

BAB IV

PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Sejarah Singkat KSPP Syariah BMT NU

BMT NU lahir berangkat dari sebuah keprihatinan atas kondisi masyarakat sumenep pada umumnya dan masyarakat kecamatan gapura pada khususnya dimana kesejahteraan mereka tidak ada peningkatan secara signifikan. Padahal etos kerja mereka cukup tinggi hal ini sesuai dengan lagu madura yang berjudul *asapok angin abental ombak* (berselimut angin dan berbantal ombak) adalah masyarakat kecamatan gapura Kab. Sumenep termasuk pekerja keras, suami istri saling bahu membahu untuk memenuhi kebutuhan hidup, akan tetapi kerja keras mereka tidak mampu meningkatkan taraf hidupnya. Hal inilah yang membuat Nahdlatul Ulama prihatin.

Pada tahun 2003 pengurus MWC NU Gapura waktu itu bertindak sebagai Rois Suriyah KHM Asy'ari Marzuki dan sebagai ketua Tanfidziah KH Moh Ma'ruf, memberikan tugas kepada lembaga perekonomian yang waktu itu bertindak sebagai ketua lembaga perekonomian adalah Masyudi untuk melakukan aksi nyata dalam meningkatkan ekonomi warga Nahdliyin. Berangkat dari kesepakatan bersama, akhirnya lembaga perekonomian merencanakan program penguatan ekonomi kerakyatan untuk kesejahteraan masyarakat yang mardhatillah.

Untuk mewujudkan program tersebut, serangkaian upaya telah dilakukan oleh lembaga perekonomian MWC NU Gapura, diawali dengan pelatihan kewirausahaan (08-10 April 2003) bincang bersama alumni pelatih guna merumuskan model penguatan ekonomi kerakyatan (13 Juli 2003), temu usaha (21 November 2003), lokakarya tanaman alternatif selain tembakau (13 Mei 2004) dan lokakarya perencanaan pembentukan BUMNU (Badan Usaha Milik NU).

Dari lokakarya tersebut akhirnya ditemukan bahwa persoalan yang sedang dihadapi oleh masyarakat kecil adalah lemahnya akses permodalan, lemahnya pemasaran, dan lemahnya penguasaan teknologi selanjutnya peserta lokakarya sepakat bahwa yang perlu pertama kali diutamakan adalah penguatan modal bagi usaha kecil dan mikro yang selama ini kurang mendapat akses permodalan dan dikuasai oleh para pemodal besar atau praktek rentener yang cenderung mencekik usaha mereka. Oleh karenanya, ketua lembaga perekonomian NU kala itu, menawarkan gagasan untuk mendirikan *Baitul Maal wa Tamwil* (BMT), sebagai lembaga keuangan mikro syari'ah yang bergerak di bidang usaha simpan pinjam bagi anggotanya. Gagasan ini berangkat dari sebuah keprihatinan semakin merajalelanya praktik rentenir dengan tingkat bunga mencapai hingga 50% dalam sebulan.

Pada awalnya para peserta lokakarya dan pengurus MWC NU Gapura keberatan dengan gagasan ketua lembaga perekonomian untuk mendirikan BMT. Keberatan mereka bukan tanpa alasan, salah satu alasan mendasar bagi mereka karena trauma masa lalu yang seringkali di bentuk lembaga keuangan, ujung-ujungnya uang mereka disalah gunakan. Akhirnya pada tanggal 01 Juli 2004 pengurus MWC NU bersama-sama dengan peserta lokakarya menyepakati

gagasan untuk mendirikan sebuah usaha simpan pinjam pola syari'ah yang diberi nama BMT (*Baitul Maal wa Tamwil*).

Salah satu tantangan terberat bagi pengurus diawal berdirinya BMT NU adalah meyakinkan kembali seluruh pendiri BMT NU yang nota bene dari kalangan pengurus MWC NU Gapura. Sebab di awal berdirinya, dari 36 (tiga puluh enam) orang yang bersepakat untuk mendirikan BMT NU hanya 22 (dua puluh dua) orang yang bersedia membayar simpanan anggota dan hanya terkumpul modal awal sebesar Rp.400.000- (empat ratus ribu rupiah). Kenyataan ini, mengharuskan pengurus BMT NU bekerja keras guna meyakinkan mereka dan masyarakat, bahwa BMT NU yang dilahirkan benar-benar dapat bermanfaat bagi peningkatan usaha kecil dan menengah dan simpanan mereka akan aman dan menentramkan karena dikelola secara profesional dan bebas dari praktik riba yang di haramkan oleh Allah SWT.

Semangat dan motivasi tinggi dari pengurus yang waktu itu hanya 2 (dua) orang (Masyudi dan Darwis) benar-benar diuji dan memerlukan dedikasi secara total untuk dapat meningkatkan dan mengembangkan BMT NU yang diyakini mampu mengangkat ekonomi usaha kecil dan mikro. Hal ini tidak terlepas dari kondisi dan *image* masyarakat terhadap perjalanan koperasi yang seringkali mati ditengah jalan dan simpanan anggota tidak diketahui nasibnya, bahkan banyak koperasi yang ujung-ujungnya hanya menguntungkan pengurusnya saja. Kerja keras dan dedikasi total pengurus pada tahun 2004 belum banyak membuahkan hasil. Hal ini terlihat dari modal awal Rp. 400.000,- di awal berdirinya (1 juli 2004) sampai dengan Desember 2004 hanya meningkat menjadi Rp. 2.172.000,- dengan laba bersih yang di peroleh Rp. 42.000- padahal biaya operasionalnya

tidak di bebaskan kepada BMT NU melainkan di bebaskan kepada pengurus sebagai wujud pengorbanan pengurus.

Melihat kondisi seperti ini, akhirnya rapat anggota pertama (04 Januari 2005) memutuskan untuk menambah 1 (satu) orang lagi pengurus yaitu saudara Sudahri. Tidak hanya itu, rapat anggota tidak hanya memutuskan untuk membuka hari layanan yaitu setiap hari selasa dan sabtu mulai jam 09:00 s.d 12:00 WIB dengan menempati salah satu ruangan di kantor MWC NU Gapura atas persetujuan dari MWC NU Gapura yang waktu itu selaku Rois Syuriah, KH. Moh Ma'ruf dan ketua Tanfidziyah, A Ruhan Wahyudi, S.Ag. Namun ternyata, di tahun 2005 kondisinya tetap tidak jauh berbeda dengan tahun 2004 perkembangan yang terjadi jauh dari harapan, hal ini karena masyarakat yang mau bergabung dan menabung masih belum percaya sepenuhnya dan harus berfikir seribu kali untuk menjadi anggota BMT NU.

Disaat pengelola BMT NU dan MWC NU hampir putus asa, ada sebuah kejadian yang tidak bisa dilupakan sepanjang sejarahnya BMT NU yaitu terdapat 4 (empat) orang ibu-ibu tua mereka pedagang ikan, pembuat tikar, pedagang bubur, dan soto yang menangis disaat menerima pinjaman dari BMT NU sebesar Rp. 200.000- dengan jasa pinjaman seikhlasnya. Tangisan ibu-ibu itulah, seolah-olah menyadarkan kami bahwa perjuangan ini harus dilanjutkan, kami tidak boleh putus asa, kami harus belajar dari kegagalan selama ini, kami harus bangkit walaupun banyak rintangan yang menghadang.

Akhirnya sejak tahun 2006 kehadiran BMT NU mulai terasa perkembangannya dan tangisan tersebut telah memberikan jalan kepada pengurus untuk bisa melalui masa-masa sulit dan Alhamdulillah hingga sekarang tetap

eksis. Hal ini terbukti pada akhir tahun buku 2006 jumlah aset BMT NU sudah mencapai Rp. 30.361.230,17 dengan jumlah anggota 182 orang dan laba bersih Rp. 5.356.282.

Melihat perkembangan BMT NU pada akhir 2006, maka pada tanggal 12 April 2007 pengurus melengkapi legal formalnya sebagai sebuah koperasi agar mendapatkan pengakuan dari pemerintah, dan akhirnya pada tanggal 4 Mei 2007 telah resmi terdaftar di akte notaries dengan Nomor: 10, Badan Hukum: 188.4/11/BH/XVI.26/435.113/2007, SIUP: 503/6731/SIUP-K/435,114/2007, TDP: 132125200588, dan NPWP: 02.599.962.4-608.000.

Sedangkan KSPPS BMT NU Cabang Pakong didirikan pada **23 Maret 2016**. Dengan semakin tingginya tingkat kepercayaan masyarakat kepada lembaga keuangan syari'ah, menjadikan peluang KSPP Syariah BMT NU Cabang Pakong untuk mengelola dan menyalurkan dana ke masyarakat lebih terbuka. Melalui kinerja yang berbasis syari'ah diharapkan KSPP Syariah BMT NU Cabang Pakong mampu menjadi salah satu pendorong bangkitnya perekonomian di tingkat mikro yang berbasiskan syari'ah di daerah Pakong pada khususnya.¹

2. Visi dan Misi KSPP Syariah BMT NU Cabang Pakong

Visi dari KSPP Syariah BMT NU Cabang Pakong adalah terwujudnya BMT NU yang jujur, amanah, dan professional sehingga anggun dalam layanan, unggul dalam kinerja menuju terbentuknya 100 kantor cabang pada tahun 2026 untuk kemandirian dan kesejahteraan anggota.

¹ [Http://www.bmtnujawatimur.com](http://www.bmtnujawatimur.com), diakses pada tanggal 28 Juli 2019 pukul 10.22.

Adapun misinya adalah:

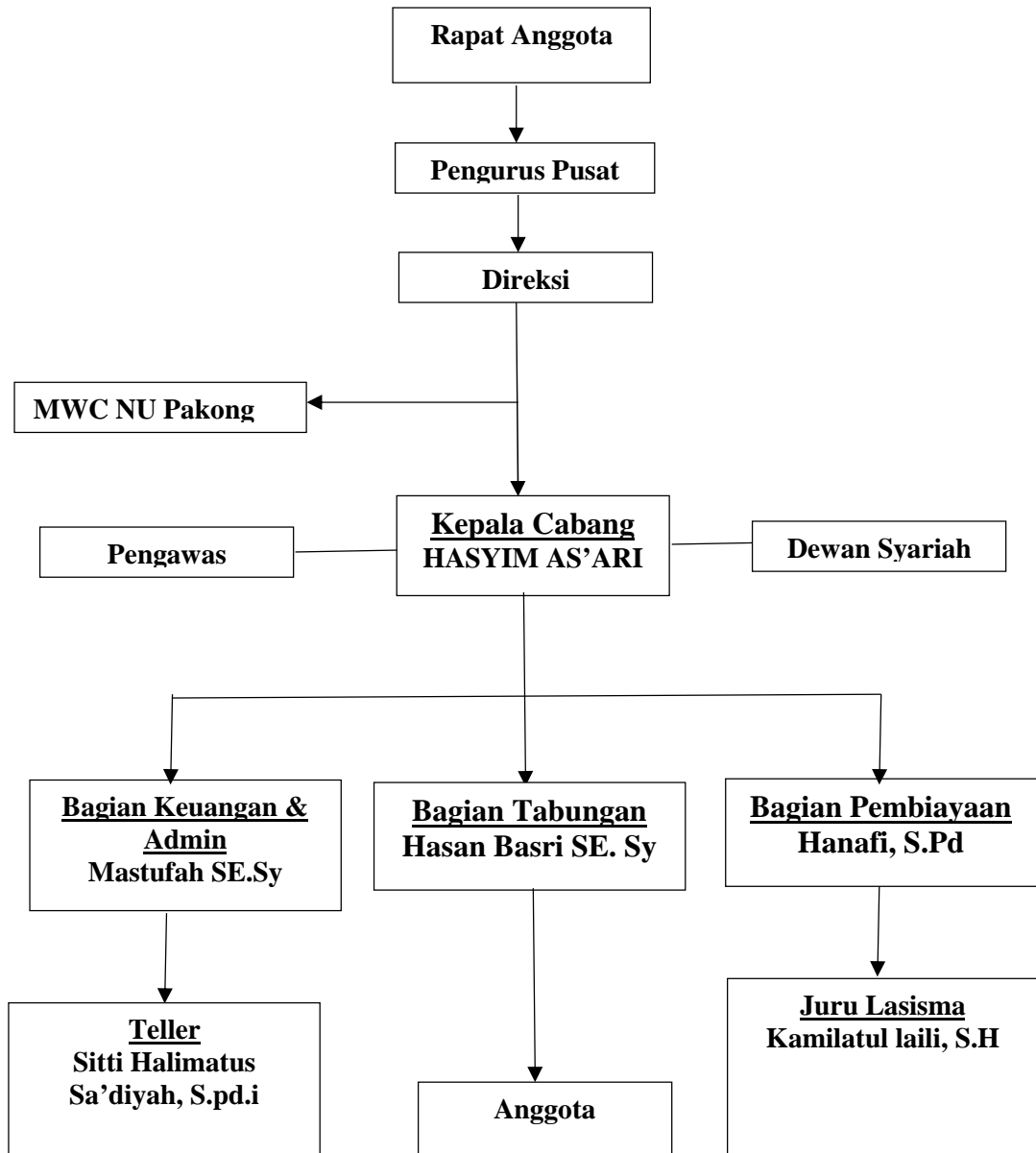
- a. Memberikan layanan prima, bina usaha dan solusi kepada anggota sebagai pilihan utama menerapkan dan mengembangkan nilai-nilai.
- b. Syariah secara murni dan konsekuen sehingga menjadi acuan tata kelola usaha yang profesional dan amanah.
- c. Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan yang berkesinambungan menuju berdirinya 100 kantor cabang pada tahun 2026.
- d. Mengutamakan penghimpunan dana atas dasar ta'awun dan penyaluran pembiayaan pada segmen UMKM baik secara pereorangan maupun berbasis jamaah.
- e. Mewujudkan penghimpunan dan penyaluran zakat, infaq, shodaqah, dan waqaf.
- f. Menyiapkan dan mengembangkan SDI yang berkualitas, profesional, dan memiliki integritas tinggi.
- g. Mengembangkan budaya dan lingkungan kerja yang ramah dan sehat serta management yang sesuai prinsip kehati-hatian.
- h. Menciptakan kondisi terbaik SDI sebagai tempat kebanggaan dalam mengabdikan tanpa batas dan melayani dengan ikhlas sebagai perwujudan ibadah.
- i. Meningkatkan kepedulian dan tanggung jawab kepada lingkungan dan jamaah.²

²[Http://www.bmtnujawatimur.com](http://www.bmtnujawatimur.com), diakses pada tanggal 28 Juli 2019 pukul 10.22.

3. Struktur Organisasi KSPP Syariah BMT NU Cabang Pakong

Gambar 4.1

Jaringan organisasi KSPP Syariah BMT NU Cabang Pakong



Sumber: Data struktur organisasi KSPP Syariah BMT NU Cabang Pakong (2020)

4. Standart Operating Prosedur (SOP) Strategi Pemasaran dan Defisi BMT NU Cabang Pakong

Melihat dari penelitian penulis yang membahas mengenai Strategi pemasaran, maka penulis memaparkan mengenai SOP yang terkait dengan strategi pemasaran, adapun rincian tersebut adalah:

a. Kepala Cabang

1) Fungsinya Kepala Cabang ;

- a) Menentukan arah Kegiatan dan Mengelola kantor cabang secara keseluruhnya demi terwujudnya visi dan misi serta Tujuan KSPP Syariah BMT NU;
- b) Memimpin Jalannya Kantor Cabang BMT NU secara Profesional dan Amanah;
- c) Bertanggung Jawab terhadap Kinerja kantor cabang KSPP Syariah BMT NU baik secara Intern maupun Ekstern
- d) Menjaga kelangsungan dan pengembangan Usaha kantor cabang KSPP Syariah BMT NU yang telah ditetapkan oleh Pengurus pusat;
- e) Mewakili KSPP Syariah BMT NU Cabang dalam melakukan tindakan keluar baik yang bersifat pertemuan, negoisasi, penandatanganan kerjasama, undangan ataupun lainnya.
- f) Melaksanakan Program Kerja dan RAPB. sesuai dengan AD/ART dan kesepakatan RA.
- g) Menciptakan sistem pengendalian intern, manajemen risiko, menjamin terselenggaranya fungsi audit intern dalam setiap tingkatan manajemen.
- h) Menetapkan strategi dan kebijakan Koperasi berdasarkan prinsip syariah dan kebijakan pendukung lainnya.

- i) Memastikan terselenggaranya pelaksanaan tata kelola Koperasi yang baik (*Good Corporate Governance*) dalam setiap kegiatan usaha KSPP Syariah BMT NU berdasarkan dengan prinsip kehati-hatian dan prinsip Syariah.
- j) Mengupayakan terjaganya likuiditas dengan mengatur manajemen dana seoptimal mungkin hingga tidak terjadi dana rush maupun idle.
- k) Menindak Lanjuti Temuan dan rekomendasi dari Pengurus pusat maupun Direksi.
- l) Membina hubungan dengan seluruh mitra kerja KSPP Syariah BMT NU agar dapat terwujud hubungan yang saling menguntungkan bagi kedua belah pihak.
- m) Mengawasi dan Memonitoring Tugas – Tugas pengelola;
- n) Memproses Rekrutmen dan Pemberhentian Anggota;

2) Tugas Pokok dan Tanggung Jawab Kepala Cabang;

- a) Menyusun visi, misi, dan nilai-nilai serta rencana strategis dalam bentuk Rencana Kerja dan rencana bisnis (Business Plan) Menyusun serta menela'ah management Resiko;
- b) Mengajukan PK dan RAPB kantor cabang KSPP Syariah BMT NU kepada Direksi;
- c) Melakukan pengelolaan KSPP Syariah BMT NU sesuai dengan wewenang dan tanggung jawabnya sesuai Anggaran Dasar, peraturan Khusus yang berlaku dan prinsip-prinsip Koperasi.
- d) Melakukan Kontrol secara keseluruhan dan memberikan arahan dalam upaya mengembangkan dan meningkatkan kualitas KSPP Syariah BMT NU demi tercapainya target Usaha;
- e) Mengendalikan aktivitas *funding* dan *lending* di KSPP Syariah BMT NU.

- f) Melakukan Kontrol / Chek keuangan
- g) Mengupayakan terjaganya likuiditas dengan mengatur manajemen dana seoptimal mungkin hingga tidak terjadi dana *rush* maupun *idle*.
- h) Memberikan masukan pada pengelola mengenai strategi-strategi yang dapat dikembangkan KSPP Syariah BMT NU dalam pencapaian target
- i) Memimpin Rapat-rapat untuk membahas capaian target dan kendala-kendala yang dihadapi KSPP Syariah BMT NU.
- j) Mengadakan evaluasi secara berkala terhadap realisasi pencapaian target dan menetapkan langkah-langkah peningkatan kinerja yang harus dilakukan
- k) Menyelenggarakan rapat dengan pengawas dan melaporkan perkembangan Cabang KSPP Syariah BMT NU secara periodic
- l) Menjaga kondisi kerja yang aman, nyaman, harmonis dan kondusif
- m) Meningkatkan kualitas Sumber Daya Insani KSPP Syariah BMT NU
- n) Mengendalikan sumber daya yang dimiliki BMT NU Cabang secara efektif dan efisien.
- o) Menyediakan data dan informasi yang akurat, relevan, dan tepat waktu kepada Pengurus pusat atau direksi.
- p) Memberikan Persetujuan dan atau penolakan terhadap permohonan pembiayaan sesuai dengan kewenangannya;
- q) Secara berkala dan terencana melakukan kunjungan pasar untuk melihat potensi-potensi yang perlu dikembangkan
- r) Melakukan analisa laporan kondisi dan situasi pasar beserta analisa pesaing.
- s) Menjalin hubungan dengan anggota dan mitra khususnya dalam hal penanganan komplain, pengukuran kepuasan dan sebagainya

- t) Melakukan perencanaan strategi pemasaran yang terpadu dan efisien dengan memperhatikan sumber daya koperasi.
- u) Melakukan tindakan pencegahan agar kebijakan dan/atau keputusan yang diambil tidak menyimpang dari ketentuan dan peraturan perundang-undangan yang berlaku termasuk prinsip syariah;
- v) Memantau potensi-potensi bawahan untuk dilakukan pembinaan sehingga menjadi lebih baik.
- w) Memastikan terlaksananya pelayanan yang memuaskan (*service excellent*) kepada mitra / anggota KSPP Syariah BMT NU
- x) Menyelesaikan sesegera mungkin apabila ada kasus yang berkaitan dengan anggota dan mitra.
- y) Melakukan Evaluasi dan terselesaikannya seluruh permasalahan yang ada dalam operasional KSPP Syariah BMT NU.
- z) Mencari alternative sumber dana tambahan;

b. Bagian Keuangan, Administrasi dan Umum, Pelayanan Anggota

1) Fungsi dari Bagian Keuangan, Administrasi dan Umum, Pelayanan Anggota

- a) Bertanggung Jawab dan mengarsip seluruh tanda bukti transaksi untuk kebenaran pencatatan transaksi sesuai dengan prinsip akuntansi pola syari'ah yang berlaku dilingkungan kantor cabang KSPP Syariah BMT NU.
- b) Bertanggung jawab atas pengelolaan keuangan Kantor Cabang KSPP Syariah BMT NU;
- c) Memberikan pelayanan terbaik kepada anggota dan Penabung;

- d) Bertanggung jawab atas administrasi yang berkaitan dengan Aplikasi.
- e) Pembukaan rekening simpanan/tabungan dan pembiayaan;
- f) Bertanggung jawab terhadap pemenuhan sarana dan logistik Kantor Cabang;

**2) Tugas Pokok dan Tanggung Jawab dari Bagian Keuangan,
Administrasi dan Umum, Pelayanan Anggota**

- a) Melakukan penghimpunan dana;
- b) Mencari terobosan sumber-sumber dana alternative;
- c) Memonitoring saldo simpanan masing – masing Anggota dan Penabung;
- d) Membuat analisa Prediksi Penarikan Tabungan pada Setiap Awal Bulan untuk disampaikan kepada kepala cabang;
- e) Membuat dan atau mengevaluasi produk KSPP Syariah BMT NU sesuai dengan kebutuhan pasar;
- f) Menginventarisasikan kendala perolehan dana tabungan;
- g) Menyusun strategi sosialisasi, promosi untuk meningkatkan kemajuan produk Tabungan KSPP Syariah BMT NU;
- h) Meminta pihak-pihak tertentu yang memegang tanggung jawab dana KSPP Syariah BMT NU (uang muka biaya, pinjaman dan lainnya) untuk cepat menyelesaikannya
- i) Melakukan perencanaan anggaran rumah tangga KSPP Syariah BMT NU dan mengajukan kepada Kepala Cabang
- j) Melakukan evaluasi, kontrol, dan upaya-upaya penghematan apabila terjadi hal-hal di luar kebiasaan (pembengkakan biaya operasional).
- k) Melakukan pengawasan atas pembayaran kewajiban setiap akhir bulan seperti pembayaran rekening, pajak dll.

- l) Menilai dan mengevaluasi kinerja Juru Tabungan dan Teller;
- m) Menjalinkan hubungan dengan anggota dan mitra khususnya dalam hal penanganan komplain, pengukuran kepuasan dan sebagainya
- n) Bertanggungjawab atas seluruh kegiatan, kinerja dan prosedur-prosedur yang telah ditetapkan.
- o) Membuat laporan kegiatan kepada kepala cabang secara berkala sebagai pertanggungjawaban seluruh aktivitas bagian keuangan
- p) Memeriksa atau menandatangani dokumen-dokumen/formulir/data-data yang berkaitan dengan bidang tugas Bagian keuangan.
- q) Menjalankan tugas-tugas yang diminta oleh atasan sehubungan dengan fungsi kerjanya.
- r) Menyetujui pengeluaran kas untuk penarikan tabungan dalam batas wewenang.
- s) Mengadakan Kontrol-check keadaan keuangan
- t) Melakukan Rekonsiliasi keuangan antara Pusat dengan Cabang setiap akhir bulan
- u) Secara rutin mengkoordinir dan mengawasi aktivitas keuangan KSPP Syariah BMT NU
- v) Mempertanggungjawabkan masalah keuangan kepada kepala sesuai ketentuan yang berlaku.
- w) Mendata Gaji Karyawan.
- x) Memberikan laporan situasi kas kepada Kepala Cabang.
- y) Membuat laporan kegiatan kepada Kepala Cabang secara berkala sebagai pertanggungjawaban seluruh aktivitas manajemen keuangan
- z) Membuat Laporan keuangan.

c. Bagian Tabungan

1) Fungsi dari Bagian Tabungan

- a) Bertanggung jawab atas penjemputan simpanan anggota
- b) Penabung dan Melakukan penjemputan setoran dan penarikan simpanan

2) Tugas Pokok dan Tanggung Jawab dari Bagian Tabungan

- a) Melakukan penghimpunan dana
- b) Mencari terobosan sumber-sumber dana alternative
- c) Memonitoring saldo simpanan masing – masing anggota dan penabung; bertanggungjawabseluruh transaksi di lapangan pada hari yang sama sebelum tutup Kas. Dan jika pada saat Kas telah ditutup tetapi masih di lapangan, maka transaksi dilakukan keesokan harinya dan atas sepengetahuan Kepala Cabang.
- d) Bertanggungjawab penuh atas seluruh transaksi yang terjadi di lapangan.
- e) Menerima uang modal untuk transaksi di lapangan dengan nominal yang ditetapkan oleh Kepala Cabang dan bagian keuangan;
- f) Memastikan simpanan yang harus dijemput telah dilaksanakan sesuai dengan waktu yang telah ditentukan.
- g) Memastikan tidak ada selisih antara dana yang dijemput dengan dana yang disetorkan ke teller
- h) Membuat rencana /jadwal kolekting harian, mingguan, dan bulanan.
- i) Menyiapkan peralatan administrasi yang dibutuhkan untuk menjemput setoran dan penarikan simpanan.
- j) Membuat laporan kegiatan kepada kepala cabang secara berkala sebagai pertanggungjawaban seluruh aktivitas bagian keuangan.

d. Bagian Pembiayaan

1) Fungsi dari Bagian Pembiayaan

- a) Bertanggung jawab atas manajemen dan prosedur pembiayaan
- b) Mengusahakan tercapainya pemasaran produk – produk pembiayaan kantor Cabang KSPP Syariah BMT NU dengan target yang telah ditentukan;
- c) Mengusahakan terlaksananya survei kelayakan dan kepatutan Pembiayaan sesuai dengan disposisi divisi pembiayaan;
- d) Bertanggung jawab atas penagihan tunggakan pembiayaan;
- e) Mengusahakan terlaksananya survei kelayakan dan kepatutan pembiayaan sesuai dengan disposisi bagian pembiayaan
- f) Bertanggung jawab atas penagihan tunggakan pembiayaan;
- g) Bertanggung jawab terhadap pembinaan usaha mitra untuk meminimalisir pembiayaan bermasalah.

2) Tugas Pokok dan Tanggung Jawab Bagian Pembiayaan;

- a) Bertanggung jawab terhadap terlaksananya proses pembiayaan dari pengajuan hingga realisasi
- b) Mencari terobosan dan merumuskan pola penyaluran dana;
- c) Menyusun strategi sosialisasi, promosi untuk meningkatkan kemajuan produk pembiayaan kantor cabang KSPP Syariah BMT NU
- d) Membuat analisa prediksi penyaluran pembiayaan pada setiap awal bulan untuk disampaikan kepada Kepala Cabang;
- e) Menilai dan mengevaluasi kinerja juru survei dan juru tagih

- f) Menjalin hubungan dengan anggota dan mitra khususnya dalam hal penanganan komplain, pengukuran kepuasan anggota serta penabung dan sebagainya
- g) Bertanggungjawab atas seluruh kegiatan, kinerja dan prosedur-prosedur yang telah ditetapkan.
- h) Membuat laporan kegiatan kepada kepala cabang secara berkala sebagai pertanggungjawaban seluruh aktivitas bagian pembiayaan
- i) Memeriksa dan / atau menandatangani dokumen-dokumen/formulir/data-data yang berkaitan dengan bidang tugas Bagian pembiayaan.
- j) Menjalankan tugas-tugas yang diminta oleh atasan sehubungan dengan fungsi kerjanya.
- k) Membuat dan atau mengevaluasi produk kantor Cabang KSPP Syariah BMT NU sesuai dengan kebutuhan pasar;
- l) Menginventarisasikan kendala penyaluran dana;
- m) Memonitoring saldo pembiayaan masing – masing anggota dan penabung;
- n) Melakukan analisa pembiayaan;
- o) Memberikan persetujuan dan atau penolakan terhadap permohonan pembiayaan sesuai dengan kewenangannya;
- p) Memonitoring realisasi, angsuran dan pelunasan pembiayaan;
- q) Memonitoring tingkat kolektibilitas pembiayaan untuk diteruskan kepada Kepala Cabang;
- r) Menyusun rencana penanganan pembiayaan bermasalah untuk diteruskan kepada pengurus;

- s) Memonitoring realisasi, angsuran, pelunasan, dan pembiayaan bermasalah di masing-masing Kantor Cabang;
- t) Memonitoring pelaksanaan SOM dan SOP pembiayaan di masing – masing Kantor Cabang;
- u) Membuat surat pemberitahuan tunggakan pembiayaan untuk diteruskan kepada juru tagih dan bina PKL;
- v) Membuat disposisi survei untuk diteruskan kepada juru survei
- w) Melakukan proses pembiayaan sesuai dengan SOP;
- x) Bertanggung jawab terhadap administrasi pembiayaan;
- y) Membuat surat putusan eksekusi barang jaminan atas pembiayaan yang macet untuk diteruskan kepada pengurus;
- z) Memantau fluktuasi harga emas dan barang rahn lainnya untuk menentukan nilai taksir rahn

3) Teller

- a) Fungsi dari bagian teller adalah memberikan pelayanan terbaik kepada anggota dan nasabah serta bertanggung jawab atas pengelolaan kas kecil (*Petty Cash*).
- b) Tugas pokok dan tanggung jawab dari bagian teller adalah;
 - (1) Memberikan pelayanan secara prima kepada setiap anggota dan Penabung.
 - (2) Mengambil *cash box* selambat-lambatnya pada jam 07.20 WIB
 - (3) Menghitung keadaan keuangan atau transaksi setiap hari
 - (4) Melakukan cek fisik uang tunai setiap hari
 - (5) Mencatat dan menginput seluruh transaksi harian
 - (6) Melakukan verifikasi dan transaksi harian

- (7) Memastikan bahwa upload transaksi harian sudah terkirim ke server pusat
- (8) Mengatur dan menyiapkan pengeluaran uang tunai baik pembiayaan maupun simpanan yang telah disetujui oleh kepala cabang
- (9) Menghitung dan memeriksa uang tunai hasil transaksi pada hari yang bersangkutan
- (10) Membuat laporan transaksi harian
- (11) Menyerahkan laporan transaksi beserta tanda buktinya kepada Bagian Keuangan
- (12) Bersama – sama dengan bagian keuangan melakukan cek fisik uang tunai setiap akhir pekan.

e. Produk Tabah (*Tabungan Mudharabah*) di KSPP Syariah BMT NU Cabang Pakong

Yaitu simpanan yang dapat mempermudah anda dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari karena setoran dan penarikannya dapat dilakukan kapan saja dengan memperoleh keuntungan bagi hasil 40%. Dengan menggunakan akad mudharabah muthlaqah.

Karakteristik dan ketentuan umumnya adalah:

- (1) Tabah disediakan bagi anda yang ingin memiliki tabungan dengan cara penarikan dan setoran setiap saat
- (2) Bagi hasil langsung ditambah bukukan pada setiap bulan di rekening tabah dengan nisbah bagi hasil (perbulan) 40% untuk anggota/calon anggota dan 60 % untuk BMT NU.

- (3) Setoran awal pembukaan rekening Rp.10.000,- dan selanjutnya setoran minimal Rp. 2.500,-
- (4) Saldo minimal setiap penarikan Rp.10.000,-
- (5) Biaya pembukaan rekening Rp. 10.000,-.

f. Layanan Antar Jemput Tabungan

BMT NU menyediakan layanan jasa yang siap mengantarkan & menjemput tabungan kerumah/kantor anda.

Caranya: hubungi no. HP. Karyawan yang anda kenal atau No. telephone atau No. HP kantor.

B. Paparan data Penelitian

1. Bentuk Strategi Pemasaran Produk Simpanan Tabah yang Diterapkan di BMT NU Cabang Pakong

Simpanan Tabah merupakan simpanan yang dapat mempermudah nasabah dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari karena setoran dan penarikannya dapat dilakukan kapan saja dengan memperoleh keuntungan bagi hasil 40%. Dengan menggunakan akad *mudharabah muthlaqah*, dalam hal ini tentunya memerlukan strategi pemasaran dalam memasarkan Produk simpanan Tabah.³

Adapun mekanisme produk tabungan Tabah adalah:

Dalam produk tabah ini ada beberapa syarat dan ketentuan dalam pembuatan rekening sebagai berikut;

³Brosur KSPP Syariah BMT NU Cabang Pakong thn. 2020

a. Syarat Pembukaan Rekening Tabah

- 1) Mengisi formulir Pendaftaran
- 2) Foto copy KTP
- 3) Membuka rekening minimal Rp 10.000
- 4) Setoran selanjutnya minimal 2.500.00

b. Ketentuan dalam Prosedur Rekening Tabah**1) Prosedur Pembukaan Rekening**

- a) Memberikan penjelasan kepada calon anggota nasabah tentang syarat syarat umum simpanan (misalnya: setoran awal, minimal setoran, dan lain sebagainya)
- b) Mengisi dan menandatangani permohonan pembukaan rekening
- c) Minta kartu identitas calon anggota baru yang sah dan berlaku seperti KTP
- d) Catat nomor serta tanggal dikeluarkannya pada formulir pembukaan rekening simpanan, kemudian foto copy dan mencocokkan tanda tangannya dengan tanda tangan yang tertera di formulir
- e) Lakukan pembukaan rekening pada komputer
- f) Periksa kembali dokumen dokumen tersebut dan serahkan kepada pegawai KSPPS yang berwenang untuk di setujui
- g) Meminta anggota untuk memberikan tanda tangan pada buku simpanan
- h) Memeriksa kecocokan tanda tangan anggota dengan identitas diri
- i) Menyerahkan buku simpanan tersebut langsung kepada bagian teller untuk cetak transaksi.

2) Prosedur Penyetoran Simpanan

- a) Meminta anggota untuk mengisi slip setoran
- b) Menyerahkan slip setoran, simpanan dan uang yang akan disimpan kepada teller
- c) Teller memeriksa tanda tangan dan keaslian uang dari anggota
- d) Teller menginput data ke komputer
- e) Setelah sesuai datanya, memvalidasi slip setoran, teller mencetak buku tabungan
- f) Kemudian setelah selesai, menyerahkan buku simpanan tersebut kepada anggota

3) Prosedur Penarikan Simpanan

- a) Meminta anggota mengisi slip penarikan
- b) Menyerahkan slip penarikan dan tabungan kepada teller
- c) Mencetak simpanan
- d) Menyerahkan kartu identitas diri dari anggota beserta buku simpanan dan uang yang di ambil anggota.

4) Prosedur Penutupan Rekening

- a) Meminta anggota untuk mengisi dan menandatangani permohonan penutupan simpanan slip penarikan saldo rekening simpanan
- b) Meminta kepada anggota untuk mengembalikan slip penarikan yang masih ada pada anggota
- c) Meneruskan permohonan tersebut kepada pejabat yang berwenang untuk persetujuan

- d) Mengeluarkan permohonan membuka rekening simpanan dari file dan diletakkan pada permohonan penutupan rekening simpanan
- e) Mempersilahkan anggota untuk mengambil saldo tabungannya tanpa ada potongan biaya administrasi
- f) Setelah selesai kemudian memberikan stempel “rekening di tutup”.⁴

Strategi pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan usaha melalui perencanaan, penentuan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan dan memenuhi kebutuhan pembeli, Dari pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran dapat memberikan arah dalam kaitannya dengan segmentasi pasar, identifikasi pasar sasaran, *positioning* dan bauran pemasaran. Bauran pemasaran (*marketing mix*) terdiri dari empat elemen yaitu produk, harga, promosi, tempat⁵. Hal ini sesuai dengan wawancara yang dilakukan peneliti kepada Hasan di bagian marketing yang menyatakan:

“Kepala cabang saya selalu memberi arahan agar strategi pemasaran tetap berjalan sebagaimana mestinya dengan kerja sama yang baik dan bersinergi secara bersama. Strategi ini sesuai dengan arahan kepala cabang yang kami dapatkan pada saat *Briving* atau rapat”.⁶

Hal senada juga dikatakan oleh ibu Halimatus di bagian teller menyatakan bahwa:

“Kepala cabang memberikan beberapa strategi dalam memasarkan Produk simpanan tabah. Adapun strategi yang kami gunakan yaitu dengan mengadakan survei lokasi baik secara kelompok maupun perorangan dengan adanya teknologi pada saat ini kami lebih mudah lagi dalam

⁴Wawancara dengan Ibu Mastufah, Admin KSPP Syariah BMT NU Cabang Pakong, (12 Mei 2020)

⁵T. Prasetyo Hadi Atmoko, *Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Di Cavinton Hotel Yogyakarta*, (<https://ejournal.upi.edu> articlePDF), hlm. 85

⁶Hasan Karyawan BMT NU Cabang Pakong (Marketing) Wawancara Langsung, (13 Mei 2020)

memasarkan produk simpanan Tabah kami bisa melakukan pemasaran di media sosial “.⁷

Peneliti melakukan observasi di BMT NU Cabang Pakong pada tanggal 14

Mei yakni di bagian Teller ketika memberikan layanan di berikan senyuman, Menyapa dengan keramah tamahan, dan di persilahkan nasabah untuk duduk sebentar sembari menunggu selesainya transaksi yang dilakukan oleh teller, dan pelayanan tersebut dilakukan dengan cepat dan cekatan.

Wawancara lanjutan juga dilakukan yaitu pada salah satu nasabah yaitu pada Bpk Ringki:

“Menurut saya pelayanan dalam memasarkan produk simpanan Tabah di BMT NU Cabaang Pakong” karyawan di BMT NU Mempunyai strategi yang cukup menarik sehingga para calon nasabah bisa tertarik seketika setelah mendengarkan penjelasan dan fungsi dari semua produk tabungan, terutama di produk tabungan tabah dimana dalam hal ini para nasabah lebih di mudahkan dalam menabung, dan dalam produk tabungan tabah itu sendiri penarikannya bisa di ambil kapan saja.⁸

Hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa setiap lembaga mempunyai strategi pemasaran yang berbeda, terutama dalam mempromosikan produk produk tabungan, dalam hal ini dapat saya simpulkan bahwa pemasaran yang di gunakan di BMT NU Cabang Pakong masih sangat relavan, dimana karyawan mempunyai cara tersendiri dalam meyakinkan para calon nasabahnya untuk menabung, terutama di produk tabungan tabah.

Adapun hasil wawancara Bapak Hasyim As’ari menyampaikan:

“Produk simpanan tabah ini termasuk produk simpanan yang paling banyak di minati oleh masyarakat terutama oleh kalangan pedagang di pasar, dan dalam produk tabungan tabah ini dapat meringankan

⁷Halimatus syakdiyah Karyawan BMT NU Cabang Pakong (Teller) Wawancara Langsung (14 mei 2020)

⁸Ringkiyadi Nasabah di BMT NU Cabang Pakong, tebul timur wawancara langsung (15 Mei 2020)

masyarakat dalam menabung, karna sistem yang di gunakan di BMT NU Cabang pakong yaitu jemput bola, jemput bola ini lebih mempermudah para nasabah dalam menabung.⁹ Dari pernyataan tersebut produk simpanan tabah dapat disimpulkan bahwa produk tabungan yang cukup banyak diminati oleh masyarakat dan Pada produk simpanan tabah ini, pihak atau karyawan BMT NU Cabang Pakong tentu harus memiliki strategi-strategi yang cukup ampuh agar semakin banyak dan bertambahnya nasabah nasabah untuk menabung di produk simpanan tabah tersebut”.

Strategi memiliki peran yang cukup penting dalam suatu perusahaan atau lembaga keuangan untuk memasarkan suatu produknya sama halnya dengan KSPP Syariah BMT NU Cabang Pakong memiliki pemahaman sendiri tentang peran suatu strategi, lebih tepatnya memiliki strategi tertentu dalam memasarkan produk-produk yang ada. Hal ini sesuai dengan pernyataan dari Bapak Hasyim As'ari sebagai berikut :

“Dalam suatu lembaga, strategi mempunyai peran penting di dalamnya. Seperti istilahnya kita harus bisa menjemput bola dulu, mencari suasana, cari area yang bagus, nanti dikemudian hari setelah tau, itu akan datang dengan sendirinya.”¹⁰

Dapat disimpulkan dari pernyataan tersebut bahwa peran strategi dalam suatu perusahaan atau lembaga memiliki peran penting yang akan berpengaruh pada berhasil atau tidak perusahaan/lembaga dalam mencapai tujuan akhirnya.

Di KSPP Syariah BMT NU Cabang Pakong dalam melakukan strategi pemasaran terlebih dahulu harus melihat kondisi pasar serta menilai posisi di suatu pasar yaitu dengan menerapkan STP (segmentasi pasar, target pasar dan posisi pasar). Hal tersebut sesuai dengan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan Bapak Hasyim As'ari, berikut petikan wawancaranya:

⁹ Hasyim As'ari, Kepala Cabang KSPP Syariah BMT NU Cabang Pakong, Wawancara Langsung, (04 Mei 2020 jam 10:30)

¹⁰ Ibid

“Dalam menjalankan strategi pemasaran, segmentasi juga penting untuk dilakukan terlebih dahulu, karena kalau kita belum menguasai/mengetahui segmen pasar maka kita akan kesulitan untuk melakukan atau pun menyalurkan pembiayaan, karena disitu akan ada persaingan di jasa, maka kita harus melakukan segmentasi pasar atau survei area terlebih dahulu. Karna yang paling banyak itu di pedagang karena biasanya kalo pedagang itu memiliki sifat musiman seperti musim tembakau, ramadhan ataupun musim buah saat maulid namun ada juga perorangan untuk wilayahnya itu kita mulai dari kecamatan setempat, yang dekat dengan berdirinya kantor cabang/ berdekatan dengan kantor BMT NU sendiri, kalo sudah dirasa sudah banyak yang bergabung, targetnya bisa meluas atau pindah ke kecamatan yang lain, yang tidak ada BMT NU nya. Artinya yang didirikan BMT NU perkecamatan, dan di Pegantenan ini sekarang belum ada kantor cabang BMT NU, itu bisa dilakukan targetting untuk mendata atau melakukan kunjungan pemasaran dengan sosialisasi, transaksi, selama tidak berbenturan dengan kantor cabang”¹¹

Dapat peneliti simpulkan bahwa KSPP Syariah BMT NU Cabang Pakong dalam menetapkan segmentasi pasar harus mengetahui mulai dari profesi konsumen, seperti pedagang, petani atau pegawai dan juga buruh, selanjutnya dari sifat, karena sifat konsumen itu berbeda- beda, ada yang sifat musiman ada yang bersifat jangka panjang dan yang terakhir dari wilayah, dimana KSPP Syariah BMT NU Cabang Pakong menetapkan di kecamatan setempat terlebih dahulu setelah itu baru melakukan perluasan wilayah ke kecamatan yang lain. Dengan melakukan segmentasi pasar tersebut diharapkan dapat mengetahui kebutuhan atau keinginan dari konsumen.

Setelah melakukan segmentasi pasar, KSPP Syariah BMT NU Cabang Pakong melakukan target dan posisi pasar yang diinginkan sebagai sasaran, seperti yang disampaikan kepala cabang KSPP Syariah BMT NU Cabang Pakong, berikut hasil wawancaranya:

“Begini target pasar yang diinginkan KSPP Syariah BMT NU Cabang Pakong ini adalah dari semua kalangan umum-biasa, namun kita itu lebih

¹¹Hasyim As'ari, Kepala Cabang KSPP Syariah BMT NU Cabang Pakong, Wawancara Langsung, (20 April 2020 jam 10:30)

fokus ke pedagang, dan juga buruh tapi bukan berarti yang di kalangan lain tidak ada, hanya kebanyakan ya dipedagang. Untuk posisi pasarnya bagaimana kita bisa membuat kantor cabang ini mempunyai posisi yang bisa dilihat masyarakat sebagai lembaga keuangan yang dapat dipercaya membantu perekonomian dengan memperkenalkan salah satu produk unggulan di KSPP Syariah BMT NU Cabang Pakong yaitu Produk simpana Tabah d Jadi kita selalu berusaha di BMT NU Cabang Pakong dapat membantu meringankan masyarakat dalam menabung.¹²

Dari pernyataan di atas peneliti menyimpulkan bahwa KSPP Syariah BMT NU Cabang Pakong dalam melakukan target pasar yaitu mulai dari semua kalangan umum-biasa, tapi lebih fokus ke pedagang karena kebanyakan yang melakukan transaksi tabungan yaitu dikalangan pedagang pasar. Dan untuk posisi pasar KSPP Syariah BMT NU Cabang pakong menginginkan bisa dilihat oleh masyarakat sebagai lembaga keuangan syariah yang dapat membantu perekonomian dengan dapat dipercaya bisa bersaing dengan lembaga keuangan yang lain dalam menawarkan produknya terutama di produk simpanan Tabah, dimana dengan adanya produk tersebut masyarakat lebih dimudahkan dalam menabung.

Adapun langkah langkah yang merupakan strategi KSPP Syariah BMT NU Cabang Pakong sebagai berikut :

c. Pasar Sasaran

Produk simpanan Tabah di KSPP Syariah BMT NU Cabang Pakong merupakan produk yang memiliki potensi besar sebagai jawaban dari peluang masyarakat, baik perseorangan, kelompok, maupun lembaga.

¹² Hasyim As'ari, Kepala Cabang KSPP Syariah BMT NU Cabang Pakong, Wawancara Langsung, (04 Mei jam 10:30)

Pasar sasaran produk simpanan Tabah adalah :

- 1) Para pelaku usaha baik pedagang maupun pembeli di pasar pakong, dan masyarakat di desa pakong, bicorong, serta bandungan, karena kegiatan ekonomi keuangan lebih baik dan lancar, terutama pedagang di pasar.
- 2) Keluarga dan saudara karyawan di KSPP Syariah BMT NU Cabang Pakong
- 3) Masyarakat umum atau lapisan masyarakat di pakong.

2. Hambatan yang di Hadapi dalam Melakukan Strategi Pemasaran Produk Simpanan Tabah di BMT NU Cabang Pakong

Berdasarkan data yang di peroleh dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi yang dilakukan penulis kepada pihak KSPP Syariah BMT NU Cabang Pakong adalah bahwa hambatan yang di hadapi dalam pemasaran produk simpanan Tabah berasal dari dua aspek, yakni internal dan eksternal.

a. Internal

Hambatan dari segi internal adalah dari sumber daya manusia (SDM), dimana karyawan di KSPP Syariah BMT NU Cabang Pakong kurang memahami produk yang di promosikan. Karyawan belum tentu mampu menjawab pertanyaan masyarakat tentang produk simpanan. Pada dasarnya karyawan hanya sedikit memahami karena rata-rata karyawan telah terbiasa dengan produk lain, sehingga ketika diberi pertanyaan mengenai produk simpanan mereka masih gagap untuk menjelaskan.¹³

Selain itu, kurang percayanya diri karyawan untuk menjawab pertanyaan pertanyaan perihal mengenai produk simpanan tabah. minimnya dana yang

¹³Wawancara dengan Bapak Hasyim As'ari Kepala Cabang KSPP Syariah BMT NU Cabang Pakong, Wawancara Langsung (04 Mei 2020).

dianggarkan untuk pemasaran. Karena biaya untuk promosi masih kurang, sehingga tidak dapat mengembangkan inovasi yang memberikan daya tarik kepada masyarakat.

b. Eksternal

Hambatan dari segi internal adalah persaingan dalam kompetisi antar BMT, dimana BMT lain lebih gencar melakukan pemasaran dengan dana yang lebih mencukupi. BMT lain juga melakukan inovasi-inovasi terhadap produk yang ditawarkan, dengan melakukan iming-iming hadiah (bonus) cukup besar.

C. Temuan Penelitian

Setelah peneliti melakukan penelitian dengan mengumpulkan data dan kemudian memaparkan sesuai dengan apa yang di peroleh di lapangan, sehingga peneliti menemukan beberapa hal temuan yang dilampirkan dalam bentuk tulisan sebagai berikut:

1. Bentuk Strategi Pemasaran Produk Simpanan Tabah yang Diterapkan di BMT NU Cabang Pakong

Strategi pemasaran yang di terapkan di KSPP Syariah BMT NU Cabang Pakong dalam memasarkan produk simpanan Tabah itu jika dilihat dari hasil penelitian sangatlah baik, hal tersebut peneliti memaparkan sebagai berikut:

- a. Produk simpanan Tabah merupakan produk yang unggul di KSPP Syariah BMT NU Cabang Pakong strategi yang digunakan yaitu dengan survei lokasi terlebih dahulu baik dengan perorangan atau kelompok.
- b. Dalam memasarkan produk produk produk yang ada di KSPP Syariah BMT NU Cabang Pakong bisa di lakukan dengan cara mempromosikan produk

produk yang ada di KSPP Syariah BMT NU Cabang Pakong lewat media sosial.

- c. Bapak kepala dengan karyawan yang ada di KSPP Syariah BMT NU Cabang Pakong setiap minggu mengadakan *Briefing* kepada semua karyawan agar bisa menggunakan strategi strategi yang menarik dalam memasarkan produk produk yang ada di KSPP Syariah BMT NU Cabang Pakong terutama produk simpanan Tabah.
- d. Ketika Bapak Kepala Cabang menemukan strategi yg baru dalam pemasaran produk produk yang ada di BMT NU Cabang Pakong, beliau segera mengadakan rapat untuk bisa menggunakan strategi tersebut.

Dari paparan di atas disimpulkan bahwa strategi pemasaran produk simpanan Tabah di BMT NU Cabang Pakong masih sangat relevan di jaman modern ini, karena yang ditekankan dalam memasarkan suatu produk itu adalah komunikasi, baik dari kepala dengan kariyawan dan juga sebaliknya. Sehingga bisa membuat para calon nasabah tertarik untuk menggunakan simpanan Tabah tersebut.

1. Hambatan yang di Hadapi dalam Melakukan Strategi Pemasaran Produk Simpanan Tabah di BMT NU Cabang Pakong

Hambatan paling menonjol yang ada di BMT NU Cabang Pakong adalah minimnya pengetahuan karyawan tentang produk simpanan tabah, sehingga membuat calon nasabah kurang tertarik untuk menggunakan simpanan tabah tersebut, dan juga yang menjadi penghambat adalah dari segi persaingan pemasarannya, dimana di BMT NU Cabang Pakong kurang cukup dari segi pendanaan.

D. Pembahasan

KSPP Syariah BMT NU Cabang Pakong merupakan salah satu anak cabang yang di miliki oleh BMT NU Gapura sumenep, naun kartor cabang lainnya tersebar di seluruh kabupaten sumenep dan pamekasan, dalam hal ini peneliti akan memaparkan hasil penelitian mengenai Analisis strategi pemasaran produk simpanan tabah di BMT NU Cabang Pakong.

1. Bentuk Strategi Pemasaran Produk Simpanan Tabah di BMT NU Cabang Pakong

Keberhasilan perusahaan mencapai tujuan bisnisnya tergantung pada kemampuan menjalankan fungsi pemasaran sebagai departemen yang penting karena merupakan fungsi bisnis yang berhubungan langsung dengan konsumen. Pemasaran lebih dari hanya sebagai salah satu departemen dalam perusahaan, namun memerlukan suatu proses yang tertib dan berwawasan untuk berpikir tentang perencanaan pasar.¹⁴

Perusahaan akan mencapai tujuannya apabila fungsi pemasaran yang dijalankan sesuai dengan perannya dan menggunakan starteji pemasaran yang tepat untuk dapat menarik minat masyarakat supaya mengguakan suatu produk atau jasa yang ada di perusahaan tersebut.

Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu dibidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang

¹⁴ Basu Swastha Dharmmesta, *Manajemen Pemasaran*, (Tangerang Selatan: Universitas terbuka, 2017), hlm. 11.

kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan.¹⁵

Dalam menjalankan strategi pemasaran tersebut tentunya harus mengenali atau memahami kebutuhan konsumen. Kebutuhan setiap konsumen berbeda-beda, namun dalam kelompok tertentu memiliki kebutuhan yang sama. Untuk itu perusahaan terlebih dahulu harus melakukan pengamatan pasar untuk memahami karakter dan perilaku konsumen untuk mengidentifikasi peluang guna memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Landasan pokok pemasaran adalah pengetahuan tentang apa yang dibutuhkan oleh calon pembeli (pelanggan, konsumen). Tanpa mengetahui kebutuhan konsumen dan daya belinya, maka sulit untuk memasarkan suatu produk, khususnya produk jasa. Untuk mengetahui kebutuhan konsumen, suatu perusahaan yang akan memproduksi dan menjual hasil produksinya harus melakukan riset pasar untuk mengetahui kebutuhannya dan perilakunya dalam menggunakan daya belinya.¹⁶

Di KSPP Syariah BMT NU Cabang Pakong sebelum menjalankan strategi pemasaran terlebih dahulu melakukan analisa pasar menggunakan segmentasi pasar, target pasar, dan posisi pasar.

a. Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar ialah membagi-bagi pasar berdasar kebutuhan dan daya beli konsumen, dan kebiasaan membeli yang dilakukan oleh konsumen.¹⁷

¹⁵ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar, konsep & Strategi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013), hlm. 167-168.

¹⁶ Abdul Rivai, Darsono Prawironegoro, *Manajemen Strategi*, hlm. 117

¹⁷Ibid. hlm, 113.

KSPP Syariah BMT NU Cabang Pakong dalam melakukan segmentasi pasar berbeda-beda mulai dari semua kalangan profesi dari umum-biasa seperti pedagang, petani ataupun pegawai, dan juga buruh, setelah itu berdasarkan pada sifat musiman seperti tembakau, ramadhan, maulid atau jangkan panjang seperti penjual kain. Selanjutnya yaitu berdasarkan wilayah, dimana KSPP Syariah BMT NU Cabang Pakong menetapkan wilayahnya di kecamatan setempat dan perluasan wilayah di kecamatan lain. Dengan melakukan segmentasi pasar ini artinya KSPP Syariah BMT NU Cabang Pakong lebih bisa mengetahui segmen mana yang lebih banyak melakukan transaksi.

b. Target Pasar

Penetapan target pasar melibatkan evaluasi setiap daya tarik segmen pasar dan memilih satu atau lebih segmen yang akan dimasuki. Perusahaan harus menargetkan daya tarik segmen dimana perusahaan dapat menghasilkan nilai pelanggan terbesar dan mempertahankannya sepanjang waktu.¹⁸

KSPP Syariah BMT NU Cabang Pakong menetapkan sasaran atau target pasar yang akan dimasuki ialah dari semua kalangan, merata namun lebih fokus pada pedagang.

c. Posisi Pasar

Positioning adalah pengaturan suatu produk untuk menduduki tempat yang jelas, berbeda dan diinginkan, relatif terhadap produk pesaing dalam pikiran konsumen sasaran.¹⁹

¹⁸ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1*, hlm. 59.

¹⁹Ibid. hlm, 61.

Dalam menetapkan posisi pasar yang diinginkan KSPP Syariah BMT NU Cabang Pakong harus bisa memposisikan dirinya ditengah pesaing-pesaing yang ada dengan membuat anggota percaya bahwa KSPP Syariah BMT NU Cabang Pakong merupakan lembaga yang mampu bersaing dengan lembaga lainnya dan dapat membantu anggota dalam memenuhi kebutuhannya.

Setelah melakukan analisa pasar KSPP Syariah BMT NU Cabang Pakong menentukan strategi pemasaran guna mencapai tujuan akhir yang diinginkan dan strategi pemasaran yang digunakan oleh KSPP Syariah BMT NU Cabang Pakong ialah dengan menggunakan empat variabel bauran pemasaran.

1) Produk

Produk adalah sesuatu yang yang ditawarkan pada pasar baik produk nyata ataupun produk tidak nyata (jasa) sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan pasar.²⁰

KSPP Syariah BMT NU Cabang Pakong melakukan strategi dengan memperkenalkan salah satu produk unggulan yang ada di KSPP Syariah BMT NU Cabang Pakong yaitu produk simpanan Tabah.

Dengan strategi produk yang dilakukan oleh KSPP SYARIAH BMT NU Cabang Pakong diharapkan dapat membantu anggota mempermudah menabung di BMT NU Cabang Pakong.

2) Harga

Harga merupakan salah satu variabel bauran pemasaran, selain produk, distribusi dan promosi, yang juga mempunyai peranan sangat penting bagi

²⁰Basu Swastha Dharmmesta, *Manajemen Pemasaran* hlm. 235

pemasar untuk menjangkau pasar sasaran atau untuk menarik pembeli. Bagi konsumen, hal ini merupakan ongkos atau pengorbanan sesuatu. Bagi penjual, hal ini merupakan pendapatan, sumber utama laba.²¹

Penetapan harga produk Tabah (Tabungan Mudharabah) di KSPP Syariah BMT NU Cabang Pakong yaitu sistem syariah dengan hanya biaya yang murah.

3) Tempat

Lokasi dekat dan jauh mempengaruhi biaya produksi, sedangkan saluran distribusi ialah suatu gabungan penjualan dan pembelian yang bekerja sama memproses, menggerakkan produk dan jasa dari produsen ke konsumen.

Pada strategi pemasaran tempat ini KSPP Syariah BMT NU Cabang Pakong menetapkan atau dibangun di tempat yang strategis agar lokasinya mudah ditemukan dan mudah dijangkau oleh anggota baik yang beroda dua maupun roda empat karena dengan begitu dapat memudahkan konsumen dalam memperoleh produk yang dibutuhkan tepat pada saat yang dibutuhkan.

4) Promosi

Mengelola promosi ialah mengatur kegiatan memperkenalkan produk kepada calon pembeli atau calon pelanggan. Kegiatan ini meliputi publisitas produk, tenaga penjual, advertensi, dan penjualan promo yang harus didukung oleh alat kerja, metode kerja, dan informasi yang sesuai dengan kebutuhan.²²

Promosi yang dilakukan KSPP Syariah BMT NU Cabang Pakong dalam memasarkan produk simpanan Tabah (Tabungan Mudharabah) ialah pertama

²¹Ibid, hlm. 7.2.

²²Abdul Rivai dan Darsono Prawironegoro, *Manajemen Strategis*, hlm. 124

mendatangi para pedagang di pasar, perorangan, datang kerumah perumah, melakukan sosialisai kepada kelompok-kelompok di desa seperti kelompok tani, ibu-ibu arisan, koloman religi seperti muslimatan.

Kedua dilakukan melalui periklanan, yaitu promosi yang dilakukan dalam bentuk gambar atau kata-kata yang tertuang dalam brosur, spanduk atau souvenir seperti kalender. Strategi promosi ini diharapkan dapat dilihat oleh masyarakat apa yang ditawarkan oleh KSPP Syariah BMT NU Cabang Pakong.