleh Abdul Wafi selaku

Manajer Utama KSN JATIM sebagai berikut:

Kalau bagi hasil disini itu tergantung waktu yang disepakati kalau simpanan berjangka semakin lama waktunya makan semakin besar mas bagi hasil yang diterima oleh anggota tapi kalau simpanan umum itu pembagiannya 25% untuk penabung dan 75% untuk koperasi mas, dan abila menggunakan akad murabahah itu marginnya ditentukan oleh kesepakatan kedua belak pihak mas.¹²⁷

Dari wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa dalam penentuan ujroh untuk simpanan umum sebesar 35% untuk

¹²⁶ Achmad Mukhlisin, *wawancara*, Pamekasan, 20 Mei 2019.

¹²⁷ Abdul Wafi, *wawancara*, Pamekasan, 20 Mei 2019.

anggota dan 65% untuk koperasi dan untuk simpanan berjangka besarnya mengikuti pada waktu yang disepakati kalau waktunya tiga bulan pembagiannya 40% untuk anggota dan 60% untuk koperasi, kalau enam bulan pembagiannya 45% untuk anggota dan 55% untuk koperasi, dua belas bulan pembagiannya 50% untuk anggota dan 50% untuk koperasi, dan dua puluh empat bulan pembagiannya 55% untuk anggota dan 45% untuk koperasi, untuk ujuh yang harus dibayar ketika menggunakan akad *rhan* atau itu ditentukan oleh koperasi, sedangkan ketika menggunakan akad *murabahah* untuk margin barang ditentukan melalui kesepakatan kedua belah pihak, dan ketika anggota yang mengajukan pembiayaan *mudharabah* nisbah bagi hasilnya sebesar 40% untuk koperasi dan 60% untuk anggota.

Sehingga dapat diambil pengertian bahwa dalam penentuan harga produk memperhatikan tentang biaya operasional, mulai dari gaji karyawan, biaya listrik dan memperhatikan harga pada koperasi lain sehingga kalau bagi hasil yang diberikan oleh koperasi yaitu 25% untuk anggota dan 75% untuk koperasi kalau *mudharabah* umum, kalau *mudharabah* berjangka pembagiannya tergantung waktu yang disepakati, sedangkan untuk pembiayaan *mudharabah* bagi hasilnya 40% untuk koperasi dan 60% untuk anggota.

3) Strategi Promosi

Promosi adalah aktivitas komunikasi pemasaran mengenai produk dan mempersuasi pasar sasaran untuk membelinya. Mengkomunikasikan dan mempersuasi pelanggan, upaya ini dapat dijalankan dengan berbagai bentuk peiklanan, promosi penjualan dan penjualan pribadi yang dilakukan oleh KSN JATIM. Yang terpenting dari kegiatan ini adalah bagaimana bisa mengenalkan tentang koperasi ini terhadap masyarakat.

Berdasarkan hasil wawancara dengan manajer umum dan manajer pemasaran ada beberapa cara promosi yang dilakukan oleh KSN JATIM dalam memasarkan produk pembiayaan adalah dengan cara:

a) Mulut ke-Mulut

Berdasarkan serangkaian hasil wawancara dengan informan peneliti. Dapat disajikan data-data mengenai cara promosi mengunakan metode mulut kemulut di KSN JATIM, sebagai mana dijelaskan oleh bapak Abdul Wafi selaku Manajer Utama sebagai berikut :

Alumni pondok pesantren Banyuanyar sangat membantu dalam proses promosi koperasi ini, mereka mengenalkan koperasi ini kepada keluarganya, tetang-tetangganya, kebanyakan para anggota baru yang datang itu karena mengetahui dari beberapa karyawan yang sering ada acara dengan masyarakat biasanya disitu kita mengenalkan koperasi kepada masyarakat mas.¹²⁸

Menurut hasil wawancara dengan bapak Abdul Wafi ,

¹²⁸ Abdul Wafi, *wawancara*, Pamekasan, 21 Mei 2019.

promosi yang dilakukan melalui mulut ke-mulut ini yang paling berperan adalah alumni, karena alumni yang banyak mengenalkan atau mengajak untuk kekooperasi ini. Karena kekooperasi ini tidak bisa terlepas dari pondok pesantren banyuanyar

Sebagaimana yang diungkapkan bapak Achmad Mukhlisin selaku Ketua Pengurus KSN JATIM, sebagai berikut:

Pada masa pendiriannya melibatkan pondok pesantren banyuanyar, maka dilakukan strategi dari mulut ke mulut, dari awal pendirian sampai sekarang strategi ini masih digunakan. dan kita juga mendapat dukunagan dari persatuan alumni Darul Ulum Banyuanyar (PERADABAN). Strategi yang dilakukan dari mulut ke mulut saat ini cukup efektif, namun tidak dapat diukur dan diprediksi berapa banyak yang menjadi anggota/nasabah dari hasil promosi ini.¹²⁹

Sebagaimana yang diungkapkan bapak Ahmad Bakir selaku Kadiv IT KSN JATIM, sebagai berikut:

Kita melihat kebanyakan masyarakat Madura masih banyak yang buta IT mas, sehingga kita promosi menggunakan mulut-kemulut masih sangat efektif untuk mengenalkan kekooperasi ini kepada masyarakat yang ada di Madura, salah satu contoh ketika ada karyawan yang mempunyai saudara atau tetangga yang membutuhkan pembiayaan biasanya akan langsung di bawa ke kantor kami terdekat dari rumahnya untuk mengajukan pembiayaan kepada kita.¹³⁰

Dari wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa promosi menggunakan mulut ke-mulut di Koperasi sangat

¹²⁹ Abdul Wafi, *wawancara*, Pamekasan, 20 Mei 2019.

¹³⁰ Ahmad Bakir, *wawancara*, Pamekasan, 22 Mei 2019.

signifikan terhadap pengenalan koperasi karena melihat banyak yang terlibat dalam promosi ini, seperti alumni dan PERADABAN Pondok Pesantren Darul Ulum Banyuwangi, dan juga karena banyak masyarakat yang ada di Madura pemahaman tentang IT sangat kurang sehingga alternatif promosinya menggunakan mulut ke-mulut.

b) Pembuatan Brosur dan Kalender

Berdasarkan serangkaian hasil wawancara dengan informan peneliti. Dapat disajikan data-data mengenai cara promosi menggunakan brosur dan kalender pada KSN JATIM, sebagai mana dijelaskan oleh Ahmad Walid selaku manajer pemasaran sebagai berikut :

Pembuatan brosur dilakukan untuk memperkenalkan produk-produk yang ada di KSN JATIM. Brosur yang telah dibuat diletakkan di semua kantor cabang yang dimiliki oleh KSN JATIM. Brosur tersebut disebar oleh marketing kantor cabang masing-masing. *Marketing* kantor cabang dapat menyebarkan brosur ke beberapa tempat seperti tempat pembelanjaan atau pasar, perumahan dan juga kita membuat kalender yang kita kasih kepada anggota untuk diletakkan di rumah atau toko-toko mereka mas.¹³¹

Sebagaimana yang diungkapkan bapak Ahmad Bakir sebagai Kadiv IT KSN JATIM, sebagai berikut:

Brosur-brosur kita cetak diletakkan di beberapa kantor-kantor cabang mas sehingga mereka yang datang bisa membaca tentang koperasi ini, ada juga kalender mas yang kita serahkan kepada anggota mas.¹³²
Pernyataan pendukung disampaikan oleh Achmad

¹³¹ Ahmad Walid, *wawancara*, Pamekasan, 21 Mei 2019.

¹³² Ahmad Bakir, *wawancara*, Pamekasan, 22 Mei 2019.

Mukhlisin selaku Ketua Pengurus sebagai berikut:

Kita memang ada anggaran untuk pemasaran dengan cetak brosur dan kalender mas setiap tahunnya.¹³³

Dari hasil wawancara dapat disimpulkan untuk promosi menggunakan banner dan kalender di KSN JATIM yang diletakkan di kantor-kantor cabang dan *marketing* yang menyebarkan ketempat-tempat anggota mulai dari pasar dan rumah-rumah dan untuk kalender disebarkan juga kepada rumah-rumah atau toko-toko dari anggota koperasi.

c) Banner dan umbul-umbul

Berdasarkan serangkaian hasil wawancara dengan informan peneliti. Dapat disajikan data-data mengenai cara promosi menggunakan banner pada KSN JATIM, sebagai mana dijelaskan oleh bapak Abdul Wafi selaku Manajer Utama sebagai berikut :

Kegiatan pemasaran dengan menggunakan benner sudah dilakukan di KSN JATIM. Kegiatan pemasaran dengan benner dilakukan dalam rangka memperkenalkan keberadaan KSN JATIM kepada masyarakat luas. Pembuatan banner dilakukan setiap ada momen tertentu misalnya hari raya, HUT RI, rapat RAT.¹³⁴

Pernyataan pendukung disampaikan oleh Achmad Walid

sebagai Manajer Pemasaran sebagai berikut:

Bisanya kita membuat banner untuk memperkenalkan koperasi ini mas seperti yang kita lakukan kalau hari

¹³³ Ahmad Mukhlisin, *wawancara*, Pamekasan, 20 Mei 2019.

¹³⁴ Abdul Wafi, *wawancara*, Pamekasan, 20 Mei 2019.

raya idul fitrih atau idul adha kita bisanya membuat banner ucapan selamat hari raya yang kita taruh dipersimpangan jalan raya yang dekat dengan kantor cabang di daerah itu mas, tujuannya untuk memperkenalkan koperasi ini dan kalau ada pertemuan tahunan atau pembukaan kantor cabang baru kita selain banner juga membuat umbul-umbul yang kita letakkan disepanjang jalan masuk keacara tersebut mas, sehingga ketika orang-orang lewat bisa mengetahui ada acara yang diselenggarakan oleh koperasi syarih nuri jawa timur ini.¹³⁵

Dari hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa promosi menggunakan banner dan umbul-umbul dilakukan saat ada momen-momen tertentu seperti Hari Raya, HUT RI dan RAT koperasi, untuk tempat peletakannya di jalan-jalan raya yang banyak orang melewati jalan tersebut.

d) Digital Marketing

Berdasarkan serangkaian hasil wawancara dengan informan peneliti. Dapat disajikan data-data mengenai cara promosi menggunakan digital marketing pada KSN JATIM, sebagai mana dijelaskan oleh Ahmad Bakir selaku Kadiv IT sebagai berikut :

Pemasaran dengan digital dilakukan oleh KSN JATIM. Pemasaran dengan menggunakan digital karena semakin berkembangnya zaman teknologi, sehingga pihak KSN JATIM melakukan pemasaran dengan digital. Pemasaran dengan menggunakan digital di KSN JATIM seperti *facebook*, *instagram*, dan *aplikasi NURI*.¹³⁶

¹³⁵ Ahmad Walid, *wawancara*, Pamekasan, 21 Mei 2019.

¹³⁶ Ahmad Bakir, *wawancara*, Pamekasan, 20 Mei 2019.

Penjelasan pendukung yang disampaikan oleh bapak Abdul Wafi sebagai Manajer Utama mengenai promosi menggunakan *digital marketing* yang ada di KSN JATIM sebagai berikut :

Promosi yang dilakukan melalui media elektronik seperti mengiklankan produk-produknya melalui televisi atau internet. Seperti yang dilakukan oleh KSN JATIM yaitu www.ksnjatim.com yang bisa diakses 24 jam melalui internet dimanapun dan kapanpun oleh masyarakat yang ingin mengetahui lebih dalam mengenai KSN JATIM, seperti produk-produknya, struktur organisasinya, atau nomor kontak yang dapat dihubungi.¹³⁷

KSN JATIM juga mengikuti perkembangan zaman sehingga koperasi bisa bertahan dan berkembang, salah satu cara promosi juga menggunakan aplikasi, sesuai dengan hasil wawancara dengan Ahmad Walid sebagai berikut,

Mengungkapkan penggunaan aplikasi selain sebagai promosi kita juga mempermudah berbagai kegiatan mulai dari pembayaran, mengajukan pembiayaan, dan *transfer* uang juga bisa mas.¹³⁸

Menurut hasil wawancara dengan bapak Ahmad Walid, tujuan aplikasi ini untuk mempermudah kegiatan koperasi mulai dari pembayaran, pengajuan pembiayaan, dan transfer uang.

Dari wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa melihat perkembangan IT koperasi juga melakukan promosi menggunakan media sosial seperti *Facebook*, *IG*, dan web

¹³⁷ Abdul Wafi, *wawancara*, Pamekasan, 20 Mei 2019.

¹³⁸ Ahmad Walid, *wawancara*, Pamekasan, 21 Mei 2019.

resmi koperasi yang dapat diakses 24 jam dan pembuatan aplikasi yang memudahkan bagi anggota atau nasabah untuk melakukan pembayaran, mengajukan pembiayaan dan mengirimkan uang sesama anggota.

Sehingga dapat diambil benang merah dalam strategi promosi yang digunakan oleh koperasi yaitu, periklanan, publisitas, dan penjualan pribadi.

4) Tempat

Penentuan lokasi kantor beserta sarana dan prasarana pendukung menjadi sangat penting, hal ini disebabkan agar konsumen mudah menjangkau pada setiap lokasi yang ada. Tempat mencangkup saluran distribusi yang merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi suatu perusahaan dengan menyampaikan kemudahan terhadap akses nasabah terhadap koperasi tersebut.

Berdasarkan serangkaian hasil wawancara dengan informan peneliti. Dapat disajikan data-data mengenai strategi distribusi tempat pada KSN JATIM, sebagai mana dijelaskan oleh bapak Achmad Mukhlisin selaku Ketua Pengurus sebagai berikut :

Kita dalam menentukan lokasi ada beberapa hal yang harus diperhatikan mas, mulai dari pesaing, bisanya juga tingkat keramaian, dan banyaknya alumni juga kita perhatikan, karena memang alumni juga sangat membantu keberadaan KSN JATIM untuk dikenalkan dengan masyarakat sekitarnya kantor cabang ini mas, seperti penempatan kantor pusat kita letakkan di Madura karena memang basis alumni kita juga Madura jadi lebih bisa menjangkau

terhadap anggota, tapi ada juga yang memang usulan dari tokoh alumni yang ada disekitarnya seperti yang sudah menjadi pengasuh pondok pesantren di daerah tersebut mas seperti dalam pendirian kantor cabang di Jember dan Banyuwangi disana kita meletakkan kantor cabang sesuai dengan permintaan alumni yang sudah menjadi pengasuh pondok pesantren contohnya di kantor cabang Bangsalsari itu merupakan permintaan dari pengasuh pondok pesantren Buluganding mas.¹³⁹

Penjelasan pendukung yang disampaikan oleh bapak Abdul Wafi sebagai Manajer Utama mengenai strategi tempat distribusi yang ada di KSN JATIM sebagai berikut :

Untuk pemilihan tempat itu kita biasanya melihat berapa banyak alumni yang ada disana, terus tingkat perekonomiannya seperti apa, banyaknya pesaing juga kita perhatikan, contohnya saja seperti kantor pusat yang kita letakkan di Plakpak Pamekasan Madura, ini karena memang basis alumni itu di Madura yang kedua memang dekat dengan pondok mas.¹⁴⁰

Menurut hasil wawancara dengan bapak Abdul Wafi, untuk tempat kantor cabang diletakkan di keramaian seperti pasar atau pusat kota karena banyak nasabah yang jualan dipasar atau karena pasar menjadi pusat pembelanjaan sehingga apabila ada nasabah kepasar itu sering lewat kantor cabang terdekat.

Dari hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa dalam menentukan lokasi kantor cabang koperasi ada beberapa hal yang diperhatikan seperti, jumlah pesaing, tingkat keramaian, dan banyaknya alumni yang ada disekitar lokasi.

Sehingga bisa diambil benang merahnya untuk penentuan

¹³⁹ Achmad Mukhlisin, *wawancara*, Pamekasan, 20 Mei 2019.

¹⁴⁰ Abdul Wafi, *wawancara*, Pamekasan, 20 Mei 2019.

tempat kantor KSN JATIM ini melihat tingkat keramaian, seperti pasar, perumahan, dan jumlah pesaing, banyaknya alumni di daerah tersebut karena dalam penentuan tempat KSN JATIM dengan permintaan dari alumni yang ada di daerah tersebut seperti dalam penentuan tempat di daerah Jawa itu merupakan permintaan dan usulan dari beberapa Alumni yang ada disana, seperti pendirian cabang di daerah Bangsalsari itu usulan dari Alumni pondok yang sudah mempunyai pondok buluganding sedangkan di Banyuwangi juga permintaan dari pengasuh An-Nur Banyuwangi yang merupakan salah satu Pondok Pesantren yang masih satu keluarga dengan Pondok Pesantren Banyuwangi, sehingga kita bisa menyimpulkan dalam penentuan tempat KSN JATIM lebih kepada permintaan dan usulan dari Alumni Pondok Pesantren Darul Ulum Banyuwangi.

b. Sumber Daya Manusia pada KSN JATIM.

Perusahaan apapun pasti tidak akan terlepas dari faktor sumber daya manusia. Untuk merekrut atau mencari calon tenaga kerja yang berpotensi dan sesuai standar perusahaan, dan bagaimana cara perusahaan untuk bisa meningkatkan kualitas dari sumber daya manusia yang ada di perusahaan tersebut, maka harus melihat berbagai aspek internal dan eksternal perusahaan. Proses rekrutmen dan pengembangan harus dilaksanakan dengan sebaik mungkin guna menghasilkan calon-calon karyawan terbaik yang nantinya akan

diseleksi dan ditempatkan.

1) Proses Rekrutmen Karyawan KSN JATIM

Perusahaan apapun pasti tidak akan terlepas dari faktor sumber daya manusia. Untuk merekrut atau mencari calon tenaga kerja yang berpotensi dan sesuai standar perusahaan, maka harus melihat berbagai aspek internal dan eksternal perusahaan. Proses rekrutmen harus dilaksanakan dengan sebaik mungkin guna menghasilkan calon-calon karyawan terbaik yang nantinya akan diseleksi dan ditempatkan.

Ada 3 macam pegawai di KSN JATIM yaitu pegawai tetap, kontrak, magang/*training*. KSN JATIM melakukan rekrutmen untuk meningkatkan kualitas kerja yang berkesinambungan dan sekaligus untuk meningkatkan produktifitas kerja. Selain untuk memenuhi kebutuhan penambahan karyawan, program rekrutmen juga dilakukan untuk mengisi kekosongan atau kekurangan tenaga kerja di beberapa fungsi yang telah terjadi sejak beberapa tahun terakhir.¹⁴¹

Salah satu keunggulan Koperasi yang mampu bersaing selain pengelolaan yang baik yaitu memiliki sumber daya manusia (SDM) yang berkompeten, dengan memiliki SDM yang handal diyakini mampu memberikan pelayanan yang baik bagi para nasabah. Oleh karena itu, Koperasi-koperasi syariah gencar

¹⁴¹ Abdul Wafi, *wawancara*, Pamekasan, 20 Mei 2019.

menjaring SDM yang berkompeten melalui jalur rekrutmen.

Berdasarkan serangkaian hasil wawancara dengan informan peneliti. Dapat disajikan data-data mengenai tahapan-tahapan rekrutmen karyawan di KSN JATIM, sebagaimana dijelaskan oleh bapak Achmad Mukhlisin selaku Ketua Pengurus sebagai berikut :

Untuk menjadi seorang karyawan KSN JATIM, seorang kandidat harus mengikuti rangkaian seleksi yang dilakukan pada calon karyawan koperasi ini mas. Berikut rangkaian seleksi yang kami siapkan mas diantaranya, Seleksi Administrasi/seleksi dokumentas, surat lamaran dibuat dan ditanda tangani oleh peserta, daftar riwayat hidup, Fotokopi ijazah/surat keterangan lulus, fotokopi transkrip nilai, sertifikat yang berhubungan dengan koperasi, dan pasphoto, dan juga harus menyelesaikan tahapan-tahapan yang harus dilalui oleh calon karyawan mas antara lain, a. Tes tulis tentang koperasi, b. *Inteviuw* ada juga tes kemampuan komputer. Tujuan dari tahapan ini mas, untuk mengetahui kemampuan seseorang, sehingg kita bisa menempatkan dan menyesuaikan dengan kriteria yang kita butuhkan dalam koperasi ini.¹⁴²

Menurut hasil wawancara dengan bapak Ali Achmad Mukhlisin, ada beberap rangkaian seleksi yang harus dilalui oleh calon karyawan diantaranya adalah, seleksei administrasi meliputi surat lamaran dibuat dan ditanda tangani oleh peserta, daftar riwayat hidup, fotokopi ijazah/surat keterangan lulus, fotokopi transkrip nilai, sertifikat yang berhubungan dengan koperasi, dan pasphoto. dan juga harus mengikuti tes tulis tentang koperasi, *interview*, tes bahasa Inggris, wawancara, dan tes kamampuan komputer, tujuannya agar karyawan yang diperoleh sesuai dengan

¹⁴² Achmad Mukhlisin, *wawancara*, Pamekasan, 20 Mei 2019.

kebutuhan koperasi.

Selanjutnya juga diungkapkan oleh Ali Murtadho sebagai

Manajer Operasioanal sebagai berikut:

Untuk menjadi karyawan disini kita ada dua tahapan yang harus dilalui oleh calon karyawan mas, yang pertama itu tahapan seleksi administrasi/dokumentasi, yang kedua itu seleksi tes yang diberikan oleh koperasi ini untuk calon anggota mas, biasanya administrasi itu meliputi surat lamaran pekerjaan, dan berkas-berkas seperti ijazah, sertifikat yang berhubungan, kalau tes yang diberikan oleh koperasi itu meliputi tes tulis tentang pengetahuan koperasi, interview, tes kemampuan komputer.¹⁴³

Pernyataan pendukung disampaikan oleh Achmad Walid selaku Manajer Pemasaran sebagai berikut:

Kita memang punya kriteria khusus mas dalam rekrutmen karyawan itu, mereka harus melewati beberapa tahapan yang kita berikan mas, mulai dari tahapan berkas-berkas sampai dengan tahapan tes yang kita berikan kepada calon anggota kita mas.¹⁴⁴

Dari wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa dalam proses rekrutmen ada beberapa tahapan yang harus dilalui oleh calon karyawan, seperti administrasi meliputi:

1. Lamaran pekerjaan
2. Daftar riwayat hidup
3. Fotocopi ijazah
4. Fotocopi transkrip nilai
5. Sertifikat-sertifikat yang berhubungan dengan koperasi
6. Pasphoto

¹⁴³ Ali Murtadho, *wawancara*, Pamekasan, 27 Mei 2019.

¹⁴⁴ Ahmad Walid, *wawancara*, Pamekasan, 21 Mei 2019.

Berapa tes yang dilakukan di KSN JATIM.

1. Tes tulis tentang koperasi
2. *Interview*
3. Tes kemampuan komputer

2) Metode Rekrutmen Karyawan KSN JATIM

Metode rekrutmen akan berpengaruh besar terhadap lamaran yang masuk kedalam perusahaan, metode rekrutmen calon karyawan baru menggunakan dua metode, yaitu metode terbuka dan metode tertutup. Metode rekrutmen yang dipilih oleh perusahaan dalam melakukan rekrutmen adalah seperti iklan, perusahaan pencari tenaga kerja, lembaga pendidikan, dan lain sebagainya. Perusahaan dapat memilih lebih dari satu metode tergantung situasi dan kondisi yang terjadi.

Adapun dari metode tersebut yang diterapkan oleh KSN JATIM adalah metode terbuka. Hal ini dinyatakan oleh Ahmad Mukhlisin sebagai Ketua Pengurus sebagai berikut :

Jadi kita apabila melakukan rekrutmen itu dengan metode terbuka mas, kita biasanya mengumumkan informasi mengenai rekrutmen itu media yang digunakan melalui website KSN JATIM, dan sosial media koperasi, seperti *Instagram, Facebook*, media cetak (surat kabar).¹⁴⁵

Pernyataan pendukung disampaikan oleh Abdul Wafi mengenai metode rekrutmen karyawan pada KSN JATIM sebagai berikut :

Selama ini kalau kita membutuhkan penambahan karyawan,

¹⁴⁵ Ahmad Mukhlisin, *wawancara*, Pamekasan, 20 Mei 2019.

kita melakukan metode rekrutmen memang dengan metode terbuka mas, jadi siapapun yang ingin mendaftar boleh asal sesuai dengan kriteria yang kita butuhkan mas, biasanya kita memberi informasi mengenai rekrutmen itu melalui web resmi koperasi atau media sosial yang lain mas.¹⁴⁶

Tujuan menggunakan metode terbuka agar calon karyawan yang mendaftar kepada koperasi banyak sesuai dengan yang disampaikan oleh bapak Ali Murtadho selaku Manajer Operasional sebagai berikut

Seperti saya dulu mendaftar di Koperasi ini karena melihat informasi di grup *Whatsapp* mas dan saya melihat di web resmi KSN JATIM ini, tujuan kita itu menggunakan metode terbuka supaya yang mendaftar banyak mas, sehingga kita bisa mencari yang betul-betul sesuai dengan kebutuhan kita, karena kalau pendaftarnya banyak pilihannya juga semakin banyak iya mas, karena kalau semakin banyak pilihan itu mas, kita lebih mudah untuk menentukan calon karyawan mana yang sesuai dengan kebutuhan kita di Koperasi ini.¹⁴⁷

Menurut hasil wawancara dengan bapak Ali Murtadho, tujuan menggunakan metode terbuka agar pendaftarnya banyak dan memilihnya juga semakin mudah.

Dari wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa metode yang digunakan dalam rekrutmen calon karyawan pada KSN JATIM menggunakan metode terbuka, beberapa informasi mengenai rekrutmen diumumkan di web resmi koperasi, di beberapa akun sosial media koperasi, tujuan menggunakan metode terbuka supaya pendaftar itu banyak sehingga pihak koperasi lebih mudah dalam menentukan calon karyawan mana

¹⁴⁶ Abdul Wafi, *wawancara*, Pamekasan, 21 Mei 2019.

¹⁴⁷ Ali Murtadho, *wawancara*, Pamekasan, 27 Mei 2019.

yang sesuai dengan yang dibutuhkan KSN JATIM.

3) Sumber Rekrutmen Karyawan KSN JATIM

Sumber tenaga kerja yang ada di KSN JATIM mencakup dua sumber yaitu internal dan eksternal. Sumber internal diambil jika tenaga kerja yang bersangkutan dianggap mempunyai kapasitas lebih dan pengalaman yang cukup.

Berdasarkan serangkaian hasil wawancara dengan informan peneliti dapat disajikan data-data mengenai sumber tenaga kerja pada KSN JATIM, sebagai mana dijelaskan oleh bapak Abdul Wafi selaku Manajer Utama sebagai berikut :

Sumber tenaga kerja di KSN JATIM ini ada dua sumber, internal dan eksternal, biasanya sumber internal ini dilakukan umumnya untuk pemindahan (transfer) dan promosi, pemindahan dan promosi dilakukan terhadap karyawan, yang menentukan adalah manager KSN JATIM dan kita akan melakukan yang namanya demosi dan transfer untuk mengatasi ketidak sesuaian karyawan baru pada posisinya. Dan untuk jalur eksternal ini, dan pada umumnya KSN JATIM merekrut para calon pelamar melalui jalur rekrutmen massal dan rekrutmen individu.¹⁴⁸

Selanjutnya juga diungkapkan oleh Ali Murtadho sebagai Manajer Operasional sebagai berikut:

Kalau sumber karyawan di Koperasi ini ada dua mas bisa dari internal koperasi seperti trasfer atau promosi karyawan dari kantor cabang kekantor pusat atau dari kantor cabang kekantor cabang lain dan dari jabatan taller ke manager cabang mas kalau dari ekstrenal itu biasanya kita melakukan rekrutmen para calon karyawan mas.¹⁴⁹

Pernyataan pendukung disampaikan oleh Achmad

Mukhlisin selaku Ketua Umum sebagai berikut:

¹⁴⁸ Abdul Wafi, *wawancara*, Pamekasan, 21 Mei 2019.

¹⁴⁹ Ali Murtadho, *wawancara*, Pamekasan, 27 Mei 2019.

Kita juga sering mas melakukan *trasfer* karyawan dari kantor cabang satu ke kantor cabang yang lain mas, seperti kemaren ada karyawan yang dari kantor cabang pamekasan kota kita pindah ke kantor cabang jember mas dan kalau rekrutem eksternal itu seperti kita melakukan rekrutmen kepada calon anggota baru mas.¹⁵⁰

Dari wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa sumber rekrutmen di KSN JATIM itu ada dua internah dan eksternal, internal berupa promosi dan pemindahan jabatan kalau eksternal.

4) Analisis Penempatan Karyawan pada KSN JATIM.

Prinsip penempatan yang tepat harus dilaksanakan secara konsekuen supaya karyawan dapat bekerja sesuai dengan *spesialisasinya* / keahliannya masing-masing. Dengan penempatan yang tepat, gairah kerja, mental kerja, dan prestasi kerja akan mencapai hasil yang optimal, bahkan kreativitas serta prakarsa karyawan dapat berkembang.

Berdasarkan serangkaian hasil wawancara dengan informan peneliti. Dapat disajikan data-data mengenai penempatan posisi karyawan pada KSN JATIM, sebagai mana dijelaskan oleh bapak Achmad Mukhlisin selaku Ketua Pengurus sebagai berikut :

Penempatan tidak hanya berlaku kepada pegawai baru saja mas, akan tetapi berlaku pula bagi para pegawai lama yang mengalami alih tugas dan mutasi apa bila itu dianggap perlu mas. Dibagian yang mengelola sumber daya manusia sudah tersedia juga berbagai dokumen tentang pegawai baru seperti surat lamarannya, riwayat pekerjaan, penilaian atasan atas kemampuannya melaksanakan tugas, program pendidikan dan pelatihan jabatan yang pernah ditempuh, masa kerja dan lain sebagainya dan itu data yang menjadi

¹⁵⁰ Acmad Mukhlisin, *wawancara*, Pamekasan, 20 Mei 2019.

rujukan kita untuk menempatkan mereka pada posisi yang dirasa cocok mas, kita juga memperhatikan mereka dari awal mereka magang, jadi disini apabila ada karyawan baru itu biasa magang selama sebulan untuk mempelajari beberapa hal tentang sistem yang ada di Koperasi ini, dari magang itu kita juga menyeleksi mengenai posisi mana nanti yang akan cocok dengan mereka.¹⁵¹

Menurut hasil wawancara dengan bapak Achmad Mukhlisin, penempatan karyawan itu berlaku untuk semua karyawan baik yang lama atau baru, ada beberapa hal yang diperhatikan dalam penempatan karyawan baru mulai dari curriculum vitae mereka, ada juga program magang untuk mengetahui posisi mana yang akan cocok nanti.

Selanjutnya juga diungkapkan oleh Ali Murtadho sebagai Manajer Operasional sebagai berikut:

Untuk penempatan karyawan kita melihat mulai dari latar belakang pendidikannya dan pengalaman pekerjaannya sebelumnya sehingga kita bisa melihat posisi yang cocok dengan karyawan mas.¹⁵²

Pernyataan pendukung disampaikan oleh Ahmad Buhori selaku Staff IT KSN JATIM mengenai penempatan karyawan sebagai berikut :

Iya mas saya pada penempatan awal itu ditempatkan dibagian CS disalah satu kantor cabang di jember, karena memang banyak faktor mas, mulai dari latar belakang pendidikan saya yang dari pendidikan dan hanya lulusan SMA, maka pada saat itu posisi sayang yang pas dan sesuai hanya dibagian CS mas, tetapi setelah mengikuti beberapa pelatihan saya dipromosikan ke bagian staff IT di kantor pusat KSN JATIM.¹⁵³

¹⁵¹ Ahmad Mukhlisin, *wawancara*, Pamekasan, 20 Mei 2019.

¹⁵² Ali Murtadho, *wawancara*, Pamekasan, 27 Mei 2019.

¹⁵³ Ahmad Bukhori, *wawancara*, Pamekasan, 21 Mei 2019.

Menurut hasil wawancara dengan bapak Ahmad Bukhori, pemindahan atau promosi jabatan juga dilakukan oleh KSN JATIM dengan berbagai pertimbangan dan kemampuan oleh karyawan setelah mengikuti beberapa pelatihan yang dilakukan oleh KSN JATIM.

Sehingga bisa diambil benang merahnya untuk proses rekruteman karyawan koperasi harus melewati beberapa seleksi yaitu seleksi berkas/dokumen dan juga harus melalui tahapan seleksi tes, metode yang digunakan oleh koperasi dalam rekrutmen yaitu metode terbuka agar yang mendaftar menjadi karyawan banyak, untuk sumber rekrutmennya melalui sumber internal seperti promosi, pemindahan jabatan, dan untuk sumber eksternal yaitu melakukan rekrutmen secara masal atau individu.

2. Pelatihan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia Pada KSN JATIM

Pengembangan sumber daya di KSN JATIM merupakan bagian dari manajemen *internal* koperasi. Sebagai bagian yang memberikan pengaruh besar pada Koperasi, hal ini pastinya tidak bisa dianggap sepele. Itulah sebabnya, KSN JATIM harus terus mempersiapkan generasi yang tangguh dan siap bereksplorasi dengan segala kemampuan yang di miliki. Kemampuan yang dimiliki setiap sumber daya manusia harus terus di kembangkan hingga kemampuan tersebut mampu memberikan kontribusi yang besar untuk Koperasi.

Pengembangan sumber daya manusia di KSN JATIM merupakan salah satu langkah yang ditempuh untuk mewujudkan karyawan yang mempunyai integritas dan kemampuan yang tinggi. Dengan sumber daya manusia yang bagus maka akan memberikan dampak positif, akan tetapi dalam melakukan pelatihan pihak koperasi juga memperhatikan beberapa hal mengenai persiapan pelatihan yang akan diberikan.

Berdasarkan serangkaian hasil wawancara dengan informan peneliti. Dapat disajikan data-data mengenai pelatihan dan pengembangan karyawan pada KSN JATIM, sebagai mana dijelaskan oleh bapak Abdul Wafi Selaku Manajer utama sebagai berikut :

Yang pertama-tama itu mas dalam penentuan kebijakan pengembangan karyawan melalui pendidikan dan latihan harus dipertimbangkan terlebih dahulu mas dan juga faktor-faktor yang mempengaruhi metode yang digunakan agar pelatihan dan pengembangan ini dapat memberikan manfaat yang besar bagi koperasi ini mas. Ada beberapa hal yang erat kaitannya dengan proses pengembangan karyawan yang ada di Koperasi ini mas yang selanjutnya menjadi pedoman atau dasar dalam pelaksanaan pengembangan yaitu: a. siapa yang akan mengikuti, b. siapa yang akan memberikan materi atau instruktur, c. metode yang digunakan, d. materi yang akan diberikan, e. jangka waktu yang digunakan, f. biaya yang digunakan, g. tempat pelaksanaan, sehingga pelatihannya itus bisa mengembangkan kemampuan dari karyawan kita mas.¹⁵⁴

Selanjutnya juga diungkapkan oleh Ali Murtadho sebagai Manajer Operasional sebagai berikut:

Kalau kita mendelegasikan karyawan untuk mengikuti pelatihan diluar koperasi, kita memperhatikan masalah biaya akomodasi mas, yang kedua materi yang didapatkan dari sana, pengetahuan. Akan tetapi kalau pengalaman kami mengadakan ketika pelatihan yang diselenggarakan di dalam koperasi lebih menghemat dilihat dari

¹⁵⁴ Abdul Wafi, *wawancara*, Pamekasan, 20 Mei 2019.

segi biaya sebab pelatihnya berasal dari dalam perusahaan dan fasilitas yang digunakan juga berasal dari dalam perusahaan. Peserta yang mengikuti pendidikan dan pelatihan eksternal adalah karyawan yang ditunjuk langsung oleh manajer utama atau manager operasonali sesuai dengan *job description*, jenis dan materi pendidikan dan pelatihan yang diselenggarakan. Fasilitas yang diperoleh karyawan yang mengikuti pendidikan dan pelatihan *eksternal* adalah mendapat akomodasi dan uang saku.¹⁵⁵

Pernyataan pendukung disampaikan oleh Achamd Mukhlisin selaku Ketua Pengurus KSN JATIM mengenai penempatan karyawan sebagai berikut :

Memang kita kalau ingin mengadakan pelatihan atau kita ingin mendelegasikan karyawan untuk ikut pelatihan, kita memperhatikan mulai dari biaya, siapa saja yang akan mengikuti, materi apa saja yang akan disampaikan, dan tempatnya seperti apa, tujuannya agar para karyawan selesai mengikuti pelatihan bisa mendapatkan manfaat dari pelatihan tersebut mas.¹⁵⁶

Dari wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa, dalam penentuan pelatihan memperhatikan biaya operasional, mulai dari biaya akomodasi, uang saku dan juga materi yang akan mereka terima, dan siapa yang akan mengikuti pelatihan.

KSN JATIM juga menerapkan beberapa model strategi pengembangan sumber daya manusia seperti *on the job* atau pelatihan dalam jabatan seperti yang disampaikan oleh Ahmad Muhklisin selaku Ketua Pengurus sebagai berikut:

Pelatihan dalam jabatan kalau di Koperasi ini ada dua sumber mas yang pertama dari internal koperasi dan dari eksternal koperasi, kalau dari internal koperasi biasanya pelatihannya 2 bulan atau 3 bulan sekali tergantung kepada kesesuaian jadwal, untuk materi yang kita berikan itu bermacam-macam mas, dalam pelatihan dalam jabatan biasanya kita berikan kepada karyawan sesuai

¹⁵⁵ Ali Murtadho, *wawancara*, Pamekasan, 27 Mei 2019.

¹⁵⁶ Acmad Mukhlisin, *wawancara*, Pamekasan, 20 Mei 2019.

dengan bidangnya seperti pelatihan pemasaran adalah kegiatan pendidikan dengan memberikan strategi khusus dalam memasarkan atau menjual produk di KSN JATIM yaitu produk simpanan dan produk pembiayaan. Diadakan pelatihan pemasaran ini bertujuan untuk meningkatkan jumlah anggota dan dapat memprospek masyarakat umum mas biasanya yang ngisi manajer utama, ada juga pelatihan pendidikan akuntansi mas biasanya kita berikan untuk para acounting kita mas pelatihan akuntansi biasanya memberikan suatu ilmu pengetahuan tentang pembelajaran mengenai penerapan akuntansi di dalam lembaga keuangan non-bank. Ada juga mas pelatihan tentang cara melayani anggota dengan baik mas sehingga para anggota yang hadir ke kantor itu bisa merasa nyaman di KSN JATIM pada pendidikan pelayanan ini diberikan kepada pegawai Teller atau Kasir. Tujuannya agar pegawai Teller atau Kasir tersebut. Dapat mengetahui tentang cara melayani dengan baik mas kalau pelatihan dari internal itu biasanya kita mendelegasikan para karyawan kita untuk mengikuti pelatihan diluar koperasi ini mas untuk materi yang didapat juga harus sesuai dengan jabatan mereka yang sekarang mas.¹⁵⁷

Selanjutnya juga diungkapkan oleh Ali Murtadho sebagai Manajer

Operasioanl sebagai berikut:

Kita dalam pelatihan pengembangan karyawan dalam jabatan itu bisa dari internal yang mendakan atau bisa kita delegasikan mas keluar kalau ada pelatihan, misalkan ada pelatihan dari pihak eksternal seperti contohnya SKKNI (standar kompetensi kinerja nasional indonesia) yang mengadakan itu biasanya BNSP (badan nasional srtifikasi profesi) biasanya kita mendelegasikan beberapa karyawan mas untuk mengikuti pelatihan itu dan juga sekarang mewajibkan para manajer cabang mempunyai sertifikat SKKNI itu mas, ada juga pelatihan programer sistem, kita megambil dari Dosen, dari ahli ahli misal programer kan ahli IT seperti itu, dan biasanya yang kita delegasikan itu para karyawan yang sedang dalam jabatannya mereka,¹⁵⁸

Pernyataan pendukung disampaikan oleh Abdul Wafi sebagai

Manajer Utama sebagai berikut:

Disini memang kalau pelatihan dalam jabatan itu biasanya dari pihak koperasi atau dari pihak luar koperasi yang mengadakan mas, untuk peserta yang boleh ikut pelatihan itu juga disesuaikan

¹⁵⁷ Achmad Mukhlisin, *wawancara*, Pamekasan, 20 Mei 2019.

¹⁵⁸ Ali Murtadho, *wawancara*, Pamekasan, 27 Mei 2019.

dengan materi yang akan disampaikan mas, dan sudah disesuaikan dengan jabatan mereka yang sekarang.¹⁵⁹

Dari wawancara dapat disimpulkan bahwa pelatihan dalam jabatan KSN JATIM ini untuk yang mengadakan pelatihan bisa dari internal koperasi dan dari eksternal koperasi, dan yang bisa mengikuti hanya karyawan yang jabatannya sesuai dengan materi pelatihan yang diselenggarakan.

Selain pelatihan dalam jabatan di KSN JATIM juga ada pelatihan pra jabatan atau bisa disebut magang, biasanya magang disini untuk para karyawan baru yang sudah resmi menjadi karyawan koperasi, sebagai mana dijelaskan oleh bapak Ali Murtadho selaku Manajer Operasional sebagai berikut :

Disini ada magang mas, biasanya untuk para karyawan baru yang kita tempatkan di beberapa kantor cabang, untuk waktunya itu minimal sebulan, bisa lebih tergantung tingkat pemahaman dari karyawan baru itu, untuk materi magangnya tentang pola kerja koperasi ini, mulai bagaimana menjadi teller, CS, atau marketing sekalipun.¹⁶⁰

Selanjutnya juga diungkapkan oleh Abdul Wafi sebagai Manajer Umum sebagai berikut:

Pelatihan untuk para karyawan di Koperasi ini, ada pelatihan prajabatan yang kita sebut magang mas, jadi para karyawan yang dinyatakan lulus menjadi karyawan akan melaksanakan magang selama sebulan bisa lebih, mereka akan belajar dari karyawan yang sudah lebih lama ada di Koperasi ini mas, karena penempatan untuk magang di kantor cabang yang sudah bagus, jadi mereka bisa belajar menjadi teller, CS, marketing, sehingga mereka mempunyai bekal sebelum ditempatkan pada posisi mereka nanti mas.¹⁶¹

¹⁵⁹ Abdul Wafi, *wawancara*, Pamekasan, 21 Mei 2019.

¹⁶⁰ Ali Murtadho, *wawancara*, Pamekasan, 27 Mei 2019.

¹⁶¹ Abdul Wafi, *wawancara*, Pamekasan, 21 Mei 2019.

Pernyataan pendukung disampaikan oleh Ahmad Buhori selaku staff IT KSN JATIM mengenai penempatan karyawan sebagai berikut :

Iya mas, jadi saya dulu itu waktu jadi karyawan baru disini melakukan magang selama sebulan dikantor cabang palengaan, saya itu belajar bagaimana cara operasional, cara jalankan aplikasi koperasi ini, menjadi teller, CS dan bagaimana menjadi marketing yang baik, jadi kami itu merasa terbantu mas dengan magang, karena waktu itu saya tidak memahami tentang koperasi dengan magang bisa tau mas sedikit-sedikit.¹⁶²

Dari hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa pelatihan pra-jabatan (magang) pada KSN JATIM dilakukan setelah menjadi karyawan baru, ditempatkan di beberapa kantor cabang lain yang sudah bagus, materi yang mereka terima seperti menjadi teller, CS, dan *marketing*, waktu magang mereka sebulan atau bisa lebih tergantung tingkat pemahaman yang didapatkan.

Dapat diambil benang merahnya dalam pemilihan pelatihan sumber daya manusia mempertimbangkan biaya yang dikeluarkan, materi yang akan diberikan, dan siapa yang akan memberikan materi, untuk jenis-jenis pelatihan yang ada di Koperasi, yaitu *on the job* atau pelatihan dalam jabatan, seperti pelatihan CS, teller, atau *marketing*, yang mengadakan pelatihan *on the job* bisa dari internal koperasi atau eksternal, jenis pelatihan yang kedua yaitu pra-jabatan atau magang, magang dikhususkan untuk para karyawan baru selama sebulan atau dua bulan.

3. Peran Alumni dalam Strategi Pengembangan KSN JATIM.

Peran alumni memang sangat vital dan sangat mungkin untuk

¹⁶² Ahmad Bukhori, *wawancara*, Pamekasan, 20 Mei 2019.

diajak kerjasama dalam memajukan sebuah instansi atau yang menjadi bagian dari lembaga yang pernah menampungnya. Karena mereka memiliki kedekatan emosional dengan instansi yang pernah mereka tempati. Misalnya, ada di suatu tempat si Budi mendapati dua minimarket dimana satu diantaranya merupakan milik lembaga atau pondok pesantren dimana dia dulu pernah menimba ilmu di dalamnya. Maka kemungkinan besar dia akan membeli sesuatu di minimarket milik lembaga dimana dia pernah hidup di sana.

Maka dari itu, alumni Pondok Pesantren Darul-Ulum punya peran strategis terhadap perkembangan KSN JATIM milik pondok pesantren tersebut. Peran strategis alumni pondok pesantren Darul-Ulum Banyuwangi terhadap perkembangan KSN JATIM antara lain sebagai katalisator, kontributor, dan *iron stock*. Peran alumni sebagai katalisator yang mempunyai hubungan emosional yang kuat di masyarakat sangat berarti bagi pegemangan usaha yang dimiliki pondok pesantren, antara lain: Perguruan tinggi sebagai almamater yang mempunyai alumni santri. Sinergitas keduanya dapat bersimbiosis mutualisme, karena memiliki hubungan yang sangat kuat bisa saling menguntungkan dan saling mendapatkan manfaat kebaikan.

Berdasarkan serangkaian hasil wawancara dengan informan peneliti. Dapat disajikan data-data mengenai peran alumni pada KSN JATIM, sebagai mana dijelaskan oleh Acmad Mukhlisin selaku Ketua Pengurus sebagai berikut :

Sangat berpengaruh mas, mulai dari jumlah karyawan dan jumlah anggota itu kebanyakan memang alumni Pondok Pesantren Darul Ulum Banyuayar mas, disini dari total 155 karyawan itu 147 itu adalah alumni koperasi ini alumni Pondok Pesantren Darul Ulum Banyuayar, dan hampir 75% anggota koperasi ini juga alumni Pondok Pesantren Darul Ulum Banyuayar, kita memang awalnya mendirikan koperasi untuk para alumni agar mempunyai pekerjaan mas sehingga kita lebih mengutamakan alumni dulu mas tapi semua masyarakat yang ingin bergabung baik jadi anggota atau karyawan terbuka mas kepada siapapun yang berminat.¹⁶³

Selanjutnya juga diungkapkan oleh Abdul Wafi sebagai Manajer Umum sebagai berikut,

Kalau karyawan memang disini banyak dari alumni Pondok Pesantren Darul Ulum Banyuayar mas, karena kita memang yang pertama ingin menyediakan pekerjaan untuk alumni dan kalau anggota itu kisaran 75% itu alumni mas¹⁶⁴

Menurut hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa peran alumni bisa menjadi karyawan atau anggota koperasi, total karyawan yang merupakan alumni Pondok Pesantren Darul Ulum Banyuayar sebesar 147 dari 155 karyawan.

KSN JATIM Pondok Pesantren Darul-Ulum Banyuayar selalu membutuhkan nasabah atau anggota baru. Alumni bisa saja diajak sebagai nasabah atau anggota baru. Selain itu, secara langsung maupun tidak langsung, alumni bisa diajak sebagai *sales promotion*, maka usaha milik almamater mendapat manfaat melalui *free chase promotion* yang dilakukan oleh alumni untuk mengajak calon nasabah untuk masuk di usaha simpan pinjam milik almamaternya.

Menurut hasil wawancara dengan bapak Achmad Mukhlisin ,

¹⁶³ Achmad Mukhlisin, *wawancara*, Pamekasan, 20 Mei 2019.

¹⁶⁴ Abdul Wafi, *wawancara*, Pamekasan, 20 Mei 2019.

tentang peran alumni sangat membantu untuk strategi pengembangan KSN JATIM.

Selain menjadi anggota dan karyawan peran alumni juga membantu mempromosikan koperasi kepada keluarga, tetangga dan masyarakat yang ada disekitarnya mas, contohnya seperti ini mas, misalnya ada tetangga alumni kita butuh pembiyaaan atau ingin menabungkan uangnya mereka diarahkan untuk ke KSN JATIM ini mas, karena pada prinsipnya kalau kita membantu usaha pondok kita mendapatkan barokah mas, dan juga agar bisa mengabdikan terhadap Pondok Pesantren. Sehingga dengan prinsip itu banyak alumni yang tanpa kita suruh itu mempromosikan kepada masyarakat apalagi kalau alumni yang sudah menjadi tokoh masyarakat seperti kyai, ust atau pejabat pemerintah desa biasanya itu lebih cepat mas untuk memperkenalkan koperasi ini, dan masyarakat itu lebih banyak yang yakin kalau alumni yang menjadi tokoh masyarakat itu yang memperkenalkan kepada mereka mas disamping para alumni itu sudah punya nama dimasyarakat itu mas.¹⁶⁵

Selanjutnya juga diungkapkan oleh Abdul Wafi sebagai Manajer

Umum sebagai berikut:

Peran alumni ada yang ikut mempromosikan kepada keluarga, tetangga, dan kepada masyarakat tanpa kita suruh mas, karena mereka cuma ingin mengabdikan kepada Pondok, salah satunya itu mengenalkan usaha pondok kepada keluarga, tetangga dan masyarakat mas.¹⁶⁶

Pernyataan pendukung disampaikan oleh Achmad Walid selaku

Manajer Pemasaran sebagai berikut:

Alumni tanpa kita minta, sudah mempromosikan sendiri koperasi ini mas, baik kepada tetangga, keluarnya atau masyarakat yang ada di sekitar alumni itu sendiri, kita kadang banyak yang menjadi anggota itu karena anaknya pernah mondok di Banyuwangi mas.¹⁶⁷

Menurut hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa peran alumni

¹⁶⁵ Ahmad Mukhlisin, *wawancara*, Pamekasan, 20 Mei 2019.

¹⁶⁶ Abdul Wafi, *wawancara*, Pamekasan, 21 Mei 2019.

¹⁶⁷ Ahmad Walid, *wawancara*, Pamekasan, 22 Mei 2019.

juga membantu dalam proses pemasaran koperasi kepada kerabat atau tetangga mereka, dengan mempunyai prinsip mengabdikan para alumni dengan sukarela mengenalkan KSN JATIM kepada masyarakat.

Dalam pembukaan kantor-kantor baru pada KSN JATIM selalu melibatkan alumni, para alumni mengusulkan beberapa tempat yang bisa ditempati oleh koperasi, menurut hasil wawancara dengan bapak Achmad Mukhlisin, tentang peran alumni sangat membantu untuk strategi pemilihan tempat di KSN JATIM.

Selain menjadi anggota dan ikut mempromosikan koperasi, alumni juga berpengaruh dalam penentuan tempat mas, kita kalau ingin membuka kantor cabang baru itu biasanya memang para alumni yang mengusulkan tempatnya mas.¹⁶⁸

Selanjutnya juga diungkapkan oleh Abdul Wafi sebagai Manajer Umum sebagai berikut:

Kalau kita ingin membuka kantor cabang baru itu ada usulan dari alumni mas, jadi alumni mengusulkan nanti kita kesana untuk melihat peluang usaha dari koperasi ini mas.¹⁶⁹

Sehingga dapat diambil benang merahnya peran alumni dalam pengembangan koperasi yaitu menjadi anggota, karyawan atau ikut mempromosikan produk-produk koperasi baik kepada keluarga, tetangga, dan masyarakat, selain mempromosikan alumni sangat menentukan tempat kantor cabang yang baru.

C. Pembahasan Temuan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan peneliti melalui teknik observasi, wawancara dan dokumentasi di lapangan dengan judul

¹⁶⁸ Acmad Mukhlisin, wawancara, Pamekasan, 20 Mei 2019.

¹⁶⁹ Abdul Wafi, wawancara, Pamekasan, 20 Mei 2019.

penelitian Strategi Pengembangan KSN JATIM Pondok Pesantren Darul Ulum Banyuwangi Berbasis Alumni. Hasil dari pada analisis data akan dikaji dengan teori yang ada untuk mengetahui keterkaitan keduanya guna dalam fokus masalah yang ada pada peneliti ini.

Pembahasan temuan akan disusun berdasarkan pokok indikator dan sub fokus masalah seperti pemaparan dalam penyajian data dan analisis.

1. Strategi Pengembangan KSN JATIM Pondok Pesantren Darul Ulum Banyuwangi.

Berikut ini merupakan data analisis selama melakukan penelitian di KSN JATIM.

a. Strategi Pemasaran di KSN JATIM.

1) Produk

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperkenalkan, diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi sebagai pemenuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan.¹⁷⁰ Produk yang ada di KSN JATIM ada dua yaitu produk simpanan dan produk pembiayaan.

Produk dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembeli. Selain produk utama ada beberapa atribut yang menyertai produk, seperti merek (*branding*)¹⁷¹. KSN JATIM sudah memberikan merek disetiap

¹⁷⁰ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 13 jilid 2* (PT. Gelora Aksara Pratama, 2009), 4.

¹⁷¹ Susatyo Herlambang, *Basic Marketing (Dasar-Dasar Pemasaran)* (Yogyakarta: Gosyen Publishing, 2014), 36

produknya misalnya produk simpanan ada SIPOKOK adalah Simpanan awal sebagai persyaratan menjadi anggota di KSN JATIM dengan simpanan awal Rp 50.000, SIWAJIB adalah simpanan tertentu yang tidak harus sama yang wajib dibayar oleh anggota dalam waktu dan kesempatan tertentu minimal Rp 10.000.

SIMSUS adalah Simpanan bagi anggota yang diperuntukkan untuk pengembangan atau penguatan modal KSN JATIM dengan minimal simpanan awal Rp 5.000.000 dengan keuntungan mendapatkan bagian dari Simpanan Hasil Usaha (SHU) sesuai besaran simpanan. SAHARA adalah simpanan untuk persiapan keperluan hari raya dengan akad wadiah. Penarikan dapat dilakukan menjelang hari raya, SIBER adalah simpanan dengan jangka waktu tertentu yang disepakati bersama oleh pihak penyimpan dan KSN JATIM dengan akad mudharabah. SITUS adalah simpanan untuk persiapan pernikahan dengan akad wadiah. Penarikan dapat dilakukan kapan saja sesuai kebutuhan. SIDIK adalah simpanan untuk persiapan biaya pendidikan dengan akad wadiah. SIHAJAR adalah simpanan ini bisa dilakukan oleh orang tua siswa, siswa atau guru di sekolah Simpanan untuk persiapan ibadah haji dan umrah dengan akad wadiah. Bila saldo mencukupi akan dibantu proses pengurusan pendaftaran haji dan umrah. SURBAN adalah simpanan untuk persiapan ibadah qurban dengan akad wadiah. Penarikan hanya bisa dilakukan menjelang hari raya

qurban (berupa uang *cash* / hewan qurban SIAGA adalah simpanan untuk kebutuhan rumah tangga. Penarikan bisa dilakukan kapan saja sesuai kebutuhan SISUKA adalah simpanan untuk kebutuhan umum yang bisa ditarik kapan saja dan untuk apa saja dengan akad wadiah untuk produk pembiayaan ada GEMAS merupakan pembiayaan dengan akad rahn (gadai syariah) ini merupakan solusi tepat kebutuhan cepat yang sesuai syariah atas gadai emas PESONA merupakan program pembiayaan untuk pengadaan barang-barang elektronik, furniture, kebutuhan alat-alat rumah tangga dan lain sebagainya dengan akad murabahah. MAHA adalah pembiayaan modal usaha dengan akad musyarakah yang diberikan kepada perorangan atau kelompok pelaku UKM dengan sistem pengembaliannya diangsur dalam jangka waktu tertentu MORNI adalah pembiayaan yang dikhususkan bagi petani untuk pemberian modal dalam sektor pertanian dengan akad murabahah GEBYAR merupakan pembiayaan dengan akad *rahn tasjili* atas dasar gadai BPKB kendaraan bermotor tanpa menyerahkan fisik kendaraan GRAFITI merupakan pembiayaan dengan akad rahn tasjili atas dasar gadai surat hak milik (SHM) atau sertifikat tanah. GENERASI merupakan pembiayaan dengan akad *rahn tasjili* dengan menggadaikan fisik kendaraan beserta BPKB dan STNK-nya, dari semua produk yang ada di KSN JATIM tidak semua dipergunakan oleh anggota, artinya

hanya beberapa saja yang sering digunakan.

Selain merek perusahaan harus memperhatikan tentang layanan pelengkap yang harus diberikan oleh perusahaan untuk para pelanggan, agar produk yang ditawarkan dapat bisa dibeli, atau dipergunakan, layanan pelengkap ini dapat diklasifikasikan dalam bentuk informasi mengenai jadwal penyampaian produk/jasa, harga, intruksi, mengenai cara penggunaan produk, pemberitahuan adanya perubahan dan konsultasi pemberian saran, *auditing*, dan konsultasi manajemen/teknis.¹⁷² KSN JATIM memberikan layanan pelengkap berupa aplikasi NURI yang bisa digunakan untuk beberapa transaksi dan web resmi koperasi yang juga bisa diakses selama 24 jam yang berisi mengenai informasi produk, perubahan layanan, dan cara mengajukan pembiayaan atau menjadi anggota tetapi KSN JATIM tidak terlalu memperhatikan tentang kualitas dan mutu dari produk mereka, karena pihak koperasi menganggap produk dalam koperasi yang bergerak dalam usaha simpan pinjam itu sama saja, artinya kualitas produk itu tidak ada, dan lebih memperhatikan tentang layanan pelengkap yang mereka berikan kepada anggota dengan tujuan memberikan kemudahan dalam informasi mengenai produk dan cara pengajuan pembiayaan terhadap koperasi karena dengan layanan pelengkap sangat membantu kepada anggota. Berbeda dengan hasil penelitian

¹⁷² Fendi Tjiptono, “*Strategi Pemasaran*”, (Yogyakarta: Andi, 2013), 3.

yang dilakukan oleh Miftahul Jannah, dengan judul skripsi Strategi Pemasaran Koperasi BMT-UGT Sidogiri Cabang Binuang, yang hasilnya BMT-UGT Sidogiri dalam penentuan produk, mereka memperhatikan tentang kualitas dan mutu produk yang ada di BMT-UGT Sidogiri sehingga produk tersebut dapat digunakan dan dicari oleh anggota.

Akan tetapi pihak KSN JATIM juga harus memperhatikan tentang produk yang mereka tawarkan karena dari beberapa produk yang ada tidak semuanya dipergunakan oleh anggota, sehingga inovasi produk yang ditawarkan perlu diperhatikan oleh pihak koperasi.

2) Harga

Harga adalah suatu nilai tukar yang dapat disamakan dengan uang atau barang lain untuk memanfaatkan yang diperoleh dari suatu produk atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu.¹⁷³ Setiap produk yang ada di Koperasi baik produk simpanan atau pembiayaan sudah ada harganya, tujuan dalam penetapan harga dalam koperasi bertujuan memudahkan untuk para anggota memilih produk mana yang sesuai dengan keinginannya. Perusahaan menetapkan suatu harga dengan melakukan pendekatan penetapan harga secara umum yang meliputi satu atau lebih diantaranya *Cost-Based Pricing*

¹⁷³ Nuru Huda dkk, *Pemasaran Syariah Teori dan Aplikasi* (Depok: Kencana, 2017), 129.

(penetapan harga berdasarkan biaya), *Competition-Based Pricing* (penetapan harga berdasarkan pesaing)¹⁷⁴. Dalam penentuan harga di KSN JATIM menggunakan pendekatan *competition-based pricing* atau yang kita kenal dengan metode penetapan harga berdasarkan pesaing, jadi pihak koperasi melakukan pengamatan dan penelitian mengenai harga para pesaingnya didekat mereka berada, selain pengamat harga pesaing KSN JATIM menggunakan *cost-based pricing* atau yang kita kenal dengan metode penentuan harga produk dengan memperhatikan beberapa biaya diantaranya beban operasional, biaya tenaga kerja, biaya listrik. Sehingga koperasi tidak mengalami kerugian karena sudah menentukan harga sesuai dengan beban yang mereka keluarkan, ini sesuai dengan penelitian dari Miftahul Jannah, dengan judul skripsi Strategi Pemasaran Koperasi BMT-UGT Sidogiri Cabang Binuang, yang hasilnya BMT-UGT Sidogiri dalam menetapkan harga melalui dua pendekatan yaitu melihat dari harga pesaing dan beban operasional yang mereka keluarkan, tetapi berbeda dengan hasil penelitian dari Desta Merta Neta dengan judul skripsi Analisa Strategi Pemasaran Produk BMT Sepakat Sejahter Bersama Cabang Sukarame Bandar Lampung dalam meningkatkan keunggulan kompetitif dalam prespektif Ekonomi Islam, menghasilkan dalam menetapkan harga pihak BMT melihat dalam

¹⁷⁴ Susatyo Herlambang, *Basic Marketing*, 48-49

kemampuan dari para anggota.

3) Lokasi

Penentuan lokasi kantor beserta sarana dan prasarana pendukung menjadi sangat penting, hal ini disebabkan agar nasabah mudah menjangkau setiap lokasi bank yang ada.

Demikian pula sarana dan prasarana harus memberikan rasa nyaman dan aman kepada seluruh nasabahnya. Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam pemilihan dan penentuan lokasi suatu Bank dengan pertimbangan yaitu, dekat dengan industri atau pabrik, dekat dengan lokasi perkantoran, dekat dengan lokasi pasar, dekat dengan lokasi perumahan atau masyarakat, Mempertimbangkan jumlah pesaing yang ada disuatu lokasi.¹⁷⁵ Dalam penentuan lokasi

pihak KSN JATIM memperhatikan jumlah beberapa aspek seperti banyaknya pesaing karena jumlah pesaing juga mempengaruhi koperasi kedepannya, serta tingkat keramaian yang ada disekitarnya, seperti pasar, atau pusat-pusat pembelian yang lain dengan memperhatikan tingkat keramaian koperasi bisa mengambil keuntungan dari kondisi itu, karena kalau seperti pasar dan pusat pembelian sudah menjadi pusat orang-orang melakukan transaksi, kondisi ini yang akan menguntungkan kepada koperasi karena akan mudah diketahui keberadaanya oleh masyarakat, serta banyaknya alumni di daerah tersebut juga

¹⁷⁵ Kasmir, "*Manajemen Perbankan*", (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014), 167

diperhatikan, karena koperasi ini merupakan usaha Pondok Pesantren maka Alumni juga penting mengingat alumni merupakan SDM utama yang ada di KSN JATIM, seperti lokasi kantor pusat diletakkan di Desa Plakpak Pemekasan, dalam penentuan tempat di daerah Jawa itu merupakan permintaan dan usulan dari beberapa Alumni yang ada disana, seperti pendirian cabang di daerah Bangsalsari itu usulan dari Alumni pondok yang sudah mempunyai pondok Bulugading, sedangkan di Banyuwangi juga permintaan dari pengasuh An-Nur Banyuwangi yang merupakan salah satu Pondok Pesantren yang masih satu keluarga dengan Pondok Pesantren Banyuwangi, sehingga kita bisa menyimpulkan dalam penentuan tempat KSN JATIM lebih kepada permintaan dan usulan dari alumni Pondok Pesantren Darul Ulum Banyuwangi. Berbeda dengan teori Kasmir tentang penentuan tempat harus memperhatikan seperti dekat dengan industri atau pabrik, dekat dengan lokasi perkantoran, dekat dengan lokasi pasar, dekat dengan lokasi perumahan atau masyarakat, Mempertimbangkan jumlah pesaing yang ada disuatu lokasi. KSN JATIM lebih memperhatikan tentang jumlah alumni yang ada disekitar lokasi karena dalam penentuan lokasi KSN JATIM melalui usulan dan permintaan dari para alumni yang ada disekitar lokasi tersebut. Hal ini juga berbeda dengan dengan hasil penelitian dari Miftahul Jannah, dengan judul skripsi Strategi

Pemasaran Koperasi BMT-UGT Sidogiri Cabang Binuang, yang hasilnya BMT-UGT Sidogiri dalam menetapkan lokasi hanya memperhatikan tingkat keramaian yang ada disekitar lokasi tersebut, contohnya mereka hanya meletakkan kantor cabang di pasar-pasar.

3) Promosi

Promosi adalah suatu komunikasi dari penjual dan pembeli, bertujuan mengubah sikap dan tingkah laku dari pembeli, yang tadinya tidak mengenal. terdapat tiga macam alat atau sarana promosi yang dapat digunakan oleh setiap Bank khususnya BMT dalam mempromosikan baik produk maupun jasanya yaitu, periklanan (*advertising*), publisitas (*publicity*), penjualan pribadi (*personal selling*)¹⁷⁶. Sesuai dengan cara KSN JATIM melakukan promosi menggunakan,

a. Mulut-kemulut,

promosi menggunakan mulut-kemulut di Koperasi sangat signifikan terhadap pengenalan koperasi, karena melihat banyak yang terlibat dalam promosi ini, seperti Alumni yang bergabung dalam Persatuan Alumni Darul Ulum Banyuwanyar (PERADABAN), dan juga karena banyak masyarakat yang ada di Madura pemahaman tentang IT sangat kurang sehingga alternatif promosinya menggunakan mulut kemulut, promosi

¹⁷⁶ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, 247.

yang sama digunakan oleh BMT-UGT Sidogiri yang di tulis oleh Miftahul Jannah, dengan judul skripsi Strategi Pemasaran Koperasi BMT-UGT Sidogiri Cabang Binuang, yang hasilnya BMT-UGT Sidogiri tetapi berbeda dalam pendekatannya, kalau KSN JATIM banyak yang terlibat seperti Alumni Pondok Pesantren Darul Ulum Banyuanya, jadi tidak hanya para karyawan yang mempromosikan kepada masyarakat dan kalau pada BMT-UGT hanya para karyawan saja yang melakukan promosi dengan cara penjualan pribadi.

Dampak positif menurut penulis yang dihasilkan dari penjual pribadi terbagunnya rasa kekeluargaan yang erat diantara karyawan koperasi dan calon anggota. Juga kepercayaan yang tinggi kepada koperasi, sehingga dapat menguntungkan koperasi, ketika anggota sudah merasa nyaman dan puas dengan koperasi maka anggota tadi, secara tidak langsung akan menawarkan produk yang ada dikoperasi tersebut kepada anggota keluarganya, teman-temannya dan juga kepada masyarakat yang ada di sekitarnya, terlebih KSN JATIM sudah mempunyai kekuatan Alumni Pondok Pesantren Darul Ulum Banyuanyar yang sudah melakukan promosi dengan mulut-kemulut tanpa ada perintah dari koperasi.

b. Pembuatan brosur dan kalender.

Promosi menggunakan brosur dan kalender di KSN

JATIM yang diletakkan dikantor-kantor cabang dengan tujuan agar anggota yang hadir baik dalam mengajukan pembiayaan dan ingin menabung, bisa membaca brosur yang ada di kantor-kantor cabang dan juga tugas *marketing* yang menyebarkan ketempat-tempat anggota mulai dari pasar dan rumah-rumah dan untuk kalender disebarkan juga kepada rumah-rumah atau toko-toko di sekitar kantor cabang tersebut dengan tujuan masyarakat bisa mengetahui keberadaan dan produk-produk yang ditawarkan oleh koperasi, sama dengan yang dilakukan oleh *KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Juwana* dalam skripsi yang ditulis oleh Puspita Indah judul skripsi Analisis Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Akad Wadiah Yad Dhamanah Pada KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Juwana, yang melakukan promosi dengan menggunakan media cetak berupa brosur yang dicetak oleh kantor pusat dan disebarkan kepada kantor-kantor cabang.

Promosi menggunakan brosur dan kalender akan berdampak positif terhadap koperasi karena ketika menggunakan kalender dengan cara diletakkan di rumah-rumah anggota, secara tidak langsung bisa mengenalkan koperasi kepada saudara-saudaranya, dan salah satu kelebihan dalam promosi menggunakan kalender yaitu tahan lama, mengingat masa pakai kalender selama setahun. Tetapi juga ada

kekurangan promosi menggunakan kalender adalah biaya yang cukup besar yang dikeluarkan oleh koperasi untuk mencetak kalender tersebut.

c. Pembuatan banner dan umbul-umbul,

Promosi menggunakan banner dan umbul-umbul dilakukan saat ada momen-momen tertentu seperti Hari Raya, HUT RI dan RAT koperasi, untuk tempat peletakannya di jalan raya yang banyak orang melewati jalan tersebut.

d. *Digital marketing.*

Melihat perkembangan IT koperasi juga melakukan promosi menggunakan media sosial seperti *Facebook*, *IG*, dan Web resmi koperasi yang dapat diakses 24 jam dan pembuatan aplikasi yang memudahkan bagi anggota atau nasabah untuk melakukan pembayaran, mengajukan pembiayaan dan mengirimkan uang sesama anggota, berbeda dengan yang dilakukan oleh Bmt Al Ihsan Binaul Ummah Metro Lampung dalam skripsi yang ditulis oleh Apri Alpriansyah, dengan judul Analisis Strategi Pemasaran Produk Simpanan Haji Dan Umroh Pada Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (Studi Pada Bmt Al Ihsan Binaul Ummah Metro Lampung) yang hanya fokus melakukan metode promosi dengan *dour to dour*.

Ada beberapa kelebihan dalam penggunaan *digital*

marketing dalam metode promosi sebuah koperasi, kelebihan tersebut diantaranya biaya yang dikeluarkan akan lebih murah dari pada mencetak banner, kalender dan umbul-umbul, penggunaan *digital marketing* selain menghemat biaya juga dapat menghemat waktu karena kita tidak harus pergi kerumah-rumah seperti metode penjualan pribadi, akan tetapi penggunaan *digital marketing* juga ada kelemahannya karena mengingat tidak semua orang faham tentang IT, terutama karena KSN JATIM juga basisnya di Madura yang masyarakatnya masih banyak yang tidak faham IT.

b. Sumber Daya Manusia KSN JATIM.

1) Proses Rekrutmen Karyawan KSN JATIM.

Proses rekrutmen di KSN JATIM ada beberapa tahapan yang harus dilalui oleh calon karyawan, seperti administrasi meliputi, lamaran pekerjaan, daftar riwayat hidup, fotocopi ijazah, fotocopi transkrip nilai, sertifikat-sertifikat yang berhubungan dengan koperasi, pasphoto setelah para calon anggota melewati syarat-syarat administrasi dan dinyatakan lulus maka calon anggota akan melakukan tes kemampuannya seperti tes yang dilakukan di KSN JATIM yaitu tes tulis tentang koperasi koperasi akan melihat seberapa besar kemampuan yang dimiliki oleh calon anggota tentang koperasi setelah melakukan tes tulis maka calon anggota masuk ketahapan selanjutnya yaitu tes kemampuan komputer dengan

beberapa soal seperti cara membuat surat menyurat dan cara mengaplikasikan komputer dan calon anggota akan mengikuti serangkaian tes yang terakhir yaitu *interview* tujuan dari *interview* untuk mengetahui lebih mendalam tentang calon karyawan dengan melihat kepribadiannya dan kemampuan yang dimiliki, dengan harapan calon anggota yang diterima sesuai dengan yang dibutuhkan oleh koperasi. Hal ini berbeda dengan yang dilakukan oleh BMT Permata Jatim dalam Skripsi yang ditulis oleh Intan Prawesti dengan judul Analisis Sistem Rekrutmen, Penempatan, dan Pelatihan Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan Bmt Permata Jatim menyatakan bahwa dalam proses seleksi karyawan pada BMT Permata Jatim tidak melakukan seleksi tertulis jadi ketika calon karyawan tadi sudah memenuhi syarat dalam administrasi langsung masuk ketahap selanjutnya yaitu *interview* pihak BMT akan melihat kualitas karakter diri di dalam calon karyawan tersebut, pada saat *interview* berlangsung pihak perusahaan akan memberikan tes-tes lain seperti baca Al-quran terhadap calon karyawan, berbeda dengan yang dilakukan oleh BMT Alfa Dinar Kantor Pusat Karanganyar yang ditulis oleh Nika Rizki Amalia dengan judul Skripsi Analisis Proses Rekrutmen dan Seleksi Karyawan pada BMT Alfa Dinar Kantor Pusat Karanganyar selain mengikuti seleksi administrasi, tes tulis dan juga *interview* para calon karyawan yang dinyatakan lulus dengan tiga tahapan tersebut, pihak BMT akan melakukan

survei jadi pihak Alfa Dinar akan mensurvei calon karyawan yang telah dinyatakan lolos tes wawancara untuk mengetahui kepribadian karyawan tersebut dengan cara bertanya kepada tetangga di sekitar rumahnya ataupun teman-temannya, sehingga pihak BMT betul-betul faham dengan karakter karyawan yang akan mereka terima, tahapan ini yang tidak dilakukan oleh pihak KSN JATIM mereka hanya mempunyai tiga tahapan yaitu tes tulis, tes kemampuan komputer dan *interview*.

2) Sumber Rekrutmen Karyawan

Calon tenaga kerja yang akan direkrut dapat diambil dari internal organisasi maupun eksternal organisasi.¹⁷⁷ Beberapa alternatif perekrutan dengan sumber internal organisasi yaitu, promosi, transfer/rotasi, kelompok pekerja sementara / kontrak kerja, dan kalau sumber rekrutmen dari eksternal perusahaan yaitu, lembaga pendidikan, teman/anggota keluarga, agen-agen pekerja, rekrutmen dengan advenatsi.¹⁷⁸ Sumber rekrutmen pada KSN JATIM ada dua yaitu, sumber internal dan sumber dari eksternal, untuk sumber internal koperasi meliputi, promosi jabatan dilakukan oleh KSN JATIM bertujuan untuk para karyawan yang dirasa mampu dan sudah bekerja keras selama menjadi karyawan koperasi seperti dari *marketing* dipromosikan menjadi Manajer Cabang, pemindahan/transfer karyawan itu dilakukan ketika ada ketidak

¹⁷⁷ Masram, Mu'ah, *Manajemen Sumber Daya Manusia Profesional* (Sidoarjo: Zifatama Publisher, 2017), 24

¹⁷⁸ Ibid, 25

sesuaian jabatan yang ditempati oleh karyawan, mengingat koperasi ini juga bersifat kekeluargaan dan tujuan dari rotasi ini mencari kemampuan dari karyawan, dan juga ada kelompok pekerja sementara / kontrak kerja ini bertujuan untuk melihat kemampuan dan sikap dari para calon karyawan tetap dikoperasi biasanya kontrak kerja di KSN JATIM selama setahun, kalau dalam waktu itu memenuhi kriteria yang ada, maka diangkat menjadi karyawan tetap koperasi, ini juga berbeda dengan yang dilakukan oleh BMT Permata Jatim yang ditulis oleh Intan Prawesti dengan judul skripsi Analisis Sistem Rekrutmen, Penempatan, dan Pelatihan Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan Bmt Permata Jatim, yang menetapkan bahwa waktu mangang bagi karyawan baru hanya tiga bulan setelah itu diangkat menjadi anggota tetap BMT Permata Jatim. Untuk sumber eksternal, koperasi melakukan rekrutmen secara massal atau secara individu biasanya dilakukan ketika ada kekurangan karyawan karena berhenti atau diberhentikan oleh koperasi, sedangkan pihak KSN JATIM tidak bekerjasama dengan lembaga lain, baik lembaga penyedia jasa tenaga kerja atau lembaga pendidikan, untuk sumber rekrutmen karyawan melalui jalur *eksternal*, KSN JATIM hanya mereka sendiri yang menjaring para karyawan yang dibutuhkan, berbeda dengan yang dilakukan oleh KJKS Damar Semarang dalam skripsi yang ditulis oleh Masriah yang berjudul Analisis Pelaksanaan Rekrutmen, Seleksi dan Penempatan Tenaga Kerja dalam Perspektif Ekonomi Islam di KJKS Damar Semarang,

mereka melakukan rekrutmen dengan cara bekerjasama dengan lembaga-lembaga lain seperti, lembaga pencari pekerja, lembaga pendidikan.

3) Metode Rekrutmen Karyawan KSN JATIM.

Metode rekrutmen akan berpengaruh besar terhadap banyaknya lamaran yang masuk ke dalam lembaga. Metode rekrutmen calon karyawan baru ada dua yaitu metode rekrutmen secara terbuka dan metode rekrutmen secara tertutup¹⁷⁹. Untuk mendapatkan para karyawan yang dibutuhkan oleh KSN JATIM yaitu menggunakan metode terbuka, dan tidak menggunakan metode tertutup, beberapa informasi mengenai rekrutmen diumumkan di web resmi koperasi, dan di akun sosial media koperasi, tujuan menggunakan metode terbuka supaya pendaftar itu banyak sehingga pihak koperasi lebih mudah dalam menentukan calon karyawan yang sesuai dengan yang dibutuhkan KSN JATIM. Berbeda dengan yang dilakukan oleh KJKS Damar Semarang dalam skripsi yang ditulis oleh Masriah yang berjudul Analisis Pelaksanaan Rekrutmen, Seleksi dan Penempatan Tenaga Kerja dalam Perspektif Ekonomi Islam di KJKS Damar Semarang, mereka dalam metode rekrutmen karyawan menggunakan dua metode yaitu metode tertutup dan metode terbuka. Metode tertutup dilakukan dengan cara rekrutmen

¹⁷⁹ Malayu S.P. Hasibuan, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009), 44.

hanya diinformasikan kepada para karyawan atau orang-orang tertentu yang masih ada hubungannya dengan lembaga saja. Sedangkan metode terbuka dilakukan dengan cara menginformasikan secara luas dengan memasang iklan pada media cetak supaya tersebar luas ke masyarakat.

Koperasi ketika menentukan metode rekrutmen yang mereka gunakan akan berpengaruh terhadap surat lamaran yang masuk, ketika koperasi menggunakan metode tertutup nantinya akan sedikit surat lamaran yang masuk dan akan membatasi kepada koperasi untuk memilih para calon karyawan yang sesuai dengan yang dibutuhkan, tetapi ada keunggulan dari metode tertutup yaitu lebih cepat menemukan karyawan yang diinginkan oleh koperasi karena dalam metode tertutup yang diajak orang-orang terdekat seperti saudara, keluarga dan temannya, yang sudah kita ketahui kemampuannya, sedangkan ketika koperasi menggunakan metode terbuka nanti akan banyak surat lamaran yang akan masuk sehingga mempermudah pihak koperasi mencari karyawan yang sesuai dengan kebutuhan koperasi dan akan membutuhkan waktu yang lama dalam proses seleksi.

4) Analisis Penempatan Karyawan KSN JATIM

Penempatan karyawan KSN JATIM dilakukan pada semua karyawan baik yang lama atau yang baru, dalam penempatan posisi pihak koperasi memperhatikan banyak hal mulai dari curriculum

vitae mereka dan dari hasil magang yang dilakukan, dan juga pihak koperasi memperhatikan kemampuan dan pelatihan apa saja yang sudah mereka ikuti, berbeda dengan yang dilakukan oleh KJKS Damar Semarang dalam skripsi yang ditulis oleh Masriah yang berjudul Analisis Pelaksanaan Rekrutmen, Seleksi dan Penempatan Tenaga Kerja dalam Perspektif Ekonomi Islam di KJKS Damar Semarang, mereka menemukat karyawan selain melihat dari kemampuannya mereka juga menyesuaikan dengan latar belakang pendidikan misalnya bagi pelamar yang berasal dari lulusan SMA akan ditempatkan di bagian *marketing* dan *office boy*, pelamar yang berasal dari lulusan D3 dan S1 ditempatkan di bagian teller maupun bagian lain yang sesuai dengan kemampuan pelamar.

2. Pelatihan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia Pada KSN JATIM.

Melaksanakan program pelatihan dan pengembangan pada prinsipnya melaksanakan proses belajar mengajar, artinya ada pelatih yang mengajarkan suatu mata ajaran. Oleh karena itu tepat tidaknya suatu teknik mengajar tergantung pada pertimbangan yang ingin ditonjolkan, seperti penghematan dalam pembiayaan, materi dan fasilitas yang tersedia, kemampuan peserta, kemampuan pelatih dan prinsip belajar yang digunakan.¹⁸⁰ Dalam penentuan pelatihan memperhatikan biaya operasional, mulai dari biaya akomodasi, uang saku dan juga materi yang

¹⁸⁰ Priyono dan Marnis, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Sidoarjo, Zifatama Publisher, 2008), 53

akan mereka terima, serta siapa yang akan mengikuti pelatihan.

Ada beberapa metode yang dapat digunakan dalam pelaksanaan program pelatihan dan pengembangan yaitu, *on the job*, (pelatihan dalam jabatan), *apprenticeship* (magang).¹⁸¹ pelatihan dalam jabatan KSN JATIM ini untuk yang mengadakan latihan bisa dari internal koperasi dan dari eksternal koperasi, dan yang bisa mengikuti hanya karyawan yang jabatannya sesuai dengan materi pelatihan yang diselenggarakan dan untuk materi yang mereka dapatkan juga sesuai dengan jabatan, seperti pelatihan teller, CS, atau *marketing*, untuk pelatihan yang kedua yang ada di Koperasi yaitu, pelatihan *apprenticeship* (magang) pada KSN JATIM dilakukan setelah menjadi karyawan baru, ditempatkan di beberapa kantor cabang lain yang sudah bagus materi yang mereka terima seperti menjadi teller, CS, dan *marketing*, waktu magang mereka sebulan atau bisa lebih tergantung tingkat pemahaman yang didapatkan hanya saja ada perbedaan dengan yang diterapkan dalam pelatihan oleh Bank BRI Syariah Kantor Cabang Jember yang ditulis oleh Alfi Faizah Widad “Strategi Pengembangan Profesionalitas Sumber Daya Insani di Bank BRI Syariah Kantor Cabang Jember, mereka melakukan pelatihan menggunakan media *online* tidak fokus ke pelatihan dengan metode tatap muka.

Pelatihan dalam pengembangan di suatu perusahaan memang harus diperhatikan tentang biaya, materi dan siapa yang akan mengisi materi tersebut sehingga pelatihan yang dilakukan tidak sia-sia, perlu juga

¹⁸¹ Ibid, 53-55

diperhatikan media yang digunakan oleh perusahaan tersebut, seperti di KSN JATIM yang belum menggunakan media *onlien* untuk pelatihannya, mengingat cabang-cabang KSN JATIM sudah ada diluar Pulau Madura seperti di Jember, Bondowoso, Situbondo dan Banyuwangi, sehingga biaya yang dikeluarkan untul pelatihan juga banyak, karean jarak tempuh yang jauh dan juga bisa menyita waktu yang panjang.

3. Strategi Pengembangan Usaha Dalam Perspektif Islam

Nabi Muhammad SAW telah memberikan contoh kepada umatnya mengenai bisnis syariah. Sebelum memulai bisnis, pebisnis harus menyusun, menetapkan dan melaksanakan strategi bisnisnya terlebih dahulu. Strategi bisnis tersebut meliputi lima sikap utama yaitu jujur, ikhlas, profesional, silaturahmi, niat suci dan ibadah, dan menunaikan zakat, infak, dan shadaqoh.¹⁸² KSN JATIM membangun usahanya dengan menggunakan pendekatan kekeluargaan melalui alumni yang sudah menyebar diseluruh bagian jawa timur khususnya Madura, dan juga koperasi profesional dalam menentukan kebijakan mulai dari pemasaran dan merekrut karyawan yang dibutuhkan.

4. Peran Alumni dalam Strategi pengembangan KSN JATIM.

Dalam sebuah instansi, terutama pendidikan seperti sekolah, pondok pesantren maupun perguruan tinggi, alumni memiliki peran penting. Dimana seorang alumnus pernah menimba pengalaman dan pengetahuan di dalamnya. Peran alumni tersebut nanti tak hanya di satu

¹⁸² Ma'ruf Abdullah, *Wirausaha Berbasis Syari'ah* (Banjarmasin: Penerbit Antasari Perss, 2011), 40.

bidang saja, tapi bisa di berbagai bidang yang dimiliki oleh sebuah instansi, baik lembaga pendidikan, pondok pesantren atau apapun, dimana alumni tersebut pernah hidup di sana.

Peran alumni memang sangat vital dan sangat mungkin untuk diajak kerjasama dalam memajukan sebuah instansi atau yang menjadi bagian dari lembaga yang pernah menampungnya. Karena mereka memiliki kedekatan emosional dengan instansi yang pernah mereka tempati. Misalnya, ada di suatu tempat si Budi mendapati dua minimarket dimana satu diantaranya merupakan milik lembaga atau pondok pesantren dimana dia dulu pernah menimba ilmu di dalamnya. Maka kemungkinan besar dia akan membeli sesuatu di minimarket milik lembaga dimana dia pernah hidup di sana.

Maka dari itu, alumni Pondok Pesantren Darul-Ulum punya peran strategis terhadap perkembangan KSN JATIM milik pondok pesantren tersebut. Peran strategis alumni pondok pesantren Darul-Ulum Banyuwangi terhadap perkembangan KSN antara lain sebagai anggota, pemasaran, dan penentuan lokasi. Peran alumni sebagai anggota, alumni yang mempunyai hubungan emosional yang kuat akan sangat senang bisa menjadi bagian dari usaha Pondok Pesantren yang pernah mendidik mereka buktinya dari 147 dari 155 karyawan serta hampir 75% dari total anggota juga alumni ini membuktikan bahwa pondok pesantren mempunyai kekuatan alumni untuk mengembangkan usaha Pondok Pesantrennya salah satunya yaitu KSN JATIM.

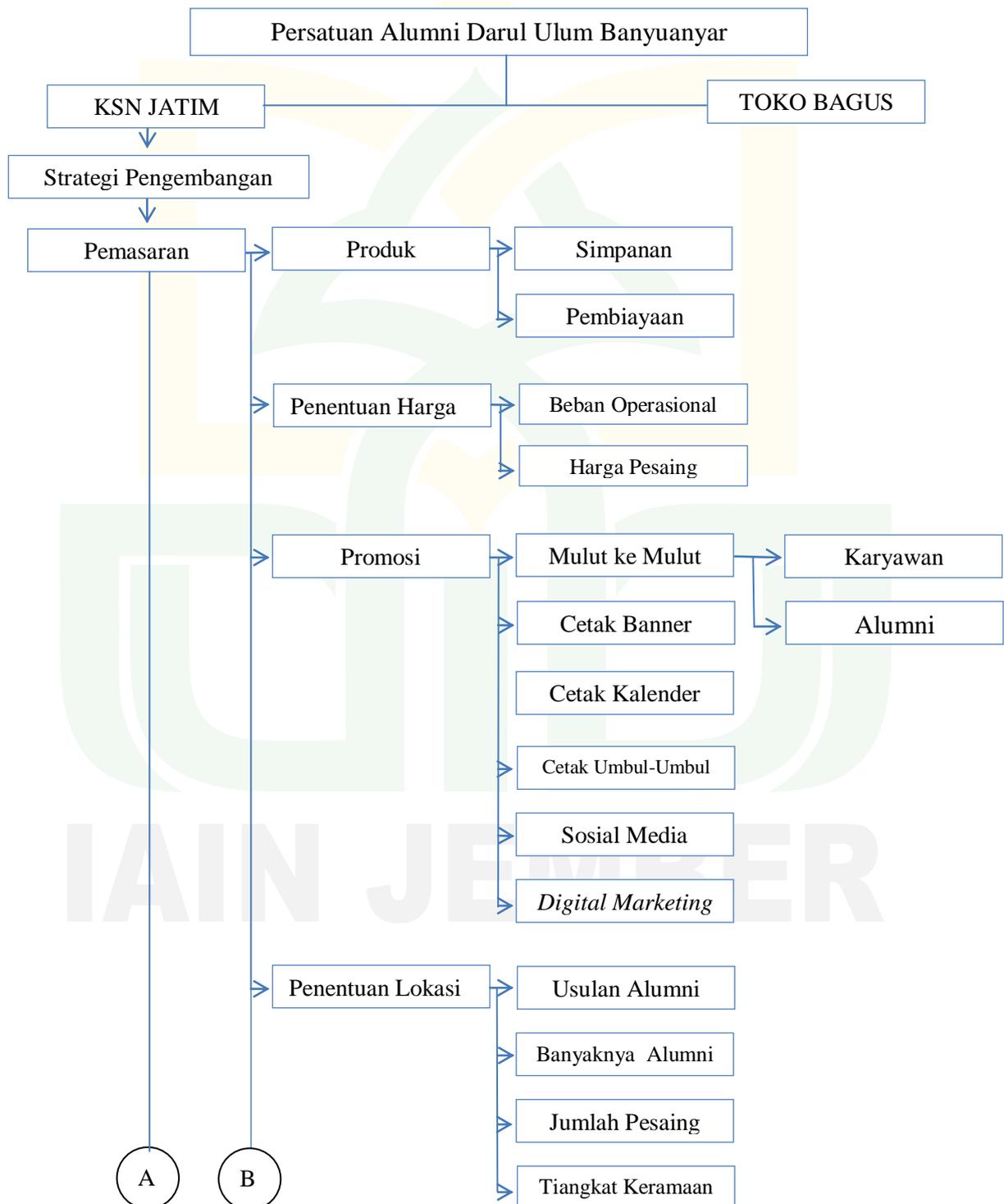
Di sisi lain KSN Jatim milik Pondok Pesantren Darul-Ulum Banyuwangi selalu membutuhkan nasabah atau anggota baru. Alumni bisa saja diajak sebagai nasabah atau anggota baru. Selain itu, secara langsung maupun tidak langsung, alumni bisa diajak sebagai *sales promotion*, karena mereka mempunyai prinsip dengan membantu usaha Pondok Pesantren mereka sudah mengabdikan terhadap pondok tersebut, pemasaran melalui alumni tidak harus membayar atau bisa disebut *free chase promotion* yang dilakukan oleh alumni untuk mengajak calon anggota untuk masuk di usaha simpan pinjam milik almamaternya.

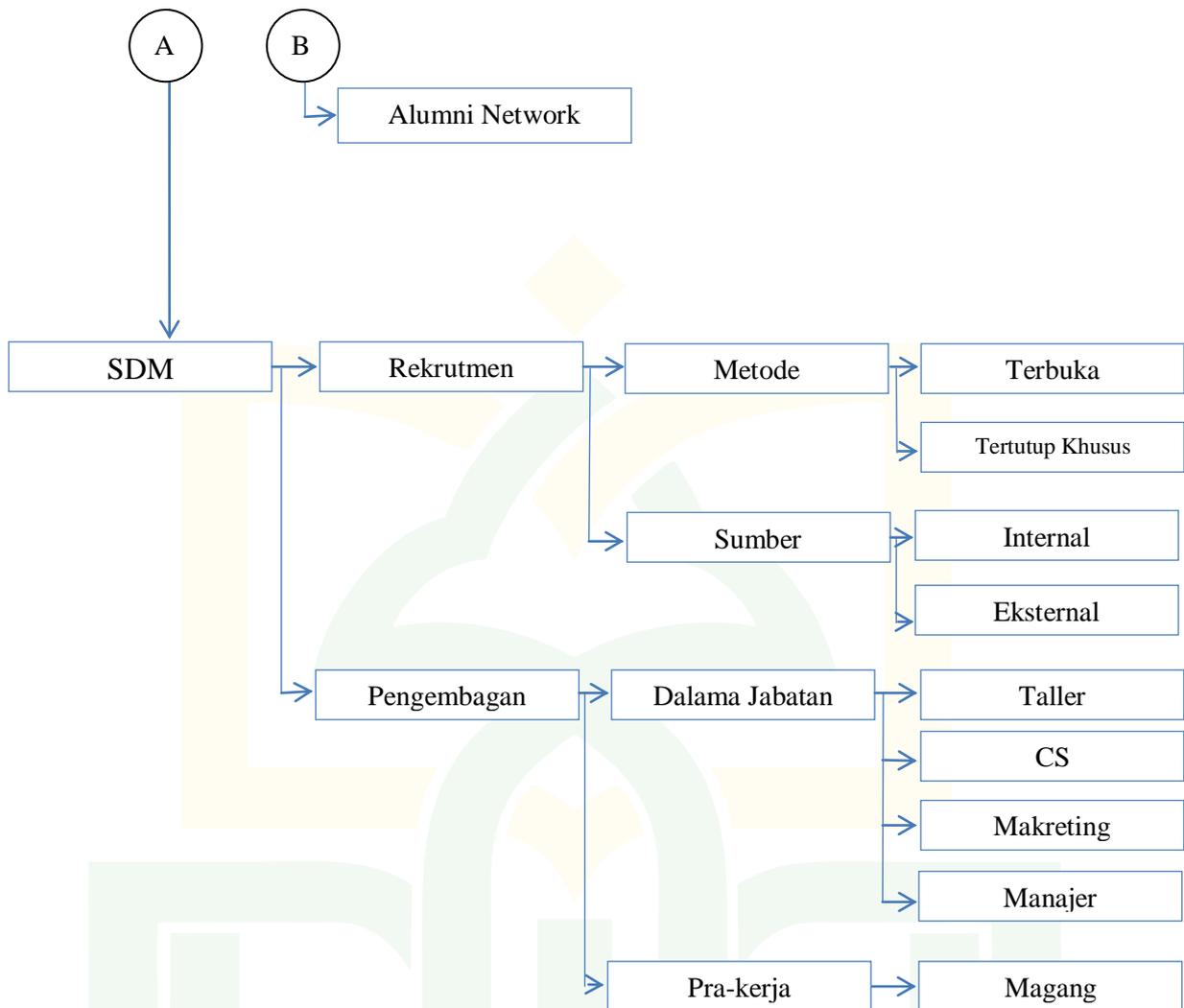
Peran alumni yang sangat berpengaruh ketika pembukaan kantor cabang baru, di KSN JATIM ketika ingin membuka kantor cabang baru itu merupakan permintaan atau usulan dari para alumni yang ada di daerah tersebut, misalnya pembukaan kantor cabang di Daerah Bangsalsari Jember itu atas usulan dan permintaan dari pengasuh Pondok Pesantren Bulugading dan pendirian kantor cabang di Kalibaru Banyuwangi merupakan permintaan dari pengasuh Pondok Pesantren An-Nur Kalibaru, ketika pembukaan kantor cabang hasil dari permintaan pengasuh Pondok Pesantren yang ada disekitar itu, maka alumni Pondok Pesantren tersebut ikut mengembangkan KSN JATIM dengan alasan karena mengabdikan kepada Pengasuh Pondok Pesantren yang mengusulkan lokasi itu.

Hasil dari penelitian strategi pengembangan Koperasi Syariah Nuri Jawa Timur Pondok Pesantren Darul Ulum Banyuwangi berbasis alumni dengan menerapkan *marketing mix* produk, harga, promosi, dan

tempat akan tetapi koperasi juga menggunakan alumni sebagai kekuatan utama dari pengembangan koperasi, sebagaimana berikut:

Gambar 4.2
Diagram Strategi Pengembangan KSN JATIM
Pondok Pesantren Darul Ulum Banyuwangi





IAIN JEMBER

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan data-data yang telah dijelaskan diatas, maka untuk memberikan pemahaman yang lebih singkat, tepat, dan terarah, peneliti paparkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi Pengembangan KSN JATIM Pondok Pesantren Darul Ulum Banyuanyar

a. Strategi bauran pemasaran (*marketing mix*)

1) Produk

Produk-produk yang ditawarkan ada dua, produk simpanan dan produk pembiayaan, untuk produk yang paling banyak diminati dari simpanan yaitu simpanan berjangka Karena banyak dari anggota yang menjadi PMI, sedangkan produk pembiayaan yang paling sering digunakan oleh anggota yaitu *Rhan* karena produk ini yang paling aman untuk para karyawan.

2) Harga

Penentuan harga produk memperhatikan tentang biaya operasional, mulai dari gaji karyawan, biaya listrik dan memperhatikan harga pada koperasi lain sehingga kalau bagi hasil yang diberikan oleh koperasi yaitu 25% untuk anggota dan 75% untuk koperasi kalau mudharabah umum, kalau mudhorabah

berjangka pembagiannya tergantung waktu yang disepakati, sedangkan untuk pembiayaan mudharabah bagi hasilnya 40% untuk koperasi dan 60% untuk anggota.

3) Promosi

Strategi promosi yang digunakan oleh koperasi yaitu, periklanan, publisitas, seperti pembuatan banner dan umbul-umbul dilakukan saat ada momen-momen tertentu seperti Hari Raya, HUT RI dan RAT koperasi, untuk tempat peletakannya di jalan-jalan raya dan penjualan pribadi dan juga menggunakan media sosial seperti *facebook*, *IG*, dan web resmi koperasi yang dapat diakses 24 jam dan pembuatan aplikasi yang memudahkan bagi anggota atau nasabah untuk melakukan pembayaran, mengajukan pembiayaan dan mengirimkan uang sesama anggota.

4) Tempat

Penentuan tempat kantor KSN JATIM ini melihat tingkat keramaian, seperti pasar, perumahan, dan jumlah pesaing, banyaknya alumni di daerah tersebut.

b. Sumber Daya Manusia pada KSN JATIM.

1) Rekrutmen Sumber Daya Manusia KSN JATIM.

Proses rekruteman karyawan koperasi harus melewati beberapa seleksi yaitu seleksi berkas/dokumen dan juga harus melalui tahapan seleksi tes, metode yang digunakan oleh koperasi dalam rekrutmen yaitu metode terbuka agar yang mendaftar

menjadi karyawan banyak, untuk sumber rekrutmennya melalui sumber internal seperti promosi, pemindahan jabata, dan untuk sumber eksternal yaitu melakukan rekrutmen secara masal atau individu.

2) Pengembangan Sumber Daya Manusia KSN JATIM.

Pemilihan pelatihan sumber daya manusia mempertimbangkan biaya yang dikeluarkan, materi yang akan diberikan, dan siapa yang akan memberikan materi, untuk jenis-jenis pelatihan yang ada di Koperasi yaitu *on the job* atau pelatihan dalam jabatan, seperti pelatihan CS, teller, atau *marketing*, yang mengadakan pelatihan *on the job* bisa dari internal koperasi atau eksternal, jenis pelatihan yang kedua yaitu pra-jabatan atau magang, magang dikhususkan untuk para karyawan baru selama sebulan atau dua bulan.

2. Peran Alumni dalam Strategi Pengembangan KSN JATIM Pondok Pesantren Darul Ulum Banyuanyar

Peran alumni dalam pengembangan koperasi yaitu menjadi anggota, karyawan sebesar 147 dari 155 karyawan serta hampir 75% dari total anggota juga alumni, alumni juga ikut mempromosikan produk-produk koperasi baik kepada keluarga, tetangga, dan masyarakat, sebagai bentuk pengabdian dan ikut membesarkan usaha pesantren, selain mempromosikan serta peran alumni mengenai penentuan tempat kantor

cabang yang baru seperti pembukaan kantor di cabang Jember adalah usulan dari beberapa alumni yang ada di Jember.

B. Saran-Saran

Selama melakukan penelitian di KSN JATIM mengenai judul tersebut, demikian saran yang dapat peneliti sampaikan, untuk menjadikan perusahaan lebih baik lagi.

Untuk lebih mengoptimalkan produk-produk yang sudah ada baik produk simpanan atau produk pembiayaan, sehingga semua produk yang ditawarkan bisa dipergunakan secara keseluruhan oleh anggota. Serta membuat pelatihan untuk para anggota koperasi, sehingga anggota bisa mengembangkan usaha yang mereka lakukan.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Ma'ruf. 2011. *Wirausaha Berbasis Syari'ah*. Banjarmasin: Penerbit Antasari Perss.
- Anwar, Khaerul. 2016. *Strategi Pengembangan Koperasi Pondok Pesantren Al-Munawwir Krapyak Kulon Panggunharjo Sewon Bantul (Tinjauan Analisis SWOT)*. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Arif, M. Nur Rianto Al. 2010. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedir Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Buchori, Nur S. 2009. *Koperasi Syariah*. Sidoarjo: Masmedia Buana Pustaka.
- Dewi, Ulfa Aulia. 2017. *Analisis Bauran Pemasaran 9p Terhadap Produk Sale Pisang Berlin UD. Sejati Desa Rejoagung Kecamatan Srano Kabupaten Banyuwangi*. Jember: Institut Agama Islam Negeri Jember.
- Djamal, M. 2015. *Paradigma Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Firdaus Muhammad dan Agus Edhi Susanto. 2002. *Perkoperasian: Sejarah, Teori, dan Praktek*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Harjito, dkk. 2008. "Studi Potensi Ekonomi dan Kebutuhan Pondok Pesantren Se Karesidenan Kedu Jawa Tengah." *Jurnal Fenomena*, Vol. 6, No. 1.
- Hariandja, Marihot Tua Efendi. 2002. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Grasindo.
- Hasan, Muhammad Tholhah, et. Al. 2004. *Agama Moderat, Pesantren dan Terorisme*. Malang: Lista Fariska Putra.
- Hasibuan, Malayu S.P. 2009. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Herlambang, Susatyo. 2014. *Basic Marketing (Dasar-Dasar Pemasaran)*. Yogyakarta: Gosyen Publishing.
- Huda, Nuru dkk. 2017. *Pemasaran Syariah Teori dan Aplikasi*. Depok: Kencana.
- Iswanto, Yun. 2010. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Universitas Terbuka.

- Kadarisman, M. 2013. *Manajemen Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Kasmir. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali.
- _____. 2014. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kaswan. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Keunggulan Bersaing*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kementrian Agama RI. 2009. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Jakarta: PT Insan Media Pustaka.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 jilid 2*. PT. Gelora Aksara Pratama.
- Laksana, Fajar. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Mardani. 2014. *Hukum Bisnis Syariah*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Meldona. 2009. *Manajemen Sumber Daya Manusia Perspektif Integratif*. Malang: UIN Malang Press.
- Miles, Matthews B. Huberman dan Saldana. 2014. *Qualitative Data Analysis A. Methods Edisi 3*. United States Of America: SAGE Publication.
- Moleong, Lexy J. 2008. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mu'ah, Masram. 2017. *Manajemen Sumber Daya Manusia Profesional*. Sidoarjo: Zifatama Publisher.
- Muhajir, Noeng. 2004. *Ilmu Pendidikan dan Perubahan Sosial, Suatu Teori Pendidikan*. Yogyakarta: Rake Sarasin.
- Muljono, Djoko. 2015. *Buku Pintar Strategi Bisnis Koperasi Simpan Pinjam*. Yogyakarta: Andi.
- Mursid, M. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nawawi, Hadari. 2000. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Rofik. 2005. *Pemberdayaan Pesantren Menuju Kemandirian dan Profesionalisme Santri dengan Metode Daurah Kebudayaan*. Yogyakarta: PT LKS.
- Nugrahani, Farida. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif*. Solo: Cakra Books.

- Priyono dan Marnis. 2008. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Sidoarjo: Zifatama Publisher.
- Salim, Peter dan Yenny Salim. 2004. *Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer*. Jakarta: Modern English Press.
- Sari, Devi Puspita dan Mefrina Yusniar. 2014. *Prinsip-prinsip Bisnis*. Bogor: CV Rizeva Utama.
- Sedarmayanti. 2001. *Sumber Daya Manusia dan Produktivitas*. Bandung: Mandar Maju.
- Semiawan, Conny R. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Grasindo.
- Sholahudin, Muhammad & Lukman Hakim. 2008. *Lembaga Ekonomi dan Keuangan Syariah Kontemporer*. Surakarta: Muhammadiyah University Press.
- Soesilo, M. Iskandar. 2008. *Dinamika Koperasi Indonesia*. Jakarta: RMBOOKS.
- Subekti, Lianda, Agus Suryono, dan Minto Hadi. 2016. "Implementasi Strategi Pembinaan dan Pengembangan Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Studi pada Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang)". *Jurnal Administrasi Publik*, Vol 1, No. 1.
- Sudjana. 2005. *Strategi Pembelajaran*. Bandung: Falah Production.
- Suhartono Imam. 2011. "Strategi Pengembangan Koperasi Berorientasi Bisnis". *Jurnal Among Makarti*. Vol.4 No.7.
- Suhartini. 2009. *Problem Kelembagaan Pengembangan Ekonomi Pesantren*. Yogyakarta: LKIS.
- Sulistiyani, Ambar T. dan Rosidah. 2006. *Manajemen Sumber Daya Manusia: Konsep , Teori dan Pengembangan dalam konteks Organisasi Publik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Swasta, Basu. 2008. *Azas-Azas Marketing*. Yogyakarta: Liberty Offset.
- Tjiptono, Fandi. 2013. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tulus, Agus. 1995. *Manajemen Sumber Daya Manusia Buku Panduan Mahasiswa*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Wilantara Rio F & Ausilawati. 2016. *Strategi dan Kebijakan Pengembangan UMKM*. Bandung: Refika Aditama.

MATRIX PENELITIAN

Judul	Variabel	Sub Variabel	Indikator	Sumber Data	Metode Penelitian	Fokus Masalah
Strategi Pengembangan Koperasi Syariah Nuri Jawa Timur Pondok Pesantren Banyuanyar Berbasis Alumni.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Strategi Pengembangan 2. Koperasi Syariaah 3. Alumni 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemasaran 2. SDM 1. Koperasi Syariaah 1. Alumni 	<ol style="list-style-type: none"> 1. produk 2. Harga 3. Tempat 4. Promosi 1. Rekrutmen 2. Pengembangan SDM 1. Akad 2. Anggota 3. SHU 4. Simpan Pinjam 1. Pernah terdaftar sebagai santri 2. Pengelola koperasi syariah 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Informan 2. Dokumentasi 3. Kepustakaan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pendekatan dan Jenis Penelitian <ol style="list-style-type: none"> a. Pendekatan Kualitatif b. Jenis penelitian deskriptif 2. Subjek Penelitian <ol style="list-style-type: none"> a. Purposive 3. Teknik Pengumpulan Data <ol style="list-style-type: none"> a. Observasi b. Wawancara c. Dokumentasi 4. Teknik Analisis Data <ol style="list-style-type: none"> a. Kondensasi 5. Teknik Keabsahan Data <ol style="list-style-type: none"> a. Triangulasi Sumber 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana Strategi Pengembangan Koperasi Syariah Nuri Jawa Timur Pondok Pesantren Darul Ulum Banyuanyar Berbasis Alumni 2. Bagaimana peran alumni dalam Strategi Pengembangan Koperasi Syariah Nuri Jatim di Pondok Pesantren Darul Ulum Banyuanyar,

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hadiyono
NIM : E20152096
Prodi/Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut : IAIN Jember

Dengan ini menyatakan bahwa isi skripsi ini hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali yang dirujuk sumbernya

Jember, 25 Juli 2019

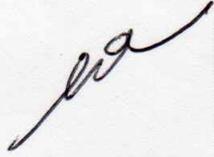
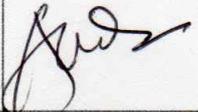
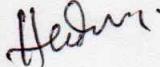
Saya yang menyatakan



Hadiyono
E20152096

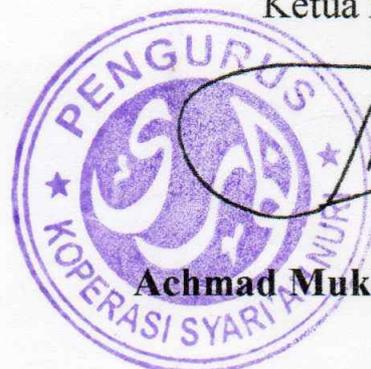
IAIN JEMBER

JURNAL PENELITIAN
STRATEGI PENGEMBANGAN KOPERASI SYARIAH NURI JAWA TIMUR
PONDOK PESANTREN DARUL ULUM BANYUANYAR BERBASIS
ALUMNI

NO	Tanggal	Pihak yang Diwawancarai	Jenis Kegiatan	TTD
1	15 Mei 2019	Pimpinan Koperasi Syariah Nuri	Penyerahan Surat Izin Penelitian	
2	20 Mei 2019	Bapak Achmad Mukhlisin, Abdul Wafi, Achmad Walid	Wawancara mengenai sejarah, struktur dan visi misi, Strategi Pengembangan Koperasi, pemasaran koperasi, dan SDM.	
3	21 November 2018	Bapak Ahmad Bukhori, Achmad Walid, Achmad Mukhlisin, Abdul Wafi,	Wawancara lanjutan mengenai pemasaran, dan SDM	
4	22 Mei 2019	Bapak Ahmad Bukhori, Ahmad Bakir,	Wawancara promosi, dan peran alumni	
5	27 Mei 2018	Bapak Ali Murtadho, Abdul Wafi	Wawancara Lanjutan mengenai SDM koperasi	
6	29 Mei 2019	Bapak Achmad Mukhlisin, Abdul Wafi, Achmad Walid	Wawancara Peran alumni	
7	21 Juni 2019	Bapak Hendrik.	Permintaan surat selesai penelitian	

Jember, 25 Juni 2019

Ketua Pengurus



Achmad Mukhlisin, SH.,M.H.

2. Berapa banyak alumni ponpes banyuwanyar menjadi pemegang saham di KSN JATIM ini?
3. Berapa banyak alumni ponpes banyuwanyar menjadi anggota di KSN JATIM ini?
4. Apakah ada dukungan dari alumni terhadap KSN JATIM ini?
5. Kalau ada dukungan dalam bentuk apa ?
6. Apakah alumni di libatkan dalam mempromosikan KSN JATIM ini kepada Masyarakat?





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Mataram No. 1 mangli, Telp. : (0331) 487550, 427005, Fax. (0331) 427005, Kode Pos : 68136
Website : WWW.in-jember.ac.nid – e-mail : info@iain-jember.ac.id
J E M B E R

Nomor : B- /In.20/7.a/PP.00.9/ /2019
Lampiran : -
Perihal : **Permohonan Izin Penelitian**

Kepada Yth.

KETUA PENGURUS KSN JATIM

di-

TEMPAT

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Diberitahukan dengan hormat, Mohon berkenan kepada Bapak/Ibu pimpinan untuk memberikan izin penelitian dengan identitas sebagai berikut:

Nama Mahasiswa : Hadiyono
NIM : E20152096
Semester : VIII
Jurusan : Ekonomi Islam
Prodi : Ekonomi Syari'ah
No Telpon : 082332366714
Dosen Pembimbing : Dr. Abdul Wadud Nafis, Lc, M.E.I
NIP : 19690706 200604 1 001
Judul Penelitian : "Strategi Pengembangan Koperasi Syariah Nuri Jawa Timur Pondok Pesantren Darul Ulum Banyuwangi Berbasis Alumni (Tinjauan Analisis SWOT)".

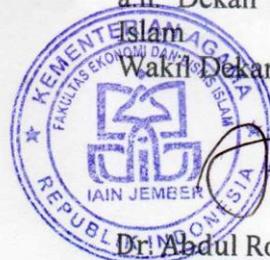
Demikian Surat Permohonan izin penelitian ini, atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Jember, 08 Mei 2019

a.n. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Islam
Wakil Dekan Bidang Akademik



Dr. Abdul Rokhim, S.Ag., M.E.I
NIP. 19730830 199903 1 002



KOPERASI SYARIAH NURI JAWA TIMUR
"KSN JATIM"

Badan Hukum: 02/BH/XVI.19/2010, 29 April 2010
Sekretariat : Jl. Raya Palduding, Plakpak, Pegantenan, Pamekasan



SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

13/KSN-E/VI/2019

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **ACHMAD MUKHLISIN, SH.,M.H.**
Jabatan : Ketua Pengurus Koperasi Syariah Nuri Jawa Timur
Alamat : Jl Sersan Mesrul Gg. 5 Kelurahan Gladak Anyar- Pamekasan.

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa yang beridentitas :

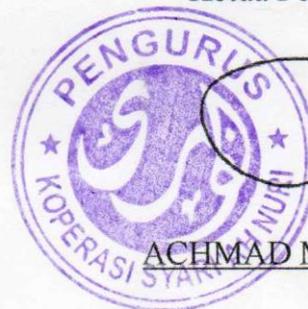
Nama : Hadiyono.
NIM : E20152096.
Prodi : Ekonomi Syari'ah (ES)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam.

Telah selesai melakukan penelitian di Koperasi Syariah Nuri Jawa Timur, dengan judul Skripsi "**STRATEGI PENGEMBANGAN KOPERASI SYARIAH NURI JAWA TIMUR PONDOK PESANTREN DARUL ULUM BANYUANYAR BERBASIS ALUMNI.**

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pamekasan, 21 Juni 2019.

Ketua Pengurus KSN JATIM



[Handwritten Signature]
ACHMAD MUKHLISIN, S.H.,MH.

DOKUMENTASI





BIODATA MAHASISWA

Nama : Hadiyono

Tempat/tgl Lahir : Pamekasan, 29 Februari 1996

Jenis Kelamin : Laki-Laki

Agama : Islam

NIM : E20152096

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam

Jurusan/Prodi : Ekonomi Islam/Ekonomi Syari'ah

Alamat Asal : Guluen, Sumber Waru, Waru, Pamekasan.

Telp : 082332366714

Riwayat Pendidikan : 1. SDN Sumber Waru 1 (Tahun 2007)

2.MTs Darul Ulum Banyuanyar (Tahun 2010)

3. MA Darul Ulum Banyuanyar (Tahun 2013)

4. IAIN Jember (Tahun 2019)



IAIN JEMBER