

OPTIMALISASI STRATEGI PEMASARAN PEMBIAYAAN MURABAHAH DALAM MENINGKATKAN JUMLAH ANGGOTA KOPERASI SYARIAH

Ari Susanto^{1*}, Agung Apriana², Agus Sumarna³
^{1,2,3}STEI Al-Amar Subang, Indonesia
agungapriana274@gmail.com

ABSTRAK

Abstrak: Penelitian ini dilatarbelakangi persaingan bisnis semakin mengerucut, ada kemungkinan saling menjatuhkan atau perebutan pangsa pasar. Karena banyaknya perusahaan yang bersaing dalam memasarkan produk mereka, manajer harus membangun strategi baru untuk mendorong pelanggan untuk membeli barang mereka. Suatu perusahaan dapat menentukan pangsa pasar untuk menentukan segmen mana yang akan menjadi pasar potensial untuk penjualan produknya. Dengan melakukan ini, perusahaan dapat menetapkan target pasar yang akan membantu mempertahankan kelangsungan hidupnya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui optimalisasi strategi pemasaran pembiayaan murabahah dalam meningkatkan jumlah anggota koperasi syariah. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif dengan melibatkan wawancara mendalam. Data dikumpulkan melalui wawancara langsung dan observasi partisipatif, kemudian dianalisis secara kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran pembiayaan murabahah dalam meningkatkan jumlah anggota koperasi syariah di KSPPS Nusa Ummat Sejahtera Subang belum cukup optimal dikarenakan strategi yang dilakukan oleh KSPPS Nusa Ummat Sejahtera Subang ini masih menggunakan cara yang lama seperti pembagian brosur dan kurang optimal dalam menggunakan sosial media untuk melakukan promosi.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Pembiayaan Murabahah, Anggota Koperasi.

Abstract: This research is motivated by business competition becoming increasingly narrow, there is the possibility of knocking each other out or fighting for market share. Because many companies compete in marketing their products, managers must develop new strategies to encourage customers to buy their goods. A company can determine market share to determine which segments will be potential markets for selling its products. By doing this, the company can establish a target market that will help it maintain its survival. The aim of this research is to determine the optimization of marketing strategies for murabahah financing in increasing the number of members of sharia cooperatives. The research method used is descriptive qualitative research involving in-depth interviews. Data was collected through direct interviews and participant observation, then analyzed qualitatively. The results of the research show that the marketing strategy for murabahah financing in increasing the number of sharia cooperative members at KSPPS Nusa Ummat Sejahtera Subang is not optimal enough because the strategy carried out by KSPPS Nusa Ummat Sejahtera Subang still uses old methods such as distributing brochures and is less than optimal in using social media to carry out promotions.

Keywords: Marketing Strategy, Murabahah Financing, Cooperative Members.

Article History:

Received: 06-11-2023

Revised : 07-12-2023

Accepted: 16-01-2024

Online : 30-01-2024

A. LATAR BELAKANG

Setiap perusahaan harus lebih waspada untuk menghadapi persaingan yang semakin kompetitif. Dengan membuat strategi yang tepat dan melakukan analisis pasar yang akurat perusahaan diharapkan memiliki kekuatan untuk bersaing. Karena persaingan bisnis semakin mengerucut, ada kemungkinan saling menjatuhkan atau perebutan pangsa pasar. Karena banyaknya perusahaan yang bersaing dalam memasarkan produk

mereka, manajer harus membangun strategi baru untuk mendorong pelanggan untuk membeli barang mereka. Suatu perusahaan dapat menentukan pangsa pasar untuk menentukan segmen mana yang akan menjadi pasar potensial untuk penjualan produknya. Dengan melakukan ini, menurut (Sukirman, 2024) bahwa perusahaan dapat menetapkan target pasar yang akan membantu mempertahankan kelangsungan hidupnya. Dengan memilih segmen dan target yang tepat, perusahaan dapat memperoleh posisi yang baik di benak pelanggan sehingga pelanggan mudah mengingat merek dan produk mereka. Dengan demikian, perusahaan dapat dengan mudah merebut persaingan pasar tersebut.

Kotler dalam (Arifudin, 2021) menjelaskan bahwa strategi adalah suatu alat yang menggambarkan arah bisnis yang mengikuti lingkungan yang dipilih dan merupakan pedoman untuk mengaplikasikan sumber daya dan organisasi. Strategi sebagai rencana permainan untuk mencapai sasaran usaha dengan menggunakan pemikiran yang strategi. Pengertian strategi menurut Chandler dalam (Bairizki, 2021) bahwa strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut serta prioritas alokasi sumber daya. Menurut Porter dalam (Athik Hidayatul Ummah, 2021) bahwa strategi adalah alat yang sangat penting untuk mencapai keunggulan bersaing. Dan menurut Stephani K. Marrus dalam (Silaen, 2021), strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.

Adapun (Agustina, 2011) bahwa pemasaran adalah suatu proses dan manajerial yang membuat individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain atau segala yang menyangkut penyampaian produk dan jasa mulai dari produsen sampai konsumen. Stanton dalam (Shavab, 2021) mengatakan bahwa pemasaran (*marketing*) meliputi keseluruhan sistem yang berhubungan dengan kegiatan usaha, yang bertujuan merencanakan, menentukan harga, hingga mempromosikan dan mendistribusikan barang atau jasa yang akan memuaskan kebutuhan pembeli, baik yang aktual maupun yang potensial.

Menurut (Kotler dan Armstrong, 2012) bahwa pengertian strategi pemasaran adalah sebuah sosial dan manajerial individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran produk-produk dengan pihak lainnya. Definisi ini berdasarkan konsep-konsep inti, seperti: kebutuhan, keinginan, dan permintaan, produk-produk (barang-barang, layanan dan ide), value, biaya dan kepuasan, pertukaran dan transaksi, hubungan dan jaringan pasar dan para pemasar, serta prospek. Sedangkan definisi pemasaran menurut *World Marketing Association* (WMA) dikutip (Sudirman, 2020) bahwa pemasaran adalah sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan value dari satu inisiator kepada stakeholder-nya. Dari definisi strategi dan pemasaran diatas, dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu dibidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan.

Dalam persaingan saat ini, seorang tenaga penjual harus memiliki strategi pemasaran untuk suatu produk dan kemampuan untuk mengelola faktor-faktor yang

mendukung penjualan dan mendorong konsumen untuk tetap ingat produk perusahaan. Oleh karena itu, para manajer harus menggunakan strategi STP (segmentation, targeting, and positioning). dimana mereka digerakkan oleh strategi ini untuk mencapai pasar target tertentu. Para manajer memiliki dua opsi utama saat memilih pasar target.

Pertama, mereka menjual produknya kepada semua pembeli potensial dalam pasar yang relevan, biasanya berdasarkan jenis atau kelas produk yang dijualnya. Kedua, mereka dapat berkonsentrasi pada satu atau lebih segmen pasar tertentu di mana mereka percaya bahwa mereka dapat menciptakan posisi unik atau tingkat kemampulabaan yang lebih tinggi daripada pesaing mereka. Perusahaan seringkali berusaha untuk merangsang permintaan hanya pada segmen yang memiliki keunggulan bersaing atau volume tinggi.

KSPPS Nusa Ummat Sejahtera KC Subang merupakan salah satu koperasi syariah, salah satu produknya yaitu di bidang pembiayaan murabahah. Koperasi ini telah beroperasi sejak 24 Juni 2019. KSPPS Nusa Ummat Sejahtera Subang merupakan koperasi syariah yang bergerak di bidang pembiayaan musyarakah dan pembiayaan murabahah. Dari 130 Anggota Hampir seluruhnya mengambil pembiayaan murabahah. Pembiayaan murabahah adalah akad jual beli dengan harga yang disepakati antara pembeli dan penjual, di mana penjual memberitahukan kepada pembeli tentang harga belinya. Meskipun KSPPS Nusa Ummat Sejahtera Subang telah menawarkan pembiayaan murabahah, namun jumlah anggota KSPPS Nusa Ummat Sejahtera Subang masih tergolong rendah. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, salah satunya adalah kurang optimalnya strategi pemasaran pembiayaan murabahah yang dilakukan oleh KSPPS Nusa Ummat Sejahtera Subang. Koperasi ini memiliki visi untuk menjadi koperasi pemberdayaan ekonomi ummat yang mandiri dengan landasan syariah. Koperasi ini juga memiliki misi untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi anggota dan masyarakat melalui penyediaan produk dan layanan pembiayaan murabahah yang berkualitas.

Menurut M. Nur rianto dalam (Arifudin, 2019) bahwa pembiayaan atau *financing* adalah pendanaan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun lembaga. Dengan kata lain, pembiayaan adalah pendanaan yang dikeluarkan untuk mendukung investasi yang direncanakan. Menurut Muhamad dalam (Rusmana, 2020) pembiayaan atau *financing*, yaitu pendanaan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun lembaga. Dengan kata lain, pembiayaan adalah pendanaan yang dikeluarkan untuk mendukung investasi yang telah direncanakan. Adapun menurut ismail dalam (Labetubun, 2021) pembiayaan merupakan aktivitas bank syariah dalam menyalurkan dana kepada pihak lain selain bank berdasarkan prinsip syariah. Penyaluran dana dalam bentuk pembiayaan didasarkan pada kepercayaan yang diberikan oleh pemilik dana kepada pengguna dana.

Fathurrahman Djamil dikutip (Susanto, 2023) bahwa secara bahasa murabahah berasal dari bahasa Arab yaitu *rabaha*, *yurabihu* dan *murabahatan* yang memiliki arti untung atau menguntungkan. Sedangkan secara istilah, murabahah merupakan jual beli dengan memberitahukan harga awal ditambah dengan keuntungan yang telah disepakati. Sedangkan pengertian murabahah menurut (Antonio, 2008) yaitu jual beli barang atau jasa dengan harga pokok ditambah dengan keuntungan yang telah disepakati antara pihak terkait. Dalam jual beli murabahah ini penjual harus memberitahukan kepada

pembeli mengenai harga awal suatu produk dan menentukan tingkat keuntungan yang disepakati antar pihak terkait. Menurut Karim dalam (Berlian, 2023) bahwa murabahah adalah perjanjian dalam jual beli barang atau jasa dengan menyatakan harga pokok dan keuntungan yang disetujui oleh penjual dan pembeli. Perjanjian ini merupakan salah satu bentuk natural certainly contracts karena dalam murabahah margin yang diperoleh dapat ditentukan sesuai keinginan dan kesepakatan kedua belah pihak.

Berdasarkan pendapat Asiyah dalam (Susmanto, 2024) bahwa pembiayaan murabahah merupakan perjanjian antara Bank Syariah sebagai penjual dan nasabah sebagai pembeli, di mana Bank Syariah menyediakan barang yang dibutuhkan nasabah atau modal kerja lainnya, dan nasabah akan membayar senilai harga pokok yang ditambah dengan keuntungan secara angsuran sesuai waktu yang sudah ditentukan. Sehingga menurut (Nurlatifah, 2023) bahwa pembayaran pembiayaan murabahah dengan pembayaran secara tunai atau secara angsuran selama jangka waktu yang telah disepakati antara kedua belah pihak. Untuk tambahan biaya dari barang yang dibutuhkan nasabah tersebut akan menjadi keuntungan bagi penjual atau bank syariah yang dinegosiasikan di awal akad antara kedua belah pihak.

Pembiayaan murabahah menunjukkan adanya pembelian suatu produk atau barang sesuai dengan pesanan nasabah dan adanya penjualan produk kepada nasabah dengan harga jual yang berasal dari harga produk tersebut ditambah dengan keuntungan yang diinginkan (Ramadhan, 2023). Sehingga dalam pembiayaan ini, Rahmawati dikutip (Sugiana, 2023) menjelaskan pihak bank harus memberitahukan kepada nasabahnya mengenai harga pokok barang yang dijual yang ditambah dengan keuntungan yang diinginkan. Berarti bank tidak menyediakan dana kepada nasabah untuk membeli sendiri barang yang diinginkan. Namun, bank harus membelikan barang yang dipesan nasabah melalui pihak ketiga dan menjual barang tersebut kepada nasabah sesuai pesannya dengan harga yang telah disepakati. Lebih lanjut (Permana, 2023) bahwa tujuan dari pembiayaan murabahah itu sendiri yaitu untuk memberikan kesempatan kerja dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan berdasarkan pada prinsip-prinsip syariah. Dengan adanya pembiayaan ini, menurut (Sundari, 2024) maka diharapkan masyarakat khususnya pengusaha dapat menikmati pembiayaan ini baik di bidang industri maupun perdagangan, sehingga mampu memberikan kesempatan kerja dan mendukung kegiatan distribusi dan produksi masyarakat diberbagai kalangan.

KSPPS Nusa Ummat Sejahtera Subang menawarkan berbagai produk pembiayaan murabahah, antara lain :

a) Pembiayaan modal kerja

Untuk membantu anggota koperasi dalam memenuhi kebutuhan modal kerja untuk usahanya, seperti memberikan pembiayaan untuk pembelian bahan baku, pembayaran gaji karyawan, dan biaya operasional lainnya. Metode kerjanya adalah sebagai berikut: Koperasi membeli barang-barang yang dibutuhkan oleh anggota, kemudian menjual barang-barang tersebut kepada anggota dengan harga yang disepakati, yang termasuk margin keuntungan, dan anggota membayar harga jual secara angsuran.

b) Pembiayaan investasi

Membantu anggota koperasi dalam membiayai pembelian aset tetap untuk usahanya. Contoh: Pembiayaan untuk pembelian mesin produksi, kendaraan operasional, dan properti. Koperasi membeli aset yang dibutuhkan anggota. Koperasi menjual aset

tersebut kepada anggota dengan harga yang disepakati (termasuk margin keuntungan). Anggota membayar harga jual secara angsuran.

c) Pembiayaan Kounsumtif

Membantu anggota koperasi dalam memenuhi kebutuhan konsumtifnya. Contoh: Pembiayaan untuk pembelian rumah, kendaraan pribadi, dan kebutuhan lainnya. Skema: Koperasi membeli barang yang dibutuhkan anggota. Koperasi menjual barang tersebut kepada anggota dengan harga yang disepakati (termasuk margin keuntungan). Anggota membayar harga jual secara angsuran.

d) Pembiayaan Multiguna

Membantu anggota koperasi dalam memenuhi berbagai kebutuhan, baik modal kerja, investasi, maupun konsumtif. Skema: Koperasi memberikan pinjaman kepada anggota dengan nominal tertentu. Anggota dapat menggunakan pinjaman tersebut untuk berbagai kebutuhan. Anggota membayar pinjaman secara angsuran.

Koperasi ini memberikan berbagai keunggulan dalam produk pembiayaan murabahah, antara lain : 1) Proses pengajuan yang mudah dan cepat, 2) Pelayanan yang professional, serta 3) Jaminan yang terpercaya. Dalam Undang-Undang Nomor 17 tahun 2012 tentang perkoperasian, koperasi adalah badan hukum yang didirikan oleh orang perseorangan atau badan hukum Koperasi, dengan pemisahan kekayaan para anggotanya sebagai modal untuk menjalankan usaha, yang memenuhi aspirasi dan kebutuhan bersama di bidang ekonomi, sosial, dan budaya sesuai dengan nilai dan prinsip Koperasi.

Dilihat dari masalah sektor jumlah anggota yang tergolong rendah di sebabkan oleh kurangnya pemahaman masyarakat mengenai pembiayaan murabahah, maka atas dasar pemaparan tersebut penulis menetapkan judul: “Optimalisasi Strategi Pemasaran Pembiayaan Murabahah Dalam Meningkatkan Jumlah Anggota (Studi kasus pada KSPPS Nusa Ummat Sejahtera Subang)”

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini berusaha untuk menganalisis dan mendeskripsikan Optimalisasi Strategi Pemasaran Pembiayaan Murabahah Dalam Meningkatkan Jumlah Anggota. Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah berupa metode deskriptif analisis. Menurut (Haris, 2023) bahwa deskriptif analisis adalah penelaahan secara empiris yang menyelidiki suatu gejala atau fenomena khusus dalam latar kehidupan nyata. Hasil penelitian ini dikumpulkan dengan data primer dan data skunder.

Adapun pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Menurut Bogdan dan Taylor dalam (Arifudin, 2023) menyatakan pendekatan kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Menurut (Rahayu, 2020) bahwa caranya dengan mentranskripsikan data, kemudian pengkodean pada catatan-catatan yang ada di lapangan dan diinterpretasikan data tersebut untuk memperoleh kesimpulan.

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan metode penelitian lapangan (*field research*). Menurut (Sofyan, 2020) bahwa pendekatan ini disesuaikan dengan tujuan pokok penelitian, yaitu mendeskripsikan dan menganalisis mengenai Optimalisasi Strategi Pemasaran Pembiayaan Murabahah Dalam Meningkatkan Jumlah

Anggota. Sehingga dengan metode tersebut akan mampu menjelaskan permasalahan dari penelitian (Arifudin, 2018).

Penentuan teknik pengumpulan data yang tepat sangat menentukan kebenaran ilmiah suatu penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Observasi, Wawancara dan Dokumentasi.

Teknik dapat dilihat sebagai sarana untuk melakukan pekerjaan teknis dengan hati-hati menggunakan pikiran untuk mencapai tujuan. Walaupun kajian sebenarnya merupakan upaya dalam lingkup ilmu pengetahuan, namun dilakukan untuk mengumpulkan data secara realistis secara sistematis untuk mewujudkan kebenaran. Metodologi penelitian adalah sarana untuk menemukan obat untuk masalah apa pun. Dalam hal ini, penulis mengumpulkan informasi tentang Optimalisasi Strategi Pemasaran Pembiayaan Murabahah Dalam Meningkatkan Jumlah Anggota dari buku-buku, artikel, jurnal, skripsi, tesis, ebook, dan lain-lain (Ramli, 2024).

Karena membutuhkan bahan dari perpustakaan untuk sumber datanya, maka penelitian ini memanfaatkan penelitian kepustakaan. Peneliti membutuhkan buku, artikel ilmiah, dan literatur lain yang berkaitan dengan topik dan masalah yang mereka jelajahi, baik cetak maupun online (Arifudin, 2022).

Mencari informasi dari sumber data memerlukan penggunaan teknik pengumpulan data. Amir Hamzah dalam (Arifudin, 2024) mengklaim bahwa pendataan merupakan upaya untuk mengumpulkan informasi yang berkaitan dengan pokok bahasan yang diteliti. Penulis menggunakan metode penelitian kepustakaan untuk mengumpulkan data. Secara khusus, penulis memulai dengan perpustakaan untuk mengumpulkan informasi dari buku, kamus, jurnal, ensiklopedi, makalah, terbitan berkala, dan sumber lainnya yang membagikan Optimalisasi Strategi Pemasaran Pembiayaan Murabahah Dalam Meningkatkan Jumlah Anggota.

Lebih lanjut Amir Hamzah mengatakan bahwa pengumpulan data diartikan berbagai usaha untuk mengumpulkan fakta-fakta yang berkaitan dengan topik atau pembahasan yang sedang atau akan digali (Arifudin, 2020). Rincian tersebut dapat ditemukan dalam literatur ilmiah, penelitian, dan tulisan-tulisan ilmiah, disertasi, tesis, dan sumber tertulis lainnya. Menurut (Damayanti, 2020) bahwa pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai keadaan, menggunakan sumber yang berbeda, dan menggunakan teknik yang berbeda.

Observasi adalah bagian dari proses penelitian secara langsung terhadap fenomena-fenomena yang hendak diteliti (Sappaile, 2024). Dengan metode ini, peneliti dapat melihat dan merasakan secara langsung suasana dan kondisi subyek penelitian (Tanjung, 2020). Hal-hal yang diamati dalam penelitian ini adalah tentang Optimalisasi Strategi Pemasaran Pembiayaan Murabahah Dalam Meningkatkan Jumlah Anggota.

Teknik wawancara dalam penelitian ini adalah wawancara terstruktur, yaitu wawancara yang dilakukan dengan menggunakan berbagai pedoman baku yang telah ditetapkan, pertanyaan disusun sesuai dengan kebutuhan informasi dan setiap pertanyaan yang diperlukan dalam mengungkap setiap data-data empiris (Tanjung, 2019).

Dokumentasi adalah salah satu teknik pengumpulan data melalui dokumen atau catatan-catatan tertulis yang ada (Tanjung, 2023). Dokumentasi berasal dari kata dokumen, yang berarti barang-barang tertulis. Di dalam melaksanakan metode dokumentasi, peneliti menyelidiki benda-benda tertulis, seperti buku-buku, majalah,

notula rapat, dan catatan harian. Menurut Moleong dalam (Rohimah, 2024) bahwa metode dokumentasi adalah cara pengumpulan informasi atau data-data melalui pengujian arsip dan dokumen-dokumen. Strategi dokumentasi juga merupakan teknik pengumpulan data yang diajukan kepada subyek penelitian. Metode pengumpulan data dengan menggunakan metode dokumentasi ini dilakukan untuk mendapatkan data tentang keadaan lembaga (obyek penelitian) yaitu Optimalisasi Strategi Pemasaran Pembiayaan Murabahah Dalam Meningkatkan Jumlah Anggota.

Menurut Muhadjir dalam (Fitria, 2020) menyatakan bahwa analisis data merupakan kegiatan melakukan, mencari dan menyusun catatan temuan secara sistematis melalui pengamatan dan wawancara sehingga peneliti fokus terhadap penelitian yang dikajinya. Setelah itu, menjadikan sebuah bahan temuan untuk orang lain, mengedit, mengklasifikasi, dan menyajikannya.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembiayaan Murabahah di KSPPS Nusa Ummat Sejahtera Subang

Berdasarkan hasil wawancara dengan kepala cabang KSPPS Nusa Ummat Sejahtera, Pembiayaan Murabahah di KSPPS Nusa Ummat Sejahtera Subang mengikuti prinsip syariah Islam, di mana KSPPS Nusa Ummat Sejahtera bertindak sebagai penjual dan nasabah sebagai pembeli. Adapun proses pembiayaan sebagai berikut :

1. Pengajuan Permohonan: Nasabah mengajukan permohonan pembiayaan murabahah dengan mengisi formulir dan menyerahkan dokumen yang diperlukan.
2. Analisis dan Persetujuan: KSPPS Nusa Ummat Sejahtera melakukan analisis terhadap kelayakan kredit nasabah dan kemudian memutuskan untuk menyetujui atau menolak permohonan tersebut.
3. Akad Murabahah: Jika permohonan disetujui, KSPPS Nusa Ummat Sejahtera dan nasabah menandatangani akad murabahah yang berisi kesepakatan tentang: Harga barang, Margin keuntungan, Jangka waktu pembayaran.
4. Pembelian Barang: KSPPS Nusa Ummat Sejahtera membeli barang yang diinginkan nasabah dari pihak ketiga.
5. Penyerahan Barang: KSPPS NUS menyerahkan barang kepada nasabah.
6. Pembayaran Angsuran: Nasabah membayar angsuran pembiayaan murabahah secara berkala sesuai dengan jangka waktu yang disepakati.

Dari 130 anggota koperasi hampir seluruhnya mengambil pembiayaan murabahah, karena KSPPS Nusa Ummat Sejahtera Subang memiliki beberapa keunggulan Pembiayaan Murabahah di KSPPS NUS Subang yakni : 1) Proses mudah dan cepat, 2) Margin keuntungan yang kompetitif, 3) Jangka waktu pembayaran yang fleksibel, serta 4) Sesuai dengan syariah Islam.

Syarat dan Ketentuan Pembiayaan Murabahah di KSPPS Nusa Ummat Sejahtera yakni : 1) Nasabah harus menjadi anggota KSPPS Nusa Ummat Sejahtera Subang, 2) Memiliki penghasilan tetap yang cukup untuk membayar angsuran, 3) Menyerahkan dokumen yang diperlukan, serta 4) Memenuhi persyaratan lainnya yang ditentukan oleh KSPPS KSPPS Nusa Ummat Sejahtera Subang.

Persyaratan pengajuan pembiayaan murabahah di KSPPS Nusa Umat Sejahtera Subang antara lain: 1) Fotokopi KTP, 2) Fotokopi KK, 3) Slip gaji atau bukti

penghasilan, 4) Surat keterangan kerja, serta 5) Fotokopi BPKB (jika mengajukan pembiayaan untuk kendaraan).

Adapun Biaya Pembiayaan Murabahah: 1) Biaya administrasi, 2) Biaya provisi, serta 3) Margin keuntungan.

Jangka waktu pembiayaan murabahah di KSPPS NUS Subang umumnya berkisar antara 1 hingga 5 tahun. Adapun jaminan yang dilakukan oleh KSPPS Nusa Ummat Sejahtera ini yaitu berupa sertifikat rumah, sertifikat tanah kosong, sertifikat sawah, bpkb motor, bpkb mobil. Dari segi margin atau bagi hasilnya yang diberikan antara benda bergerak dan tidak bergerak berbeda, margin yang di berikan pada benda bergerak yaitu 1,7 % sedangkan margin yang diberikan pada benda tidak bergerak 1,6 %. Produk pembiayaan murabahah di kspps nusa ummat sejahtera ini berupa : 1) Pembiayaan modal kerja, 2) Pembiayaan investasi, 3) Pembiayaan konsumtif, serta 4) Pembiayaan multiguna.

Pembiayaan murabahah di KSPPS Nusa Umat Sejahtera Subang merupakan pilihan yang tepat bagi nasabah yang ingin mendapatkan pembiayaan yang sesuai dengan syariah Islam. KSPPS Nusa Umat Sejahtera Subang menawarkan berbagai jenis produk pembiayaan murabahah dengan margin keuntungan yang kompetitif dan proses pengajuan yang mudah.

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan penulis, dapat dianalisis bahwa penerapan pembiayaan murabahah di KSPPS Nusa Ummat Sejahtera Subang sudah berjalan dengan cukup bagus. Dimana terdapat proses ijab Qabul (kesepakatan) antara pihak Koperasi dan Anggota, tentunya hal tersebut sudah sesuai dan memenuhi rukun murabahah dimana proses ijab qabul merupakan hal yang mutlak dalam proses pembiayaan murabahah. Selain itu juga dilakukan proses penandatanganan akad antara para pihak untuk pelaksanaan pembiayaan murabahah di KSPPS Nusa Ummat Sejahtera Subang. Di KSPPS Nusa Ummat Sejahtera Subang, tahap awal adalah pengajuan permohonan dengan syarat-syarat yang telah ditentukan di atas, serta negosiasi antara anggota dengan KSPPS Nusa Ummat Sejahtera Subang. Besar kecilnya angsuran serta margin yang ditetapkan disesuaikan dengan kesanggupan anggota untuk membayar angsuran.

Setiap tahapan proses dari pengajuan hingga pemberian biaya Murabahah biasanya akan memakan waktu paling cepat selama 3 (tiga) hari dan paling lambat sampai dengan 7 (Tujuh) hari. Hal ini merupakan bagian proses yang harus dilalui agar proses penyaluran pembiayaan berlangsung selektif dan tepat sasaran dan melalui via telepon jika di ACC pihak KSPPS Nusa Ummat Sejahtera Subang yang akan menghubungi pihak anggota. Sehingga dapat membantu dalam pengembangan perekonomian mikro di sekitar masyarakat Subang.

Berdasarkan hasil penelitian, proses pengamanan pembiayaan Murabahah bagi anggota KSPPS Nusa Ummat Sejahtera Subang dilakukan dengan sangat hati-hati dan objektif. Di mana survey profesional melakukannya. KSPPS Nusa Ummat Sejahtera Subang melakukan analisis menyeluruh dan komprehensif terhadap kesesuaian anggota saat melakukan survei. Salah satu caranya adalah dengan mengecek ke tetangga atau aparat desa tempat tinggal anggota. Dengan begitu akan tahu apakah yang dikomunikasikan anggota itu benar atau tidak. Selain itu, KSPPS Nusa Ummat Sejahtera Subang sering mengalami kesulitan dalam pembiayaan murabahah, terutama terkait sifat calon anggota. Selain Tim peneliti KSPPS Nusa Ummat Sejahtera Subang

menyelidiki karakter calon anggota dengan menggunakan metode wawancara, serta mensurvei tetangga anggota untuk memastikan karakter baik anggota.

Ini juga merupakan upaya proaktif untuk mencegah situasi dan kondisi yang tidak diinginkan. Salah satunya adalah munculnya pembiayaan bermasalah, yang tentunya menjadi masalah klasik yang sering dihadapi hampir semua lembaga simpan pinjam lainnya. Dengan demikian, proses seleksi pada KSPPS Nusa Ummat Sejahtera Subang merupakan upaya proaktif yang dilakukan sedini mungkin untuk menghindari pembiayaan bermasalah untuk pembiayaan murabahah.

Menurut (Rosmania, 2023) bahwa persyaratan pengajuan pembiayaan murabahah relatif sederhana dan mudah, karena masyarakat pada dasarnya tidak menyukai persyaratan yang rumit dan sulit, sehingga anggota yang membutuhkan dana untuk memiliki produk/komoditas yang diinginkannya dapat mengajukan permohonan pembiayaan murabahah ke KSPPS Nusa Ummat Sejahtera Subang.

Berdasarkan prosedur di atas, penulis dapat menyimpulkan bahwa aplikasi/prosedur pembiayaan antara KSPPS Nusa Ummat Sejahtera Subang dengan teori yang ada tidak jauh berbeda dan secara umum sama, perbedaannya terletak pada persyaratan dan ukuran penilaian yang ditetapkan oleh KSPPS Nusa Ummat Sejahtera Subang dan aspek-aspeknya dalam memberikan pembiayaan murabahah kepada calon anggota.

Strategi pemasaran pembiayaan murabahah di KSPPS Nusa Ummat Sejahtera

Berdasar wawancara dengan bagian marketing di Kspps Nusa Ummat Sejahtera Subang, Strategi pemasaran pembiayaan murabahah di KSPPS Nusa Ummat Sejahtera Subang ada 2 yaitu media online dan offline. Media online melalui media whastapp, sedangkan media offline dengan melakukan pembagian browsur dan sepanduk. KSPPS Nusa Ummat Sejahtera Subang masih bersifat konvensional, Selain itu, koperasi ini juga belum sepenuhnya memanfaatkan media sosial secara maksimal untuk mempromosikan produk pembiayaan murabahah. Pembagian brosur dilakukan di Alun-alun Subang, Pasar terminal, dan pada saat ada acara tertentu yang sekiranya ramai orang.

Berdasarkan hasil wawancara dengan bagian marketing Koperasi Syariah Nusa Ummat Sejahtera Subang, Penulis membuat kesimpulan penyebab jumlah anggota KSPPS Nusa Ummat Sejahtera ini kekurangan anggota dikarenakan KSPPS Nusa Ummat Sejahtera Subang mengalami stagnasi dalam jumlah anggota dan pertumbuhan pembiayaan murabahah. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain :

1. Kurangnya edukasi dan pemahaman masyarakat tentang produk dan layanan KSPPS Nusa Ummat Sejahtera Subang, khususnya pembiayaan murabahah.
2. Strategi pemasaran yang kurang optimal, sehingga KSPPS Nusa Ummat Sejahtera Subang kurang dikenal oleh masyarakat luas.
3. Persaingan dengan lembaga keuangan syariah lainnya yang lebih gencar dalam melakukan promosi dan menawarkan produk pembiayaan yang variatif.

Sesuai dengan survey dan pengamatan yang dilakukan oleh penulis, tampak permasalahan kurangnya jumlah anggota dikarenakan kurangnya pemahaman masyarakat terhadap pembiayaan murabahah di karenakan strategi pemasaran yang dilakukan oleh KSPPS nusa ummat sejahtera belum efektif. Kondisi ini berakibat pada rendahnya tingkat partisipasi masyarakat dalam KSPPS Nusa Ummat Sejahtera Subang, kurangnya pemahaman masyarakat mengenai pembiayaan murabahah. Berdasarkan data hasil penelitian menunjukkan sebagian besar Jumlah Anggota belum mencapai

ketuntasan pembelajaran dan pemahaman tentang akad murabahah pada KSPPS Nusa Ummat Sejahtera Subang. Berdasarkan hasil wawancara dengan bagian marketing, penulis merekomendasikan satu strategi pemasaran untuk meningkatkan jumlah anggota KSPPS Nusa Ummat Sejahtera yaitu melakukan strategi referal, yang dimana strategi tersebut menerapkan strategi pemasaran melalui anggota koperasi yaitu dengan cara anggota membawa anggota atau nasabah bawa nasabah. Dengan membuat suatu kelompok di kalangan masyarakat untuk melakukan pemahaman tentang pembiayaan murabahah, memanfaatkan media sosial seperti membuat iklan di media sosial, melakukan promosi dan event untuk membuat daya tarik masyarakat, melakukan seminar tentang pemahaman pembiayaan murabahah.

Pengoptimalisasian strategi pemasaran pembiayaan murabahah di KSPPS Nusa Ummat Sejahtera Subang

Berdasarkan hasil wawancara dengan kepala cabang KSPPS Nusa Ummat Sejahtera Subang, mengatakan bahwa strategi pemasaran pembiayaan murabahah di KSPPS nusa ummat sejahtera belum cukup optimal, hal itu di karenakan jumlah anggota KSPPS Nusa Ummat Sejahtera KC Subang masih belum mencapai target yang diharapkan. Jumlah anggota koperasi ini sebanyak 130 orang, jumlah ini masih jauh dari target yang ditetapkan oleh koperasi, yaitu sebanyak 1.500 orang pada tahun 2024. Salah satu faktor yang menyebabkan jumlah anggota KSPPS Nusa Ummat Sejahtera KC Subang belum mencapai target adalah karena strategi pemasaran pembiayaan murabahah yang belum optimal di karenakan ada berbagai masalah yang di hadapi oleh KSPPS Nusa Ummat Sejahtera Subang yaitu :

1. Rendahnya tingkat literasi keuangan syariah masyarakat
2. Persaingan dengan lembaga keuangan konvensional
3. Keterbatasan sumber daya manusia dan keuangan.
4. Persaingan dengan lembaga keuangan syariah lainnya yang lebih gencar dalam melakukan promosi dan menawarkan produk pembiayaan yang variatif.

Berdasarkan temuan dan pengamatan terhadap strategi pemasaran KSPPS Nusa Ummat Sejahtera Subang, penulis menganalisis strategi pemasaran tersebut. Strategi pemasaran yang diterapkan KSPPS Nusa Ummat Sejahtera Subang menggunakan STP karena KSPPS Nusa Ummat Sejahtera masih menerapkan metode lama dan masih dalam tahap perkembangan atau pertumbuhan untuk kemajuan yang lebih baik terutama produk pembiayaan murabahah.

Pemasaran yang optimal ini adalah dengan memanfaatkan media sosial dan teknologi internet yang semakin maju, dimana penggunaan media sosial ini lebih dikenal dengan Promosi digital atau digital *marketing* (Siregar, 2021). Banyaknya minat penggunaan platform media sosial ini menjadi ladang pemasaran KSPPS Nusa Ummat Sejahtera Subang dengan menyasar orang-orang yang tepat sehingga penawaran produk pembiayaan murabahah akan dilakukan.

Hal ini menjadi bukti bahwa KSPPS Nusa Ummat Sejahtera Subang masih cukup optimal dalam strategi pemasaran yang dilakukan KSPPS Nusa Ummat Sejahtera Subang adalah dengan meningkatkan pelayanan kepada anggota, meningkatkan kualitas SDM, dan meningkatkan media sosial terhadap peningkatan jumlah anggota KSPPS Nusa Ummat Sejahtera Subang terutama dalam produk pembiayaan murabahah.

Berdasarkan hasil pengamatan penulis untuk mengoptimalkan strategi pemasaran pembiayaan murabahah di KSPPS nusa ummat sejahtera yaitu dengan cara melakukan

promosi melalui media sosial dan iklan, membuat spanduk, dan menyebar brosur, mengadakan kegiatan seminar berupa pemahaman tentang pembiayaan murabahah kepada nasabah KSPPS Nusa Ummat Sejahtera. Melakukan kerja sama dengan lembaga keuangan lainnya.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa optimalisasi strategi pemasaran pembiayaan murabahah dalam meningkatkan jumlah anggota koperasi syariah (Studi Pada KSPPS Nusa Ummat Sejahtera Subang) yaitu menjadi bukti bahwa KSPPS Nusa Ummat Sejahtera Subang masih cukup optimal dalam strategi pemasaran yang dilakukan KSPPS Nusa Ummat Sejahtera Subang adalah dengan meningkatkan pelayanan kepada anggota, meningkatkan kualitas SDM, dan meningkatkan media sosial terhadap peningkatan jumlah anggota KSPPS Nusa Ummat Sejahtera Subang terutama dalam produk pembiayaan murabahah. Penerapan/prosedur pembiayaan murabahah antara KSPPS Nusa Ummat Sejahtera Subang dengan teori yang ada tidak jauh berbeda dan secara umum sama, perbedaannya terletak pada persyaratan dan ukuran penilaian yang KSPPS Nusa Ummat Sejahtera Subang dan aspek-aspeknya dalam memberikan pembiayaan murabahah kepada calon anggota. KSPPS Nusa Ummat Sejahtera Subang mampu menghadapi persaingan yang ketat serta akan lebih mudah menarik masyarakat untuk bergabung dengan KSPPS Nusa Ummat Sejahtera Subang dan hasilnya berdampak pada peningkatan jumlah anggotanya.

Saran berdasar hasil penelitian ini ditemukan bahwa KSPPS Nusa Ummat Sejahtera Subang dapat menggunakan alternatif lain sebagai upaya penerapan strategi yang signifikan, yakni dengan menggunakan alat promosi, seperti melakukan pemasaran melalui radio, brosur dan masuk dalam organisasi masyarakat dengan cara mengadakan seminar pemahaman tentang pembiayaan murabahah, dan menggunakan promosi referral yaitu dimana Anggota membawa. Hal ini akan membantu KSPPS Nusa Ummat Sejahtera Subang dalam meningkatkan jumlah anggota pembiayaan murabahah. Menyediakan layanan untuk tanya jawab seputar KSPPS Nusa Ummat Sejahtera Subang baik secara online maupun offline. Adanya pelatihan terkait IT agar lebih menguasai untuk para Staff di KSPPS Nusa Ummat Sejahtera Subang. Adanya pelatihan untuk para staffnya agar lebih menguasai layanan dan jasa yang ada di KSPPS Nusa Ummat Sejahtera Subang dan nantinya akan mempermudah nasabah dalam memahami apa saja yang tersedia di KSPPS Nusa Ummat Sejahtera Subang.

UCAPAN TERIMA KASIH

1. Pimpinan STEI Al-Amar Subang, yang telah mengizinkan kegiatan penelitian ini sehingga terlaksana dengan baik
2. Ketua LPPM STEI Al-Amar Subang yang telah mengizinkan kegiatan penelitian ini sehingga terlaksana dengan baik.
3. Dosen pembimbing yang telah membantu kegiatan penelitian ini sehingga terlaksana dengan baik.

DAFTAR RUJUKAN

Agustina. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Malang: UB Press.

- Antonio, S. (2008). *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*. Jakarta: Gema Insani.
- Arifudin, O. (2018). Pengaruh Pelatihan Dan Motivasi Terhadap Produktivitas Kerja Tenaga Kependidikan STIT Rakeyan Santang Karawang. *MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 2(3), 209–218.
- Arifudin, O. (2019). Pengaruh Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan Di PT. GLOBAL (PT.GM). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 3(2), 184–190.
- Arifudin, O. (2020). Pendampingan Peningkatan Inovasi Produk Makanan Khas Subang Jawa Barat. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 4(6), 1094–1106.
- Arifudin, O. (2021). *Manajemen Strategik Teori Dan Implementasi*. Banyumas : Pena Persada.
- Arifudin, O. (2022). Implementation Of Internal Quality Assurance System In Order To Improve The Quality Of Polytechnical Research. *International Journal of Social Science, Education, Communication and Economics (SINOMICS JOURNAL)*, 1(3), 297–306.
- Arifudin, O. (2023). Pendampingan Meningkatkan Kemampuan Mahasiswa Dalam Submit Jurnal Ilmiah Pada Open Journal System. *Jurnal Bakti Tahsinia*, 1(1), 50–58.
- Arifudin, O. (2024). Utilization of artificial intelligence in scientific writing. *Journal of Technology Global*, 1(2), 131–140.
- Athik Hidayatul Ummah. (2021). *Komunikasi Korporat Teori Dan Praktis*. Bandung: Widina Media Utama.
- Bairizki, A. (2021). *Manajemen Perubahan*. Bandung : Widina Bhakti Persada.
- Berlian, D. (2023). Perbandingan Pemberian Kredit Antara Bank Konvensional Dan Pembiayaan Bank Syariah Kepada Usaha Kecil Dan Menengah. *Jurnal Perbankan Syariah Indonesia (JPSI)*, 2(2), 62–72.
- Damayanti, F. (2020). Pengaruh Lingkungan Kerja Dan Karakteristik Individu Terhadap Kinerja Pegawai Bank BRI Syariah Kabupaten Subang. *Islamic Banking: Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Perbankan Syariah*, 6(1), 35–45.
- Fitria, N. (2020). Analisis Faktor-Faktor Terhadap Pengambilan Keputusan Calon Mahasiswa Untuk Memilih Jurusan Pendidikan Agama Islam. *Jurnal Al-Amar: Ekonomi Syariah, Perbankan Syariah, Agama Islam, Manajemen Dan Pendidikan*, 1(2), 120–127.
- Haris, I. (2023). Pengenalan Teknis Penggunaan Software Turnitin Dan Mendeley Dekstop Untuk Meningkatkan Kualitas Karya Ilmiah Mahasiswa Baru. *Journal Of Human And Education (JAHE)*, 3(2), 172–178.
- Kotler dan Armstrong. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13*. Jakarta : Erlangga.
- Labetubun, M. A. H. (2021). *Sistem Ekonomi Indonesia*. Bandung : Widina Bhakti Persada.
- Nurlatifah, N. (2023). Dampak Pengetahuan Dan Inovasi Bisnis Terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dalam Perspektif Syariah. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 14(2), 395–404.
- Permana, P. H. (2023). Analisa Kualitas Produk Pada Perusahaan Manufaktur Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Perbankan Syariah Indonesia (JPSI)*, 2(2), 96–107.
- Rahayu, Y. N. (2020). *Program Linier (Teori Dan Aplikasi)*. Bandung : Widina Bhakti Persada.

- Ramadhan, K. D. (2023). Implementasi Prinsip Kualitas Dan Etika Islam Dalam Mempertahankan Kelancaran Produksi Pada Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia (JESI)*, 2(2), 142–157.
- Ramli, A. (2024). Analysis of the Influence of Organizational Commitment on Work Discipline of Public High School Teachers. *Journal on Education*, 6(2), 12927–12934.
- Rohimah, R. B. (2024). Madrasah's Contribution To The Empowerment Of The Village Community In Indonesia. *International Journal of Teaching and Learning*, 2(4), 1088–1101.
- Rosmania, R. (2023). Dampak Kompetensi Tenaga Kerja Terhadap Pencapaian Target Di PT. Piranti Teknik Indonesia Dalam Perspektif Syari'ah. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia (JESI)*, 2(2), 109–120.
- Rusmana, F. D. (2020). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Transformasional Dan Transaksional Dengan Kinerja Karyawan BRI Syariah Subang. *Jurnal Makro Manajemen*, 5(2), 157–163.
- Sappaile, B. I. (2024). The Role of Artificial Intelligence in the Development of Digital Era Educational Progress. *Journal of Artificial Intelligence and Development*, 3(1), 1–8.
- Shavab, F. A. (2021). *Dasar Manajemen & Kewirausahaan (Sebuah Tinjauan Teori Dan Praktis)*. Bandung : Widina Bhakti Persada.
- Silaen, N. R. (2021). *Kinerja Karyawan*. Bandung : Widina Bhakti Persada.
- Siregar, R. T. (2021). *Komunikasi Organisasi*. Bandung : Widina Bhakti Persada.
- Sofyan, Y. (2020). Studi Kelayakan Bisnis Telur Asin H-Organik. *Jurnal Ecodemica*, 4(2), 341–352.
- Sudirman, A. (2020). *Prilaku konsumen dan perkembangannya di era digital*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Sugiana, I. (2023). Strategi Pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia (JESI)*, 2(1), 55–65.
- Sukirman, R. P. (2024). Analisis Perbandingan Manajemen Pembiayaan Koperasi Syariah Dan Koperasi Konvensional Terhadap Perekonomian Di Kecamatan Subang. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia (JESI)*, 3(1), 77–88.
- Sundari, S. (2024). Analisis Peran Rekrutmen Karyawan Terhadap Kinerja Karyawan Pada Koperasi Syariah Nusa Ummat Sejahtera Berdasarkan Perspektif Islam Di Kabupaten Subang. *Jurnal Perbankan Syariah Indonesia (JPSI)*, 3(1), 1–13.
- Susanto, A. (2023). Analisis Perkembangan Perbankan Syariah Di Kabupaten Subang. *Jurnal Perbankan Syariah Indonesia (JPSI)*, 2(1), 36–45.
- Susmanto, F. G. (2024). Implementasi Pengelolaan E-Commerce Terhadap Strategi Pemasaran Keripik Pisang Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia (JESI)*, 3(1), 34–49.
- Tanjung, R. (2019). Manajemen Pelayanan Prima Dalam Meningkatkan Kepuasan Mahasiswa Terhadap Layanan Pembelajaran (Studi Kasus di STIT Rakeyan Santang Karawang). *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 3(1), 234–242.
- Tanjung, R. (2020). Pengembangan UKM Turubuk Pangsit Makanan Khas Kabupaten Karawang. *Jurnal Karya Abdi Masyarakat*, 4(2), 323–332.
- Tanjung, R. (2023). Pendampingan Meningkatkan Kemampuan Mahasiswa Dalam

Menulis Jurnal Ilmiah. *Jurnal Karya Inovasi Pengabdian Masyarakat (JKIPM)*, 1(1), 42–52.