

---

**STRATEGI MARKETING FUNDING DALAM MENINGKATKAN NASABAH DI KSPPS NURI CABANG PAKONG**

\*<sup>1</sup>Achmad Tarmidzi Anas, <sup>2</sup>Mohammad Sabri, <sup>3</sup>Hidayatullah

<sup>1,2,3</sup>Institut Agama Islam Al-Khairat Pamekasan

<sup>1</sup>[achmadtarmidzianas5@gmail.com](mailto:achmadtarmidzianas5@gmail.com), <sup>2</sup>[Mohammadsabri96141@gmail.com](mailto:Mohammadsabri96141@gmail.com),

<sup>3</sup>[hidayatullahmoh9@gmail.com](mailto:hidayatullahmoh9@gmail.com)

**ARTICLE INFO**

**Kata Kunci:**

Strategi, Marketing,  
*Funding*

**Cara Sitasi:**

Penulis, Achmad  
Tarmidzi Anas.

“Strategi Marketing  
Funding Dalam  
Meningkatkan  
Nasabah Di Kspps  
Nuri Cabang  
Pakong”

Currency: Jurnal  
Ekonomi dan  
Perbankan Syariah

[Volume 01, Nomor  
02](#), April 2023

**ABSTRACT**

Penelitian ini membahas Strategi Marketing *Funding dalam* meningkatkan nasabah di Kspps Nuri Cabang Pakong. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder, Instrumen penelitian yang digunakan yaitu alat perekam suara Handpone. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan studi dokumen. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif. Hasil penelitian yang didapatkan adalah strategi *marketing funding* yang digunakan di Kspps Nuri Jatim Cabang Pakong dalam meningkatkan nasabahnya. Masyarakat mulai mengetahui bahwa Kspps Nuri itu sendiri tidak hanya Bank yang menyediakan produk pembiayaan perumahan tapi juga menyediakan berbagai jenis produk *funding*, Pertumbuhan asset meningkat, Pegawai (*marketing funding*) yang memiliki kinerja baik dan sesuai target akan diberikan reward atau bonus oleh pihak Bank.

This study discusses the marketing strategy of the Funding (Marketing Funding) at Kspps Nuri Jatim Cabang Pakong in increasing customer interest and the impact of marketing strategies. This type of research is qualitative research. The data used are primary data and secondary data. The research instrument used is a voice recorder, Handphone. Data collection techniques used were observation, interviews, and document study. The data analysis technique used is descriptive analysis. The result of this research is the marketing strategy of marketing funding used by Kspps Nuri Jatim Cabang Pakong in increasing customer interest uses the. The impact of the Funding Marketing Strategy funding in increasing customer interest in KSPPS Nuri Jatim Cabang Pakong, namely the public are starting to know that BTN itself is not only a bank that provides housing finance products but also provides various types of funding products, increasing asset growth, employees (marketing funding) who have good performance and are on target will be given rewards or bonuses by the Bank .

## **Pendahuluan**

Lembaga keuangan atau perbankan merupakan komponen yang sangat penting dalam laju perekonomian dunia dalam perkembangan ekonomi di suatu negara. Baik perbankan yang bersifat konvensional, maupun perbankan syariah, khususnya di Indonesia yang saat ini mulai berkembang pesat. Oleh karena itu bank tidak mempunyai pilihan kecuali meningkatkan profesionalisme, kompetensi dan pelayanan.

Perbankan adalah lembaga yang mempunyai peran utama dalam pembangunan suatu negara. Peran ini terwujud dalam fungsi Bank sebagai lembaga intermediasi keuangan (*financial intermediary institution*).<sup>1</sup> Kegiatan pihak perbankan secara sederhana dapat dikatakan sebagai tempat melayani segala kebutuhan para nasabahnya. Para nasabah datang silih berganti, baik sebagai pembeli jasa maupun penjual jasa yang ditawarkan. Hal ini sesuai dengan kegiatan utama suatu Bank, yaitu membeli uang dari masyarakat (menghimpun dana) melalui simpanan dan kemudian menjual uang yang diperoleh dari penghimpunan dana dengan cara (menyalurkan dana) kepada masyarakat umum dalam bentuk kredit atau pinjaman.<sup>2</sup>

Menurut Undang-undang Negara Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 1992 tentang perbankan, yang dimaksud dengan Bank adalah Badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya pada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.<sup>3</sup>

Cepatnya informasi yang masuk akibat majunya teknologi sektor informasi seperti radio, televisi, koran atau majalah telah menjadikan masyarakat semakin cerdas, masyarakat sudah sulit untuk dibohongi. Dampak lain bagi produsen adalah ketatnya persaingan antar produsen untuk memanfaatkan kemajuan teknologi ini. Setiap Bank harus memiliki strategi pemasaran yang baik untuk menarik minat nasabah. Bank dituntut untuk lebih kreatif dan inovatif karena semakin ketat tingkat persaingan bisnis maka dibutuhkan komunikasi dan pemasaran yang baik, karena komunikasi bertujuan bagaimana memengaruhi orang lain atau pihak yang lain atau siapa yang dipengaruhi dan bagaimana cara memengaruhinya, karena itulah dibutuhkan komunikasi dalam memasarkan, sedangkan pemasaran merupakan faktor

---

<sup>1</sup> Arifin, Zainul .*Dasar-dasar Manajemen Bank Syariah*. Cet.7. Tangerang: Azkia Publisher, 2009.h 15.

<sup>2</sup>Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Rev. 12, Jakarta: Rajawali Pers, 2014), h. 36

<sup>3</sup>Faisal Abdullah, *Manajemen Perbankan (Teknik Analisa Kinerja Keuangan Bank)* ( Malang: UMM Press, 2003), h.17.

utama yang penting dalam kelangsungan hidup Lembaga Keuangan tersebut, sehingga tujuan yang diharapkan oleh Lembaga Keuangan akan tercapai.<sup>4</sup>

Kegiatan Penghimpunan (*funding*) dana merupakan salah satu fungsi utama bagi bank umum devisa maupun non devisa. Kegiatan *funding* ini dilakukan dengan membeli dana dari pihak ketiga melalui beberapa produk simpanan yang di tawarkan.<sup>5</sup>

Jumlah nasabah yang menghimpun dananya di Kspps Nuri dari tahun ketahun sudah mengalami kenaikan jumlah nasabah, oleh karena itu Marketing Fundingsangat memiliki peran yang aktif di Suatu perbankan, bahkan Kesuksesan di Suatu Perbankan bisa di katakan sukses tergantung dari Marketing Funding nya.

Berdasarkan hal tersebut di atas Peneliti perlu untuk mencari tahu dan tertarik untuk melakukan penelitian tentang bagaimana strategi Marketing Funding dalam meningkatkan Nasabah di Kspps Nuri Cabang Pakong.

### **Kajian Pustaka dan pengembangan hipotesis**

1. Marketing Mix - Teori Marketing Mix oleh McCarthy (1960) menekankan pentingnya empat elemen kunci dalam pemasaran, yaitu product, price, place, dan promotion. Dalam konteks "Strategi Marketing Funding", elemen-elemen ini perlu diterapkan dengan baik untuk memastikan produk atau layanan keuangan yang ditawarkan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan secara efektif.
2. Segmentasi Pasar - Konsep segmentasi pasar mengacu pada pembagian pasar menjadi kelompok-kelompok yang lebih kecil dan terpisah berdasarkan karakteristik atau kebutuhan mereka. Dalam konteks "Strategi Marketing Funding", segmentasi pasar dapat membantu perusahaan menentukan target pasar yang tepat dan mengembangkan strategi pemasaran yang efektif untuk masing-masing segmen.
3. Positioning - Konsep positioning mengacu pada citra atau persepsi yang dimiliki produk atau layanan di mata pelanggan. Dalam konteks "Strategi Marketing Funding", positioning dapat membantu perusahaan menempatkan produk atau layanan keuangan mereka secara tepat di pasar dan membedakan diri dari pesaing.
4. Teknologi Pemasaran - Penggunaan teknologi digital dalam pemasaran telah menjadi faktor yang semakin penting dalam industri keuangan saat ini. Dalam konteks "Strategi

---

<sup>4</sup>Kasmir, *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya* (Cet. 13, Jakarta: Rajawali Pers, 2013), h. 31.

<sup>5</sup>Ismail, *Manajemen Perbankan: Dari Teori menuju Aplikasi* (Jakarta: Kencana, 2010), h. 24.

Marketing Funding", penggunaan media sosial, platform digital, dan teknologi analitik dapat membantu perusahaan meningkatkan efektivitas dan efisiensi pemasaran.

5. Persaingan - Teori persaingan mengacu pada persaingan antara perusahaan di pasar untuk memenangkan pangsa pasar dan keuntungan. Dalam konteks "Strategi Marketing Funding", persaingan yang semakin ketat dalam industri keuangan mendorong perusahaan untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih agresif dan inovatif untuk memenangkan pasar.

Dalam kajian teori "Strategi Marketing Funding", penting untuk mempertimbangkan berbagai konsep dan teori pemasaran yang relevan dengan konteks ini, dan menerapkannya dalam konteks spesifik industri keuangan dan produk atau layanan keuangan yang ditawarkan.

### **Metode Penelitian**

Teori penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yg dilakukan untuk menganalisis serta memahami suatu fenomena yg terjadi pada suatu permasalahan. Metode ini digunakan untuk mencari dan memperoleh data yg sebenar-benarnya dan lebih mendalam.<sup>6</sup> Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan deskriptif. penelitian deskriptif adalah suatu metode penelitian yang menggambarkan semua data atau keadaan subjek atau objek penelitian kemudian dianalisis dan dibandingkan berdasarkan kenyataannya yang sedang berlangsung pada saat ini dan selanjutnya mencoba untuk memberikan pemecahan masalahnya dan dapat memberikan informasi yang muthakhir sehingga bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan serta lebih banyak dapat diterapkan pada berbagai masalah. Metode kualitatif digunakan karena menyajikan hubungan antara peneliti dan responden secara langsung, sehingga informasi serta fakta-fakta yang diperoleh lebih mudah dan akurat. Penelitian ini diarahkan untuk mendapatkan fakta-fakta yang berhubungan dengan aktivitas pembiayaan dan sistem jaminan di KSPPS Nuri Jatim cabang pakong. Penerapan pendekatan kualitatif dengan kemungkinan data yang diperoleh di lapangan berupa data dalam bentuk fakta yang perlu adanya analisis secara mendalam. Maka pendekatan kualitatif akan lebih mendorong pada pencapaian data yang bersifat lebih mendalam terutama dengan keterlibatan peneliti sendiri di lapangan. Dalam penelitian kualitatif, peneliti menjadi instrumen utama dalam

---

<sup>6</sup>Sugiyono. Metode Penelitian Bisnis, (Bandung: Alfabeta, 2013), hal.14

mengumpulkan data yang dapat berhubungan langsung dengan instrumen atau objek penelitian.

Penelitian ini dilakukan selama masa praktikum terhitung dari tanggal 02 sampai 28 februari 2022, selain meneliti penulis juga ikut andil dalam membantu pelayanan yang ada di Kspps Nuri Cabang Pakong Untuk menyempurnakan hasil penelitian .

### **Hasil dan Pembahasan**

Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Nuri Jawa Timur (KSPPS NURI JATIM) yang sebelumnya dikenal dengan KSN JATIM merupakan salah satu koperasi syariah berskala Provinsi Jawa Timur yang berpusat di jalan raya Palduding-Pegantenan, Desa Plakpak, Kecamatan Pegantenan, Kabupaten Pamekasan Jawa Timur. Koperasi ini didirikan oleh para tokoh alumni Pondok Pesantren Banyuanyar pada hari Senin tanggal 1 Desember 2008 dan mulai beroperasi pada tanggal 1 Januari 2009 dengan satu kantor pelayanan yang beralamat di Jalan Raya Palengaan (Simpang Tiga Palduding) Desa Plakpak Kecamatan Pegantenan, Kabupaten Pamekasan. Koperasi ini bergerak dalam bidang usaha simpan pinjam yang operasional berdasarkan legalitas badan hukum dari Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Pamekasan dengan Nomor 02/BH/XVI.19/2010, tertanggal 29 April 2010. Sehingga pada tahun 2014 Pengurus mengajukan alih bina kepada Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Jawa Timur. Selanjutnya, berdasarkan pengesahan Akta Perubahan Anggaran Dasar dari Pemerintah Provinsi Jawa Timur Nomor: P2T/10/09.02/01/XII/2014, tanggal 11 Desember 2014, secara resmi menjadi binaan Pemerintah Provinsi Jawa Timur melalui Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Jawa Timur. Pada 2019 resmi beralih status dari KSN JATIM menjadi KSPPS NURI JATIM. Implementasi adalah bermuara pada aktifitas, aksi, tindakan atau adanya mekanisme suatu sistem, implementasi bukan hanya sekedar aktifitas, tapi suatu kegiatan yang terencana dan untuk mencapai tujuan kegiatan.<sup>7</sup>

Pemasaran adalah suatu sistem adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan jasa baik kepada para konsumen saat ini maupun konsumen potensial.<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup>Nurdin Usman, Konteks Implementasi Berbasis Kurikulum (Grasindo: Jakarta,2002) h.70

<sup>8</sup>Muhammad. *Manajemen Bank Syari'ah*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, 2011.h.43

Strategi pemasaran merupakan alat fundamental yang dirancang atau direncanakan untuk mencapai tujuan suatu perusahaan dengan melakukan pengembangan keunggulan bersaing yang berkesinambungan lewat pasar yang dimasuki dan program yang digunakan untuk melayani pasar sasarannya.<sup>9</sup>

#### Tujuan Pemasaran Bank

1. Memaksimalkan konsumsi atau dengan kata lain memudahkan dan merangsang konsumsi, sehingga dapat menarik minat nasabah untuk membeli produk yang ditawarkan bank secara berulang-ulang. Memaksimalkan kepuasan konsumen melalui berbagai pelayanan yang diinginkan nasabah.
2. Memaksimalkan pilihan (ragam produk) dalam arti bank menyediakan berbagai jenis produk bank sehingga nasabah memiliki beragam pilihan pula.
3. Memaksimalkan mutu hidup dengan memberikan berbagai kemudahan kepada nasabah dan menciptakan iklim yang efisien.<sup>10</sup>

#### **Marketing Funding**

Secara umum, pengertian *Marketing Funding* adalah setiap kegiatan yang diperuntukan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan nasabah melalui pelayanan yang diberikan seseorang. Jadi intinya *Funding* Personil yang diharapkan dapat melayani keinginan dan kebutuhan masyarakat dalam mengumpulkan dana dari masyarakat sebagai sumber dana bank dalam melakukan aktivitas usahanya

#### Fungsi *Funding*

Fungsi *Funding* harus benar-benar dipahami sehingga seorang *Funding* dapat menjalankan fungsinya secara prima. Dalam praktiknya fungsi *Funding* adalah:

1. Untuk mencari nasabah (pihak ketiga) yang mempunyai dana lebih agar mau untuk menyimpannya ke dalam bank dalam bentuk produk yang ditawarkan oleh bank itu sendiri.
2. Memperkenalkan, mempromosikan, memasarkan produk perbankan, dan memperluas jaringan atau relasi antar perbankan atau dengan dunia diluar perbankan itu sendiri.

#### Tugas dan Tanggung Jawab *Funding*

---

<sup>9</sup>Asnawi Nur dan Muhammad Asnan Fanani. *Pemasaran Syariah: Teori, Filosofi & Isu- isu Kontemporer*. Depok: PT RajaGrafindo Persada. 2017.h. 32

<sup>10</sup>Kasmir. *Manajemen Perbankan*, Cet. 11. Jakarta: Rajawali Pers, 2012.

*Funding* sendiri bertanggung jawab pada pencapaian target bidang usaha *Funding* (pendanaan). Seorang *Funding* akan diberikan target dari suatu bank yang mempekerjakannya untuk dapat menghimpun dana sebanyak-banyaknya dari nasabah.

Seorang *Funding* dituntut untuk mempunyai kemampuan berkomunikasi yang baik, memiliki kemampuan untuk menjaga hubungan baik dengan nasabah ataupun calon nasabah, keahlian dalam menganalisa calon nasabah dari segi kebutuhan nasabah, memiliki *interpersonal skill* yang baik, serta mampu untuk menjalin atau memperluas jaringan atau *networking*, berorientasi pada target yang ditetapkan.<sup>11</sup>Salah satu yang paling mendasar sangat diperlukan adalah bagaimana cara dan upaya menarik minat nasabah agar bertahan ataupun jumlahnya meningkat.

Strategi pemasaran *marketing funding* sangat diperlukan agar produk yang ditawarkan oleh bank dapat diterima oleh masyarakat sekitarnya, maka strategi-strategi yang dilakukan harus sampai ke masyarakat, akan tetapi strategi yang dilakukan terkadang tidak semua berjalan lancar, pasti akan terjadi kendala didalamnya yang mengakibatkan kurang responnya masyarakat terhadap produk yang dipasarkan.

#### **Langkah langkah Strtegi Mrketing Funding di KSPPS NURI JATIM CABANG PAKONG**

1. Memperkenalkan terlebih dahulu dan ajak bicara tentang pribadinya sambil di puji
2. Memperkenalkan produk yang ada di kspps Nuri jatim cabang pakong
3. Menjelaskan dampaknya jika menabung di Kspps Nuri Jatim cabang Pakong.
4. Memberikan bonus yang banyak terhadap nasabah

#### **Kesimpula**

Strategi marketing *Funding* di KSPPS Nuri Jatim cabang Pakong sudah sesuai dengan prosedur yang ditentukan oleh kantor KSPPS Nuri Jatim, karena Dari data diatas dapat diketahui bahwa dari tahun ke tahun Kspps Nuri Jatim Cabang Pakong megalami kenaikan jumlah nasabah *funding*. Produk *funding* yang paling banyak diminati banyak masyarakat adalah produk Tabungan, Semakin banyak jumlah nasabah yang menabung pada bank jumlah dana yang bisa disalurkan akan semakin banyak pula. Itulah sebabnya bank harus membangun strategi yang tepat agar bisa meningkatkan jumlah nasabahnya

---

<sup>11</sup>Umam, Khotibul dan Setiawan Budi Utomo. *Perbankan Syariah (Dasar-dasar dan Dinamika Perkembangannya di Indonesia)*. Cet. 2. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada,2007.h.46

### **Daftar Pustaka**

- Arifin, Zainul .*Dasar-dasar Manajemen Bank Syariah*. Cet.7. Tangerang: Azkia Publisher, 2009.
- Asnawi Nur dan Muhammad Asnan Fanani. *Pemasaran Syariah: Teori, Filosofi& Isu- isu Kontemporer*. Depok: PT RajaGrafindo Persada. 2017.
- Kasmir. *Manajemen Perbankan*, Cet. 11. Jakarta: Rajawali Pers, 2012.
- Kasmir. *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Cet. 13. Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- Muhammad. *Manajemen Bank Syari'ah*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, 2011.
- Susanto, Herry dan Khaerul Umam. *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2013.
- Umam, Khotibul dan Setiawan Budi Utomo. *Perbankan Syariah (Dasar-dasar dan Dinamika Perkembangannya di Indonesia)*. Cet. 2. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada,2007.
- Faisal Abdullah, *Manajemen Perbankan (Teknik Analisa Kinerja Keuangan Bank)* (Cet. 1, Malang: UMM Press, 2003).
- Ismail, *Manajemen Perbankan: Dari Teori menuju Aplikasi* (Jakarta: Kencana, 2010).