

BAB IV

PEMBAHASAN

A. Pembahasan Hasil Penelitian

Pada pembahasan ini, telah di uraikan hasil wawancara yang dilakukan oleh penulis terhadap beberapa informan yang ada di Koperasi Syariah 212 Lebak, diantaranya, Bakhtiar, Maman Suparman, Rina Widyastuti, dan Abdurrojak Afif.

1. Strategi Mengembangkan Bisnis Berbasis Jamaah

a. Membangun Gerakan Ekonomi Berjamaah

Berdasarkan data perkembangan Koperasi Syariah 212 bahwa umat Islam masih sedikit jumlahnya yang menjadi penggerak ekonomi Indonesia. Padahal, jumlah pemeluk Islam mendominasi di Indonesia. Hal ini sesuai dengan apa yang di kemukakan oleh ketua Koperasi Syariah 212 Lebak, yaitu Abi Bakhtiar.

“Kan diketahui bahwa yang menguasai ekonomi Indonesia ini bukan mayoritas umat Islam, maka dalam rangka semangat untuk membela umat Islam ini, perlu

bersatu. Makanya, kami harus berjamaah dan ekonomi umat ini harus berjamaah,”¹

Berangkat dari kenyataan itu lah, Koperasi Syariah 212 pertama kali terbentuk dan diresmikan pada Mei 2017 di Bogor, Jawa Barat. Dan di Lebak diresmikan pada September 2017. Dalihnya, agar umat Islam menjadi tuan rumah di negeri sendiri.

Di Lebak, awalnya dari gerakan shalat subuh berjamaah yang sudah menjadi program sukses Pemda Lebak. Kemudian gerakan ini berlanjut ke gerakan ekonomi syariah yang diinisiasinya. Para inisiator gerakan ini adalah generasi muda yang terdiri dari mahasiswa, remaja, dan santri-santri pondok pesantren se-Kabupaten Lebak, Banten.

“Dari gerakan shalat subuh berjamaah, berlanjut ke gerakan ekonomi umat kemudian terbentuklah Koperasi Syariah Komunitas 212 Lebak 1828. Lalu, kami mencari satu model minimarket umat terbaik, ya 212 Mart Lebak ini akhirnya didirikan,”²

Waktu awal berjalannya, satu per satu kantor cabang dari Koperasi Syariah 212 Mart mulai bermunculan. Salah satunya

¹ Wawancara dengan Ketua Koperasi Syariah 212 Lebak, Abi Bakhtiar, di warung ngopi rangkasbitung, pada tanggal 13 April 2019.

² Wawancara dengan Ketua Koperasi Syariah 212 Lebak, Abi Bakhtiar, di warung ngopi rangkasbitung, pada tanggal 13 April 2019.

berada di Kabupaten Lebak ini. Saat ini, bahkan sudah ada sekitar 212 cabang di seluruh Indonesia dengan jumlah anggota sekitar 40 ribu anggota. Namun, seiring berjalannya waktu, ketertarikan umat di luar komunitas untuk bergabung dalam usaha rupanya kian besar. Permintaan itu membuat komunitas dan mendirikan Koperasi Syariah 212 Mart muncul di beberapa daerah salah satunya yang berada di Cirasas, Serang.

Seperti halnya sistem koperasi, maka harus ada sejumlah anggota yang membayar iuran, menjalankan, hingga mendapat manfaat dari koperasi tersebut. Anggota awal koperasi merupakan alumni aksi 212, yang kemudian menjalar ke lingkungan pertemanan dan tempat tinggal mereka, sehingga terbentuklah komunitas pendiri koperasi.

“Anggota kami berbasis lingkungan masjid, dari jemaah satu masjid dan sekitarnya. Tapi tidak menutup kemungkinan bagi umat yang berada di daerah lain untuk bergabung dengan kami, misal di kecamatan yang berbeda,”³

Namun demikian, sebelum mendirikan 212 Mart ini, terlebih dahulu anggota koperasi mendaftarkan diri untuk

³ Wawancara dengan Ketua Koperasi Syariah 212 Lebak, Abi Bakhtiar di Warung Ngopi Rangkasbitung, pada tanggal 13 April 2019.

menjadi anggota KS212 Pusat. Sehingga lebih memudahkan untuk proses pendirian 212 Mart. Adapun untuk menjadi anggota Koperasi Syariah 212 harus mendaftar terlebih dahulu dengan mengisi formulir yang sudah disediakan atau bisa mengakses di website koperasi syariah 212 atau bisa juga mendaftar melalui aplikasi Koperasi Syariah 212 yang tersedia di playstore.

“Andai ada 10 juta kaum muslimin menjadi anggota KS212, tiap anggota setor Rp 332 ribu (simpanan pokok Rp. 212.000,- simpanan wajib Rp. 120.000,- dalam setahun) maka dana akan terkumpul Rp. 3,32 Triliun. Setelah menjadi anggota, setiap anggota juga berhak atau dianjurkan melakukan simpanan sukarela (tabungan investai) sebanyak-banyaknya. Andai 10 juta kaum muslimin, setiap orang menyetor uang sejumlah Rp. 2 juta saja, maka dana sudah terkumpul Rp. 20 Triliun.”

Selain itu, Koperasi Syariah 212 juga bersinergi dengan DKM Masjid Agung Al-A'raaf Rangkasbitung untuk mengelola sebuah tempat yang nantinya akan dijadikan toko 212.

”Kami bersinergi dengan DKM masjid Agung Al-A'raaf, Alhamdulillah kami dipercaya untuk mengelola sebuah tempat di samping masjid Agung yang kemudian kami manfaatkan untuk membuka gerai 212 dengan nama “Al-A'raaf Mart”. Tidak berbeda dengan 212 Mart yang ada di Jaura, di Al-A'raaf Mart juga tidak menjual rokok dan barang-barang yang haram. Ini merupakan bentuk ikhtiar

kami untuk mensyiarkan ekonomi umat yang berjamaah.”⁴

b. Membangun Pasar Umat

Untuk target pengembangan kedepannya, ketua koperasi syariah 212 Lebak berharap di setiap wilayah ada 212 Mart. Seperti halnya di Lebak Selatan, Lebak Tengah, Lebak Utara, Lebak Timur, dan Lebak Barat. Adapun 212 Mart Rangkasbitung Lebak ini berada di Kabupaten Lebak Tengah. Jika di setiap wilayah sudah hadir 212 Mart diharapkan ke depannya di setiap desa juga ada. Sehingga pemberdayaan desa bisa meningkat dan kehidupan masyarakat menjadi lebih sejahtera. 212 Mart Lebak juga akan memfasilitasi produk-produk Usaha Kecil Menengah (UKM) untuk dipasarkan.

“Koperasi Syariah 212, memiliki *core business* utama saat ini adalah untuk mengembangkan pasar umat melalui 212 Mart.

Artinya kita menginginkan bahwa, umat Islam mampu produksi, tapi juga mampu memasarkannya.

Kita buka pasar itu. Potensi produksi umat Islam bisa kita kembangkan melalui pasar itu. Yang selama ini, tidak memiliki akses ke pasar yang mudah dicapai oleh masyarakat. oleh karenanya, gerakan ekonomi umat yang

⁴ Wawancara dengan Ketua Koperasi Syariah 212 Lebak, Abi Bakhtiar, di warung ngopi rangkasbitung, pada tanggal 13 April 2019.

diinisiasi oleh Koperasi Syariah 212, perlu di-*support* oleh umat Islam secara keseluruhan.”⁵

Dengan demikian, 212 Mart yang diinisiasi oleh umat islam itu sendiri, yang bergerak di berbagai daerah, dia menyediakan pasar sehingga umat islam bisa berbelanja di toko milik sendiri. kemudian, menyediakan tempat, pasar bagi produk-produk dari umat Islam itu sendiri, sehingga kemudian pada suatu ketika nanti, perekonomian umat Islam ini akan menjadi luar biasa.

“Karena, terjadi *multiplier effect* yang sangat besar ketika pasar-pasar umat Islam dikembangkan oleh mereka sendiri. Dan, dipenuhi oleh produk-produk yang dihasilkan secara berjamaah, dikembangkan seperti itu. Oleh karenanya, saya menyerukan kepada umat Islam semua, mari kita bergabung dengan Koperasi Syariah 212. Baik itu di tingkat Nasional, maupun bergabung bersama komunitas-komunitas 212 yang ada di berbagai daerah.”⁶
Maman Suparman menambahkan :

“produk-produk yang ada dalam 212 Mart juga harus lebih dilengkapi lagi, agar kebutuhan mereka dapat terpenuhi cukup dengan berbelanja di 212 mart milik umat ini.”⁷

⁵ Wawancara dengan Ketua Koperasi Syariah 212 Lebak, Abi Bakhtiar, di warung ngopi rangkasbitung, pada tanggal 13 April 2019.

⁶ Wawancara dengan Ketua Koperasi Syariah 212 Lebak, Abi Bakhtiar, di warung ngopi rangkasbitung, pada tanggal 13 April 2019.

⁷ Wawancara dengan Wakil Ketua Koperasi Syariah 212 Lebak, Maman Suparman, di warung ngopi rangkasbitung, pada tanggal 13 April 2019.

Selain itu, koperasi syariah 212 Lebak juga bersinergi dengan sekolah SMKN 1 Rangkasbitung dengan menjalankan program “*Teaching Factory* SMKN 1 Rangkasbitung.” yang di khususkan bagi siswa jurusan akuntansi, dimana para siswa dilatih cara marketing dan membuat laporan keuangan dengan baik.

“Kami juga bekerjasama dengan sekolah SMKN 1 Rangkasbitung dalam program *teaching factory*, dimana para siswa dilatih cara marketing dan membuat laporan keuangan dengan baik. Selain itu mereka juga menawarkan beberapa jasa yang ditawarkan, diantaranya: (1) jasa mengelola administrasi keuangan, (2) jasa mengelola kartu persediaan, (3) jasa mengelola kartu piutang dan hutang, (4) jasa mengelola kartu pesanan, (5) jasa pemasaran produk. Keuntungan yang diperoleh nanti akan dibagi antara sekolah dan koperasi.”⁸

c. Strategi Word of Mouth

Komunikasi pemasaran adalah sarana yang digunakan perusahaan dalam upaya untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen langsung atau tidak langsung tentang produk dan merek yang mereka jual. Dalam pengertian tertentu komunikasi pemasaran menggambarkan suara merek dan merupakan sarana yang dapat digunakan untuk membangun dialog dan membangun hubungan dengan konsumen.

⁸ Wawancara dengan Ketua UKM 212 Rina Widiyastuti di 212 Mart, pada tanggal 20 April 2019.

Salah satu komponen komunikasi pemasaran adalah penggunaan *word of mouth* (WOM). Secara singkat, WOM dapat didefinisikan sebagai keseluruhan komunikasi dari orang ke orang mengenai suatu produk, jasa atau perusahaan tertentu pada suatu waktu. Keefektifan WOM sebagai salah satu media promosi juga dibuktikan oleh beberapa penelitian yang pernah dilakukan. Tidak sedikit perusahaan-perusahaan besar yang menggunakan dan mengatakan bahwa WOM adalah media promosi yang efektif.⁹ *Word of mouth* tidak hanya bisa dilakukan oleh perusahaan besar, melainkan penerapan *word of mouth* bisa diterapkan di berbagai sektor seperti di Koperasi Syariah 212 Lebak.

Walaupun dianggap sebagai strategi pemasaran tradisional, namun cara ini cukup ampuh untuk meyakinkan para konsumen. Bahkan ada pula yang mengatakan bahwa 68% konsumen yang membeli produk, adalah orang yang mendapatkan informasi dari konsumen lain melalui penyebaran berita dari mulut ke mulut.

⁹ Nurfian S Febriani dan Wayan Weda Asmara Dewi, *Teori Dan Praktis Riset Komunikasi Pemasaran Terpadu*, (Malang: UB Press, 2018,) h. 81-82.

“Salah satu strategi yang dipakai agar 212 Mart ini bisa lebih dikenal dan masyarakat mau berbelanja disini, kami menyebarkan informasi dari mulut ke mulut. Ini merupakan cara yang paling efektif mengingat cara ini tidak membutuhkan biaya alias gratis. Terlebih lagi masyarakat kita memiliki kebiasaan suka bersosialisasi dan berkumpul hanya untuk sekedar berbagi cerita, sehingga untuk memperkenalkan 212 Mart sangat terbuka lebar.”¹⁰

Disamping itu, KS212 juga akan memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen, dan memberikan kenyamanan, agar konsumen memperoleh kepuasan ketika berbelanja, sehingga secara tidak langsung mereka akan menginformasikan kelebihan atau kenyamanan yang didapat, sehingga kepercayaan konsumen akan meningkat, karena adanya rekomendasi dari teman atau kerabatnya.

2. Strategi Membangun Loyalitas

a. Mempertahankan Brand Syariah

Dalam pengembangannya, 212 Mart Lebak ini selalu mengedepankan syiar dan dakwah. Untuk itulah minimarket ini tidak menjual rokok, alat kontrasepsi dan minuman beralkohol.

¹⁰ Wawancara dengan Ketua UKM 212 Rina Widiyastuti di 212 Mart, pada tanggal 20 April 2019.

“Intinya 212 Mart ini mengupayakan masyarakat lebih sehat, cerdas, dan sejahtera. Dalam pengembangannya selalu mengedepankan prinsip syariah,”¹¹

Koperasi Syariah 212 berbeda dengan koperasi lain atau toko-toko lain, disana hanya menjual produk-produk halal saja, jadi konsumen tidak ragu lagi untuk berbelanja di toko ini karena semua produknya halal.

“Selain itu, koperasi syariah 212 memiliki beberapa kehebatan lain diantaranya : (1) tidak menjual rokok, (2) tidak menjual alat kontrasepsi, (3) tidak menjual barang haram yang beralkohol, (4) setiap tiba sholat fardhu toko tutup 15 menit, ada audio murottal setiap saat, (5) barang-barang yang disini 95% ada label halal MUI dan yang 5% produk UMKM yang belum ada label halalnya.”

Manfaatnya pun sudah dirasakan oleh konsumen 212 Mart.

“di koperasi ini saya bebas bisa berbelanja apapun kebutuhan saya,karena semua produk yang ada sudah terjamin kehalalannya.”¹²

b. Membangun *Emotional Branding*

Sebagai badan perlengkapan koperasi, pengurus mengemban tugas untuk menjalankan koperasi beserta usaha-

¹¹ Wawancara dengan Ketua Koperasi Syariah 212 Lebak, Abi Bakhtiar, di warung ngopi rangkasbitung, pada tanggal 13 April 2019.

¹² Wawancara dengan konsumen, Abdurrajak Afif , di warung ngopi rangkasbitung, pada tanggal 20 April 2019

usahanya sesuai dengan garis kebijaksanaan yang telah dimufakati segenap anggota koperasi pada rapat anggota, dengan lain perkataan sesuai dengan program kerja yang disetujui rapat anggota. Pada hakekatnya pembuat program kerja adalah pengurus yang mengemban amanat para anggotanya, yang artinya dalam usaha penyusunan program kerja tersebut pengurus harus memperhatikan segala saran, pendapat, gagasan, keluhan-keluhan, dan apa yang diharapkan/diinginkan para anggota.¹³

Dalam strategi membangun loyalitas, pendekatan terhadap sesama anggota adalah yang paling baik, misalnya dengan cara melakukan kunjungan-kunjungan ke rumah anggota, selain rasa kekeluargaan dapat dipupuk secara lebih erat, pembicaraan-pembicaraan dapat dilakukan secara lebih terbuka, juga akan dapat mengetahui secara lebih jelas keadaan rumah tangga anggota serta secara umum dapat mengetahui tentang jasa-jasa apa yang sangat diperlukan para anggota dengan keluarganya.

¹³ G Kartaspoetra, *Koperasi Indonesia yang Berdasarkan Pancasila & UUD 1945*, h. 153-154.

Hasilnya akan sangat bermanfaat untuk membuat program kerja koperasi yang lebih terarah.

“kita perlu bersilaturahmi mendatangi setiap rumah-rumah anggota untuk menyerap aspirasi dari anggota untuk memajukan koperasi milik umat ini. Agar mereka semakin sadar bahwa koperasi 212 ini bukanlah milik segelintir orang tetap milik kita bersama. Sehingga dengan seperti itu mereka akan benar-benar merasakan sebagai pemilik koperasi yang bertanggungjawab untuk mempertahankan dan memajukannya.”¹⁴

Dalam hal pemupukan kepercayaan para anggota koperasi, kepercayaan itu hendaknya berdasarkan pada pengertian (*loyalty based on understanding*) bahwa dengan cara berkoperasi kesejahteraan hidup para anggota akan dapat ditingkatkan, jadi bukan kepercayaan yang berlebih-lebihan (*fanatical loyalty*) dan atau kepercayaan yang mutlak kepada pengurus yang artinya segala sesuatu terserah pada kebijaksanaan pengurus (*absolute loyalty*), karena *fanatical* dan *absolute loyalty* selain dapat menyampingkan peranan badan pemeriksa, juga akan menjadikan para anggota menjadi masif. Padahal

¹⁴ Wawancara dengan Ketua Koperasi Syariah 212 Lebak, Abi Bakhtiar, di warung ngopi rangkasbitung, pada tanggal 13 April 2019.

seharusnya anggota itu harus melakukan kerjasama, jadi harus aktif mengadakan partisipasi.

“Hubungan hubungan yang baik antara pengurus dan para anggota perlu dipupuk terus, selain karena para anggota memerlukan pembinaan dan pengarahn-pengarahan agar usahanya masing-masing dapat lebih mantap dan memperoleh kelancaran-kelancaran, sedang bagi kami para pengurus dapat memperoleh masukan-masukan untuk penyusunan program kerja koperasi, juga dalam hal terjadinya kemunduran atau kerugian usaha koperasi ataupun terjadinya kemacetan-kemacetan koperasi dikarenakan keadaan ekonomi secara umum maka para anggota akan memakluminya dan tidak menjadi putus asa melainkan sebaliknya, mereka akan lebih meningkatkan partisipasinya, aktif secara bersama-sama untuk mencari jalan keluar.”¹⁵

Dengan demikian maka ketahanan koperasi akan timbul.

Apabila ketahanan berkoperasi telah dimiliki oleh pengurus dan anggotanya maka keberhasilan akan dapat diraih.

Disamping itu, upaya terus dilakukan oleh pihak koperasi demi untuk menjaga loyalitas dengan para anggota koperasi. Salah satu yang membedakan koperasi dengan usaha-usaha ritel lainnya yaitu setiap pelanggan yang datang ke toko akan disambut dengan 5s (senyum, salam, sapa, sopan dan santun).

¹⁵ Wawancara dengan Wakil Ketua Koperasi Syariah 212 Lebak, Maman Suparman warung ngopi rangkasbitung, pada tanggal 13 April 2019.

Mungkin tidak ada bedanya dengan usaha-usaha lain jika dengan senyum saja, di Koperasi Syariah 212 setiap pelanggan yang masuk akan disambut dengan salam yang menjadikan identitas dari koperasi syariah 212 yang sesuai dengan syariat islam dan juga membawa pesan keselamatan untuk para pelanggan juga.

“Siapapun yang masuk ke toko kami, maka ia akan mendapatkan salam dari karyawan yang sangat ramah. Dan mereka akan berusaha mengingat nama anda, jadi ketika masuk akan disapa dengan disebutkan namanya. Siapa yang tidak merasa spesial ketika seseorang masuk ke toko disambut dengan salam dan menyebutkan nama. Assalamu’alaikum, selamat pagi pak Deni.”¹⁶

Koperasi syariah 212 dalam realitnya selalu mengikuti kegiatan-kegiatan keagamaan yang mana disetiap kegiatan disediakan stand-stand yang bisa di isi oleh para anggota untuk memasarkan produknya sendiri. Dengan ini diharapkan dapat membangun rasa loyal antar anggota koperasi.

“Dengan aktifnya KS212 di setiap kegiatan-kegiatan maka akan memunculkan brand image yang sangat kuat dan menjadi semakin dikenal oleh masyarakat.”¹⁷

¹⁶ Wawancara dengan Wakil Ketua Koperasi Syariah 212 Lebak, Maman Suparman di warung ngopi rangkasbitung, pada tanggal 13 April 2019.

¹⁷ Wawancara dengan Wakil Ketua Koperasi Syariah 212 Lebak, Maman Suparman ,di warung ngopi rangkasbitung, pada tanggal 13 April 2019.

Di samping itu, kami pun menerima masukan dan saran dari anggota dan konsumen mengenai produk-produk yang masih belum lengkap. Salah satu saran dari anggota yaitu dengan pengadaan tabung gas LPG, dan makanan siap saji.

“saran-saran dari para anggotapun kita terima dan kita realisasikan, salah satunya permintaan pengadaan tabung gas yang sebelumnya tidak tersedia, sekarang sudah tersedia di 212 Mart. Makanan siap saji pun sudah ada, diantaranya, semur daging, gepuk, sop iga dan lain-lain yang bisa di dapatkan di UKM 212 Mart.”¹⁸

Selain itu di tersedia juga buah-buahan segar yang yang di sediakan di Koperasi Syariah 212 Lebak.

“Selain makanan, kami juga menyediakan buah-buahan segar yang bisa di kirim sesuai dengan permintaan, tentunya dengan free delivery order”¹⁹

¹⁸ Wawancara dengan Ketua UKM 212 Rina Widiyastuti, di 212 Mart pada tanggal 20 April 2019.

¹⁹ Wawancara dengan Ketua UKM 212 Rina Widiyastuti, di 212 Mart pada tanggal 20 April 2019.