

BAB IV

PAPARAN DATA ,TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Paparan Data

1. Profil KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Galis Pamekasan

BMT NU Jawa Timur Cabang Galis Pamekasan merupakan Cabang dari BMT NU BMT NUJ lahir dari sebuah keprihatinan kondisi masyarakat sumenep khususnya masyarakat kecamatan gapura mengenai semakin merajalelanya praktik rentenir dengan bunga hingga 50% perbulan yang dapat membuat usaha mereka tidak berkembang. Kesejahteraan dan taraf hidup mereka tidak ada peningkatan padahal masyarakat gapura memiliki etos kerja yang baik dan pekerja keras.

Kondisi inilah yang membuat Nahdatul Ulama prihatin, sehingga pada tahun 2003 pengurus MWC NU Gapura bersama lembaga perekonomian yang pada saat itu diketuai oleh masyudi melakukan aksi nyata untuk merencanakan program penguatan ekonomi masyarakat. Serangkaian upaya telah dilakukan yang 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 kegiatan lokakarya tersebut akhirnya ditemukan bahwa persoalan yang dihadapi oleh masyarakat kecil adalah lemahnya akses permodalan, lemahnya pemasaran, dan lemahnya penguasaan teknolog. Sehingga yang perlu

dilakukan pertama kali adalah penguatan modal bagi usaha kecil dan mikro. Sehingga muncullah gagasan untuk mendirikan *Baitul Maal Tamwil* (BMT). Meskipun pada mulanya peserta lokakarya dan MWC NU Gapura keberatan dengan gagasan ketua lembaga perekonomian tersebut dikarenakan trauma masa lalu yang seringkali di bentuk lembaga keuangan, ujung.ujungnya uang mereka disalahgunakan. Akhirnya pada tanggal 01 Juli 2004 mereka sepakat untuk mendirikan BMT sebagai lembaga keuangan mikro syari'ah yang bergerak di bidang usaha simpan pinjam bagi anggotanya.

Diawal berdirinya BMT NU Salah satu tantangan terberat bagi pengurus adalah meyakinkan kembali seluruh pendiri BMT NU. Sebab dari 36 orang hanya 22 orang yang bersedia membayar simpanan anggota dan hanya terkumpul modal awal sebesar Rp.400.000. Hal ini mengharuskan pengurus BMT NU bekerja keras guna meyakinkan mereka bahwasanya BMT NU yang dilahirkan benar-benar dapat bermanfaat bagi masyarakat, serta simpanan mereka akan aman dan menentramkan karena dikelola secara profesional dan bebas dari prütik riba.¹

Kerja keras tersebut kini telah membuahkan hasil sehingga semakin lama KSPP syariah BMT NU Jawa Timur semakin berkembang dan telah mampu melahirkan kantor cabang diberbagai daerah. Adapun salah satu cabang dari BMT yaitu KSPP syariah Timur cabang Galis Pamekasan, yang terletak di desa Ponteh kecamatan Galis. BMT NU ini didirikan pada tanggal 31 Mei 2005 dan mulai beroperasi pada tanggal 02 Juni 2015 dengan jumlah pertama sebanyak 9 orang

¹ <https://bmtnujatim.com> diakses tanggal 10 Desember 2019

penabung. Sedangkan untuk jumlah anggota pengelola awalnya 5 orang hingga ini terdapat 7 orang pengelola BMT NU Jawa Timur Cabang Galis Pamekasan.²

a. Visi

Terwujudnya BMT NU yang jujur, amanah, dan profesional sehingga anggun dalam layanan, unggul dalam kinerja menuju terbentuknya 100 kantor cabang pada tahun 2026 untuk kemandirian dan kesejahteraan anggota.

b. Misi

- 1) Memberikan layanan prima, bina usaha dan solusi kepada anggota sebagai pilihan utama menerapkan dan mengembangkan nilai-nilai.
- 2) Syariah secara murni dan konsekuen sehingga menjadi acuan tata kelola usaha yang profesional dan amanah.
- 3) Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan yang berkesinambungan menuju berdirinya 100 kantor cabang pada tahun 2026.
- 4) Mengutamakan penghimpunan dana atas dasar ta'awun dan penyaluran pembiayaan pada pada segmen umkm baik secara perseorangan maupun berbasis jemaah.
- 5) Mewujudkan penghimpunan dan penyaluran zakat, infaq, shodaqah, dan waqaf
- 6) Menyiapkan dan mengembangkan SDI yang berkualitas, profesional dan memiliki integritas tinggi.
- 7) Mengembangkan budaya dan lingkungan kerja yang ramah dan sehat serta management yang sesuai prinsip kehati-hatian.
- 8) Menciptakan kondisi terbaik bagi SDI sebagai tempat kebanggaan dalam mengabdikan tanpa batas dan melayani dengan ikhlas sebagai perwujudan ibadah.

² Imam Maulidi, Kepala Cabang KSPP Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Galis, tanggal 12 Januari 2020

9) Meningkatkan kepedulian dan tanggung jawab kepada lingkungan dan jamaah.

c. Tujuan

Meningkatkan kesejahteraan bersama dengan berbagi keuntungan melalui kegiatan ekonomi yang menaruh perhatian pada nilai-nilai dan kaidah-kaidah muamalah syar'iyah yang memegang teguh keadilan, keterbukaan dan kehati-hatian.

d. Budaya Kerja

- 1) *Siddiq* (Menjaga martabat dan Integritas).
- 2) *Amanah* (Terpercaya dengan penuh tanggung-jawab).
- 3) *Fathonah* (Profesional dalam bekerja).
- 4) *Tabligh* (Bekerja dengan penuh keterbukaan).
- 5) *Istiqomah* (Konsisten menuju kesuksesan).

e. Prinsip Kerja

- 1) Jujur (mengedepankan kejujuran dan kebenaran dalam bekerja).
- 2) Giat (mengedepankan tugas dan tanggung jawab di atas kepentingan pribadi serta bekerja sepenuh waktu dan sepenuh hati).
- 3) Ikhlas (mengedepankan nilai-nilai ibadah kepentingan umat dan tanpa pamrih dalam bekerja dan berjuang).

f. Badan Hukum KSPPS BMT NU cabang Galis

Dari segi legalitas, koperasi syariah belum tercantum dalam UU No 25/1992 tentang perkoperasian. Untuk sementara, keberatan koperasi syariah saat ini didasarkan pada Keputusan Menteri (Kepmen) Koperasi dan UKM Republik

Indonesia No 91/Kep/M.KUKWIX/2004 tanggal 10 September 2004 tentang petunjuk pelaksanaan Kegiatan Usaha Koperasi Jasa Keuangan Syariah (OKS). Kemudian, selanjutnya diterbitkan instrument pedoman standar operasional manajemen KJKS/UJKS Kopermsi, pedoman penilaian kesehatan KJKS/UJKS koperasi, dan pedoman pengawasan KJKSI UJKS koperasi.

Maka dari itu Badan hukum KSPPS BMT NU Cabang Galis menginduk pada Legalitas KSPPS BMT BU Gapura sebagai kantor pusat, yang tercatat dalam:

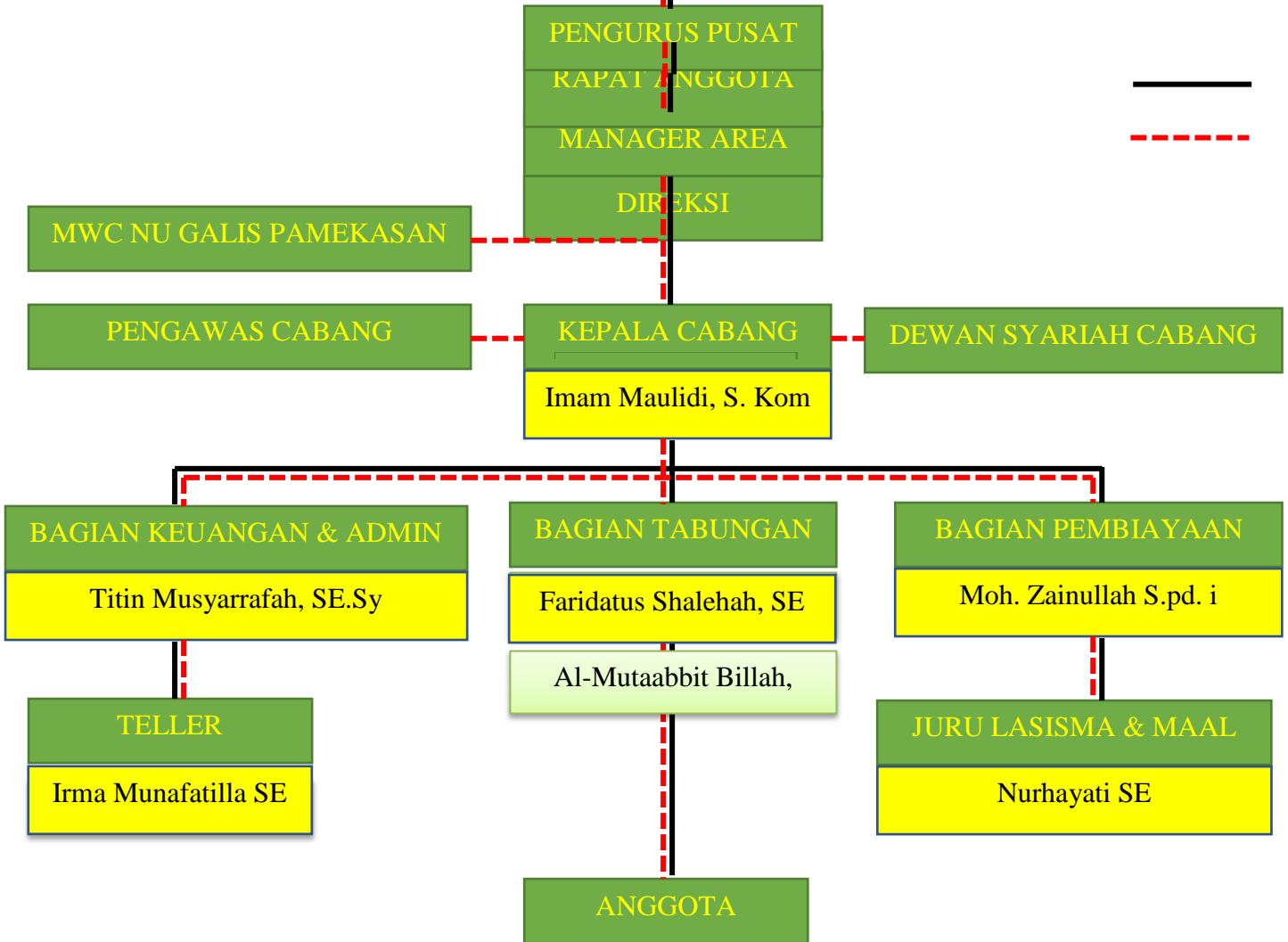
- 1) Akte notaris Nomor : 10 tanggal 4 Mei 2007
- 2) Badan Mukum : 188.4/11/BWXV1.261435.113/2007
- 3) SIUP : 503/6731/SIUP-W435.114/2007
- 4) TDP : 132125200588
- 5) NPWP : 02.599.962.4-608.000

g. Struktur organisasi

Gambar.4.1

STRUKTUR PENGELOLA

KSPP. SYARIAH BMT NU CABANG GALIS PAMEKASAN



Keterangan

Garis Instruksi : —————

Garis Koordinasi : - - - - -

h. Produk Tabungan

1) Simpanan Anggota

Terdiri dari : Siaga Pokok Rp. 100.000 Siaga Wajib Rp. 20.000 perbulan dan siaga suka rela yang jumlahnya tidak di tentukan. Siaga Pokok dan Wajib hanya dapat di tarik ketika yang bersangkutan berhenti dari keanggotaan sedangkan siaga suka rela hanya dapat di tarik satu tahun sckali. sedangkan bagi hasil 70% Dari SHU (Maksimal 60% sebagai patisipasi modal dan minimal 10% sebagai dana cadangan) menggunakan akad musyarakah.³

2) Tabungan *Mudharabah*

Simpanan yang bisa mempermudah anda memenuhi kebutuhan sehari-hari karena setoran dan penarikan dapat dilakukan kapan saja dan memperoleh bagi hasil 40% menggunakan akad *mudlarabah muthlaqah*. Setoran awal Rp 10.000 dan selanjutnya minimal Rp. 2.500.

3) Simpanan Berhadiah

Simpanan dengan keuntungan yang dapat dinikmati diawal dengan memperoleh hadiah langsung tanpa diundi. Menggunakan akad *Yad Al-Dhamanah* dan dapat di tarik pada waktu berdasarkan ketentuan yang berlaku.

4) Simpanan Pendidiknn *Fathonah*

Simpanan yang alokasi dananya diperuntukkan untuk dana pendidikan putra-putri mitra. Penarikan dapat dua kali dalam tahun, pada saat ajaran baru, kedua pada saat semester. nisbah bagi hasil 45% (nasabah) : 55 % (BMT).

³ Data berdasarkan brosur KSPP Syariah BMT NU Cabang Galis.

5) Simpanan Haji Sejahtera

Merupakan simpanan bagi mereka yang hendak menunaikan ibadah haji. setoran awal minimal Rp. 1.000.000 Setoran selanjutnya sesuai kemampuan. Setoran kapan saja dan penarikan hanya bisa dilakukan ketika akan melaksanakan haji dan umrah kecuali Udzur Syari' dengan nisbah bagi hasil 65 % dan 35 % untuk BMT NU.

6) Tabunagan Ukhrawi

Merupakan simpanan yang bagi hasilnya digunakan untuk membantu pengembang kualitas dhuafa. Dengan Simpanan ini berarti nasabah menyimpan sekaligus beramal tanpa kehilangan dana. Penarikan minimal enam bulan setelah pembukaan simpanan. Setoran awal minimal Rp. 25.000 Setoran selanjutnya minimal Rp 5.000 dengan nisbah bagi hasil 50 %.

7) Simpanan Berjangka Mudharabah

Simpanan dengan keuntungan yang melimpah dengan bagi hasil 65% Menggunakan akad *Mudlarabah Muthalaqah*. Setoran minimal Rp. 500.000 dengan jangka waktu minimal (satu) tahun.

8) Simpanan Lebaran

Simpanan yang dapat mempermudah anda memenuhi kebutuhan Lebaran dengan memperoleh keuntungan dari bagi hasil sebesar 55% menggunakan akad *mudlarabah muthalaqah* dengan setoran awal Rp. 25.000 dan setoran selanjutnya Minimal Rp. 5000. Setoran kapan saja dan penarikan hanya bisa dilakukan setiap Bulan Ramadhan.⁴

⁴ Data berdasarkan brosur KSPP Syariah BMT NU Cabang Galis 2019

i. Produk Pembiayaan

1) *Al-Qardul Hasan*

Al-Qardul Hasan yaitu pembiayaan dengan plafond maksimal Rp. 1.000.000,00-2.000.000 pembiayaan tanpa bagi hasil atau *margin/keuntungan* yang dianjurkan memberikan jaza'ul ihsan (balas budi) sesuai dengan keikhlasan mitra dan jangka waktu maksimal 36 bulan dengan angsuran mingguan, bulanan atau *cash tempo*.

2) *Murabahah dan Bai' Bitsamanil Ajil (BBA)*

Pembiayaan dengan pola jual beli barang, harga pokok diketahui bersama dengan harga jual berdasarkan kesepakatan bersama. Sedangkan KSPP Syariah BMT NU memperoleh margin (keuntungan) mulai 1,3% dari selisih harga pokok dengan harga jual dan jangka waktu maksimal 36 bulan dengan cara angsuran mingguan, atau bulanan (*bai' bitsamanil ajil / BBA*) atau *cash tempo*/ pembayaran diakhir jangka waktu (akad *murabahah*). Untuk *murabahah* mitra diharuskan memberikan DP (uang muka) maksimal 20% dari harga jual barang.

3) *Mudharabah dan Musyarakah*

Mudharabah pembiayaan seluruh modal kerja yang dibutuhkan (*mudharabah*) atau sebagian modal kerja (*musyarakah*) dengan pola bagi hasil dihitung berdasarkan kesepakatan (*mudharabah*) atau sesuai proporsi modal (*musyarakah*). Jangka waktu maksimal 36 bulan dengan angsuran bulanan atau *cash tempo*. Untuk pembiayaan *musyarakah* modal usahanya dari kedua belah pihak (*sharing* modal). Bagi hasil sesuai dengan struktur modal. Sedangkan *mudharabah*: modal usaha seluruhnya disediakan BMT dengan nisbah bagi hasil 65% (BMT) dan 35% (mitra). Dan atau berdasarkan kesepakatan bersama. Mitra

berkewajiban memberikan bagi hasil setiap bulan sedangkan modal dilunasi akhir tempo.

4) Gadai atau *Rahn*

Gadai adalah pembiayaan dengan menyerahkan barang dan atau bukti kepemilikan barang sebagai tanggungan pinjaman dengan nilai pinjaman maksimal 80% dari harga barang. Barang yang dapat digadaikan berupa perhiasan emas dan barang berharga lainnyadan mitra menanggung biaya taksir mulai 0,5% dari nilai taksir barang yang digadaikan serta memberikan *ujroh*/biaya penitipan barang setiap harinya sebesar Rp.6,- untuk setiap kelipatan Rp.10.000,00 dari harga barang. Jangka waktu gadai maksimal 4 bulan dengan masa tenggang 15 hari dan dapat diperpanjang maksimal 3 kali.

5) Pembiayaan Hidup Sehati

Pembiayaan hidup sehati (hidup sehat keluarga Islami) merupakan pembiayaan dengan akad *Murabahah/Bai' Bitsamani Ajil* bagi anggota dan calon anggota yang belum memiliki sarana air bersih dan sarana sanitasi yang memadai sesuai standar kesehatan demi terwujudnya keluarga islami yang sehat. Jenis pembiayaan hidup sehati antara lain:

- 1) Kamar mandi dan WC. kloset jongkok ukuran 2x1,5 M dengan angsuran maksimal 36 Bulan.
- 2) WC kloset jongkok ukuran 1,5X1,5 M dengan angsuran maksimal 36 bulan.
- 3) Perbaikan kamar mandi dan WC dengan angsuran maksimal 36 Bulan.
- 4) Pembelian *water filter*/penyaring air dengan angsuran maksimal 36 bulan.

6) Layanan Berjamaah

Layanan berjamaah merupakan pembiayaan secara berkelompok dengan minimal 5 anggota dan menggunakan akad *Al-Qardlul Hasan* tanpa menggunakan jaminan. Pembiayaan dengan jasa seikhlasnya (tanpa bagi hasil dan *margin*). Jangka waktu maksimal 10 bula dengan angsuran mingguan, bulanan, atau *cash tempo*.

j. Produk Jasa

1) Layanan Jasa Antar Jemput Tabungan dan Pembiayaan

KSPP Syariah BMT NU Cabang Galis menyediakan layanan jasa yang siap menjemput dan mengantarkan tabungan atau pembiayaan anggota ke rumah, kantor dan atau tempat usaha anggota dengan cara menghubungi kontak no. handphone kantor cabang atau kontak no. handphone karyawan.

2) Aplikasi Mobile BMT NU dan BMT NU-Q

Aplikasi yang memudahkan anggota dalam bertransaksi melalui handphone, mulai dari cek saldo, transfer antar BMT NU dan antar Bank, pembayaran tagihan listrik, BPJS serta melakukan registrasi tabungan dan permohonan pembiayaan secara online. Transfer/kiriman uang antar bank seluruh Indonesia dan luar negeri. daftaran haji dan umrah, pembayaran tagihan PLN, pulsa, pembayaran biaya pendidikan perguruan tinggi dan lain-lain.

k. SOP Devisi (*Job Description*) di KSPP Syariah BMT NU Cabang Galis

Job Description adalah uraian yang berisi informasi tertulis berkenaan dengan hal tugas dan tanggung jawab, kondisi, hubungan dan aspek-aspek kerjaan dalam organisasi. Uraian pekerjaan harus jelas serta mudah untuk dipahami

setiap karyawan. Adapun uraian pekerjaan karyawan KSPP syariah NU Cabang Galis Kabupaten Pamekasan sebagaimana tabel berikut:

Tabel. 4.1.

SOP Devisi KSPP Syariah BMT NU Cabang Galis

No	Jabatan	Tugas dan Tanggung Jawab
1	Kepala Cabang	<ul style="list-style-type: none"> a. Menyusun visi, misi dan nilai-nilai serta rencana strategis dalam bentuk rencana kerja dan rencana bisnis (<i>Business Plan</i>) b. Memimpin jalannya kantor cabang BMT NU secara Profesional dan Amanah. c. Mengawasi dan memonitoring tugas-tugas devisi pembiayaan dan keuangan. d. Bertanggung Jawab terhadap Kinerja kantor cabang KSPP Syariah BMT NU baik secara Intern maupun eksteren. e. Memproses Rekrutmen dan Pemberhentian Anggota. f. Menjaga kelangsungan dan pengembangan Usaha kantor cabang KSPP Syariah BMT NU yang telah ditetapkan oleh Pengurus pusat. g. Melaksanakan Program Kerja dan RAPB. sesuai den an AD/ART dan kese atan RA.
2	Bagian Keuangan	<ul style="list-style-type: none"> a. Bertanggung jawab dan Mengarsip seluruh tanda bukti transaksi untuk kebenaran

		<p>pencatatan transaksi sesuai dengan prinsip akuntansi pola syari'ah yang berlaku dilingkungan KSPPS BMT NU Cabang Galis.</p> <p>b. Bertanggung Jawab atas Pengelolaan Keuangan KSPPS BMT NU cabang Galis</p> <p>c. Bertanggung jawab atas Administrasi yang berkaitan dengan Aplikasi Pembukaan Rekening Simpanan/Tabungan dan pembiayaan.</p> <p>d. Memberikan Pelayanan terbaik kepada anggota dan Penabung.</p>
3	Bagian Pembiayaan	<p>a. memonitoring Saldo Simpanan masing-masing Anggota.</p> <p>b. Memonitoring realisasi, angsuran dan pelunasan pembiayaan</p> <p>c. Bertanggung jawab atas pelaksanaan Bagi Hasil tabungan pada setiap akhir bulan.</p> <p>d. Membuat laporan saldo rata-rata tabungan, distribusi pendapatan dan Bagi Hasil tabungan untuk disampaikan kepada manager.</p> <p>e. Membuat analisa prediksi penarikan tabungan pada Setiap awal bulan untuk disampaikan kepada manager dan divisi keuangan.</p> <p>f. Melakukan analisa pembiayaan calon-calon mitra untuk disampaikan kepada manager.</p>

		<p>g. Membuat persetujuan survei pembiayaan untuk diteruskan kepada juru survei.</p> <p>h. Membuat pemberitahuan tunggakan pembiayaan untuk diteruskan kepada juri tagih.</p> <p>i. Membuat surat putusan eksekusi barang jaminan atas pembiayaan yang macet untuk diteruskan kepada manajer.</p>
4	<p>Bagian Administrasi Umum dan Personalia</p>	<p>a. Mengarsip surat-surat keluar masuk, naskah perjanjian, dan administrasi umum lainnya.</p> <p>b. Memonitoring absensi hadir karyawan dan mengatur pelaksanaan tugas seluruh karyawan.</p> <p>c. Membuat Laporan Penerimaan Gaji Bulanan Karyawan untuk disampaikan kepada Divisi Keuangan dan Manager.</p> <p>d. Menyusun Rencana Rekrutmen dan atau pemberhentian karyawan jika dianggap perlu untuk disampaikan kepada Manager.</p> <p>e. Bertanggung jawab atas kedisiplinan dan pelaksanaan kode etik karyawan.</p>
5	<p>Bagian Pemasaran</p>	<p>a. Mengusahakan tercapainya pemasaran Produk-Produk Simpanan/Tabungan dan pembiayaan KSPPS BMT NU cabang Galisbaik funding maupun lending sesuai dengan target kinerja yang telah ditentukan.</p>

		<p>b. Mencari terobosan sumber — sumber dana alternatif.</p> <p>c. atau mengevaluasi produk KSPPS BMT NU Cabang Galis sesuai dengan kebutuhan pasar.</p> <p>d. Menginventarisasikan kendala perolehan dana tabungan maupun pengembalian pembiayaan.</p> <p>e. Menyusun strategi sosialisasi, promosi untuk meningkatkan kemajuan produk KSPPS BMT NU Caban Galis.</p> <p>f. Melakukan pembinaan terhadap usaha yang dilakukan oleh anggota.</p>
6	Juru Survey dan Penagihan	<p>a. Mengusahakan terlaksananya survei kelayakan dan Kepatutan Pembiayaan sesuai dengan disposisi Divisi Pembiayaan.</p> <p>b. Melakukan survei tingkat kelayakan dan kepatutan calon Calon Mitra serta menilai agunaan pembiayaan setelah mendapatkan persetujuan dari Divisi Simpanan dan Pembiayaan.</p> <p>c. Melakukan proses pembiayaan sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan oleh Manager.</p> <p>d. Melakukan Penagihan Tunggakan Pembiayaan setelah mendapatkan Surat Tunggakan dari Divisi Simpanan dan Pembiayaan.</p>

		<p>e. Melakukan Kunjungan Lapangan untuk melakukan Pembinaan, terutama dalam rangka mencegah terjadinya resiko atas pembiayaan yang telah direalisasikan kepada Calon Mitra.</p>
7	Teller	<p>a. Memberikan Pelayanan terbaik kepada Anggota dan Nasabah (Calon Anggota).</p> <p>b. Memberikan pelayanan secara prima kepada setiap anggota dan nasabah (Calon Anggota).</p> <p>c. Menghitung keadaan keuangan atau transaksi setiap hari.</p> <p>d. Memonitoring Saldo Simpanan masing-masing anggota dan penabung.</p> <p>e. Bertanggung jawab seluruh 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.</p> <p>f. Mencatat dan menginput seluruh transaksi harian.</p> <p>g. Menghitung dan memeriksa uang tunai hasil transaksi pada hari yang bersangkutan.</p>

Sumber: KSPP Syariah BMT NU Cabang Galis 2020⁵

⁵ Data diperoleh dari KSPP Syariah BMT NU Cabang Galis

2. Data Lapangan

Berdasarkan hasil penelitian yang di peroleh dari hasil wawancara, pengamatan, dokumentasi, serta informasi mengenai dilokasi penelitian, maka peneliti akan menyajikan dan menjelaskan data hasil lapangan yang diperoleh selama penelitian di KSPPS BMT NU Cabang Galis Pamekasan.

a. Bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan pada Simpanan Anggota (SIAGA) di BMT NU cabang Galis Pamakasan

Pemasaran merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu perusahaan oleh karena itu pemasaran selalu meperoleh posisi penting dan dipandang sebagai jantung suatu perusahaan. Tanpa pemasaran suatu perusahaan akan seperti kehilangan dorongan untuk bertahan dan bersaing yang selanjutnya akan membawa perusahaan menuju titik kemunduran, bahkan kekalahan dalam persaingan. Dalam menetapkan strategi pemasaran yang akan di jalankan, perusahaan harus lebih dulu melihat situasi dan kondisi pasar serta menilai posisi pasar. Dengan mengetahui keadaan dan situasi pasar maka dapatlah ditentukan tujuan dan harapan suatu perusahaan untuk mencapai tujuannya.⁶

Salah satu produk tabungan di KSPPS BMT NU Cabang Galis yaitu Tabungan SIAGA dimana tabungan siaga ini di sediakan bagi nasabah yang berminat menjadi anggota sekaligus pemilik saham di KSPPS BMT NU Cabang Galis dengan bagi hasil yang cukup besar. Agar produk tersebut dapat diketahui oleh masyarakat maka perlu adanya pendistribusian informasi mengenai produk Tabungan SIAGA. Kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh pihak KSPPS BMT

⁶ Sofjan Assuari, *Manajemen Pemasaran*, hlm. 167.

NU Cabang Galis adalah dengan cara memberikan informasi baik secara langsung dengan tatap muka ataupun secara tidak langsung melalui media internet.

Hal ini sesuai dengan apa yang peneliti peroleh dari wawancara dengan Bapak Ebit selaku Marketing, berikut petikan wawancaranya:

“Baik begini dik, dalam melakukan strategi pemasaran pada produk tabungan SIAGA hal pertama yang dilakukan oleh marketing KSPPS BMT NU Cabang Galis Pamekasan yaitu dengan melakukan strategi pemasaran door to door dimana sistem ini adalah metode pemasaran terjun langsung mendatangi masyarakat atau calon anggota sehingga saya bisa leluasa menjelaskan mengenai produk tabungan SIAGA ini. Selain itu saya juga bisa memasarkan produk tabungan SIAGA ini lewat Pembiayaan lasisma dimana setiap nasabah untuk memperoleh pembiayaan syaratnya harus menabung di tabungan SIAGA sehingga menjadi anggota di KSPPS BM NU hal itulah yang dapat meningkatkan jumlah anggota di KSPPS BMT NU ini. Untuk keunggulan tabungan SIAGA ini adalah bagi hasil yang cukup besar di bandingkan produk yang lainnya”.⁷

Hal yang sama juga di sampaikan oleh Faridatus shalehah selaku marketing KSPPS BMT NU Cabang Galis Pamekasan.

“Untuk strategi pemasaran tabungan SIAGA yang ada di BMT NU cabang Galis banyak strateginya. Diantaranya adalah door to door, selain itu kita disini juga memperhatikan segmentasi pasar sasaran. Dalam segmentasi dimana kita disini harus memahami apa yang dibutuhkan oleh masyarakat, jadi ketika memasarkan produk tabungan SIAGA ini kita tidak datang ke kalangan masyarakat pembisnis melainkan ke masyarakat yang ekonomi cukup mampu atau ke masyarakat yang uangnya tidak digunakan dalam berbisnis atau pedagang, selanjutnya berdasarkan wilayah dimana KSPPS BMT NU cabang Galis menetapkan wilayahnya di kecamatan setempat dan perluasan wilayah di kecamatan lainnya. yang kedua menentukan target pasar yang akan dimasuki ialah dari semua kalangan, merata namun lebih fokus pada kalangan masyarakat yang bukan pembisnis atau pedagang, artinya KSPPS BMT NU Cabang Galis Pamekasan lebih memfokuskan kepada mereka yang sering membutuhkan dana guna memenuhi di masa yang akan datang. setelah memilih target pasar maka langkah perusahaan selanjutnya adalah menetapkan posisi terhadap pesaingnya, artinya perusahaan harus memiliki dan memperlihatkan keunikannya, seperti bonus/bingkisan berupa sembako kepada penabung

⁷ Ebit, *Marketing funding KSPPS BMT NU Cabang Galis*, Wawancara Langsung (6 April 2020).

yang memiliki tabungan besar, yang diberikan ketika bulan ramadhan atau idul fitrih”⁸

Hal yang senada juga di sampaikan oleh Imam Maulidi Selaku Kepala Cabang KSPPS BMT NU Cabang Galis Pamekasan.

“Berbicara mengenai strategi pemasaran di BMT NU Cabang Galis ini cukup beragam, kita melakukan strategi pemasaran door to door langsung terjun ke lapangan dan juga melihat segmentasi pasar, untuk tabungan SIAGA kita mendatangi masyarakat yang sekiranya mempunyai uang yang mengendap atau tidak terlalu di butuhkan untuk kebutuhan sehari-hari, selain itu kita juga menggunakan berbagai media periklanan seperti dengan memberikan informasi melewati WA, Facebook, serta menyebarkan brosur-brosur ke berbagai kampung dan juga memasang banner di jalan-jalan raya, selain itu kami juga memasarkan produk taungan SIAGA ini di berbagai koloman atau muslimatan di suatu desa karena di sana memiliki peluang yang besar, karena jumlah anggota koloman cukup banyak.”⁹

Dari pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh KSPPS BMT NU Cabang Galis adalah menginformasikan produk yang dimiliki dengan menggunakan media STP dan bauran pemasaran. KSPPS BMT NU Cabang Galis Pamekasan terlebih dahulu melihat situasi dan kondisi pasar serta menilai posisinya di pasar, sehingga mengetahui langkah-langkah dalam memasarkan produk-produknya, agar nanti ketika menerapkan strategi pemasarannya dapat memperoleh hasil yang maksimal sesuai yang diharapkan oleh KSPPS BMT NU Cabang Galis Pamekasan.

KSPPS BMT NU Cabang Galis Pamekasan dalam menentukan segmentasi pasarnya menggunakan segmentasi pasar yang berbeda-beda mulai dari semua kalangan profesi dari umum-biasa, Selanjutnya yaitu bedasarkan wilayah, dimana KSPPS BMT NU Cabang Galis Pamekasan menetapkan wilayahnya di

⁸ Faridatus Shalehah, *Marketing Funding*, KSPPS BMT NU Cabang Galis, Wawancara langsung, (5 April 2020).

⁹ Imam Maulidi, Kepala Cabang, KSPPS BMT NU cabang Galis, Wawancara Langsung, (09 April 2020).

kecamatan setempat dan perluasan wilayah di kecamatan lain. Target pasar yang akan dimasuki ialah dari semua kalangan, merata namun lebih fokus pada orang yang memiliki uang lebih dan berniat untuk di depositokan, artinya KSPPS BMT NU Cabang Galis Pamekasan lebih memfokuskan kepada mereka yang sering membutuhkan dana guna memenuhi kebutuhannya di masa yang akan datang, yang bertempat tinggal di sekitar KSPPS BMT NU Cabang Galis Pamekasan. Setelah selesai menetapkan posisi terhadap pesaingnya, artinya perusahaan harus memiliki dan memperlihatkan keunikannya, seperti memberikan bonus/bingkisan berupa sembako kepada penabung yang memiliki tabungan besar, yang diberikan ketika bulan ramadhan atau idul fitrih.

Selain itu KSPPS BMT NU juga menggunakan bauran pemasaran salah satunya adalah strategi promosi, Media promosi yang pertama melalui periklanan dimana pihak BMT NU Cabang Galis membagikan brosur kepada masyarakat serta memberikan penjelasan mengenai produk tabungan SIAGA dan memasang banner disekitar kantor mengenai produk tabungan SIAGA agar dapat diketahui oleh masyarakat. Yang kedua *personal selling* dimana marketing langsung terjun ke masyarakat menjelaskan mengenai manfaat dan keunggulan tabungan SIAGA. Yang ketiga, Publisitas, yaitu para karyawan menginformasikan produk tabungan SIAGA kepada para peserta koloman dengan bantuan para tokoh masyarakat.yaitu melalui media pemasaran langsung, dimana pihak KSPPS BMT NU Cabang Galis memberikan informasi serta mengajak para masyarakat melalui pesan, status wa, facebook dan media web lainnya.

Selain dari menabung di KSPPS BMT NU aman BMT NU juga menawarkan bagi hasil yang cukup menarik yakni sebesar 70% dari sisa hasil

usaha hal ini juga di sampaikan oleh Imam Maulidi selaku kepala cabang KSPPS BMT NU Cabang Galis.

“Untuk bagi hasil yang di tawarkan oleh KSPPS BMT NU Cabang Galis yaitu sebesar 70%, namun itu di bagikan untuk semua anggota bukan hanya untuk satu anggota jika nasabah tersebut jumlah nominalnya banyak yang di tabung SIAGA ini maka otomatis bagi hasilnya juga lumayan banyak”

Hal ini juga di sampaikan oleh Sawani Selaku Anggota Tabungan SIAGA yang menabung di KSPPS BMT NU Cabang Galis.

“Saya menabung di KSPPS BMT NU Cabang Galis pada produk tabungan SIAGA. Marketing KSPPS BMT NU cabang Galis awalnya menawarkan pada saya produk SIAGA ini adalah produk tabungan yang sistem penarikannya ada jangka waktunya. mereka menjelaskan pada saya jika nominal yang di tabung cukup banyak maka otomatis bagi hasil yang di berikan cukup besar juga, dan marketing juga menawarkan jika memang uangnya tidak terlalu di butuhkan misalnya mau buat rumah ibu mending tabung di produk SIAGA ini, itulah tutur kata marketing tabungan BMT NU Cabang Galis”

Hal ini juga di sampaikan oleh Samsuri selaku anggota tabungan SIAGA.

“Awal saya menabung di KSPPS BMT NU Cabang Galis pada produk Tabah namun, seiring berjalannya waktu saya pindah produk dikarenakan saya di tawarkan oleh marketing KSPPS BMT NU karena nominal yang selalu saya dapat selalu banyak, dan saya tidak menariknya jika tidak terlalu di butuhkan, setelah saya pindah ke produk SIAGA memang bagi hasil yang di berikan oleh BMT NU cukup besar dari pada produk tabah. Dan semenjak itulah saya tetap menabung di produk SIAGA.

Dari pemaparan di atas dapat di simpulkan bahwasanya marketing KSPPS BMT NU menjelaskan pada anggota bukan hanya tentang bagi hasil yang cukup besar namun juga memberi pemahaman yang cukup kepada anggotanya, dan para nasabah juga tidak kecewa atas kinerja marketing karena mereka sudah paham atas penjelasan marketing KSPPS BMT NU Cabang Galis bahwasannya bagi hasil 70% itu tidak hanya untuk satu anggota melainkan untuk semua anggota.

Selain itu KSPPS BMT NU juga melakukan pelatihan khusus untuk meningkatkan SDM *marketing* yang handal maka *marketing* yang ada di KSPPS

BMT NU Cabang Galis harus mengikuti pelatihan *marketing* yang dilaksanakan setiap 6 bulan sekali yang di adakan oleh kantor pusat KSPPS BMT NU Cabang Galis. Sebagaimana yang di sampaikan oleh Faridatus shalehah

“ Untuk mengembangkan SDM marketing yang handal KSPPS BMT NU selalu mengadakan pelatihan khusus karyawan yang dilaksanakan di kantor pusat agar marketing KSPPS BMT NU terus berkembang”¹⁰

Imam Maulidi kepala KSPPS BMT NU Cabang Galis juga menjelaskan.

“ Pelatihan di KSPPS BMT NU yang dilaksanakan di kantor pusat yaitu pelatihan untuk karyawan untuk semua karyawan pelatihan dilaksanakan setahun 2 kali untuk marketing 3 bulan sekali. Pelatihan ini dilaksanakan untuk meningkatkan kinerja karyawan. Salah satu pelatihan yang dilaksanakan adalah yang berkaitan dengan strategi dan hasil kerja sebelumnya”¹¹

Pelatihan karyawan yang dilaksanakan oleh KSPPS BMT NU ini untuk meningkatkan kinerja karyawan, dan supaya karyawan ketika memberikan layanan dan ketika memasarkan produk-produknya semakin lebih baik lagi. Sehingga masyarakat menjadi lebih tertarik menjadi anggota KSPPS BMT NU Cabang Galis. Adapun pelatihan untuk marketing disini seperti yang di sampaikan oleh bapak Ebit.

“Untuk kriteria yang dimiliki oleh marketing KSPPS BMT NU Cabang Galis adalah mengutamakan prinsip 3S itu senyum, salam, sapa. Serta berpakaian rapi, berintegritas dan bersemangat.”¹²

Imam Maulidi kembali menuturkan:

“Untuk keunggulan dari marketing di KSPPS BMT NU Cabang Galis ini mereka sudah cukup berpengalaman, berketerampilan dasar, serta memahami dan mengenal jenis produk serta pasar sasaran.”¹³

¹⁰ Faridatus Shalehah, *Marketing Funding*, KSPPS BMT NU Cabang Galis. Wawancara langsung, (09 April 2020).

¹¹ Imam Maulidi, Kepala Cabang, KSPPS BMT NU cabang Galis, Wawancara Langsung, (09 April 2020).

¹² Ebit, *Marketing funding KSPPS BMT NU Cabang Galis*, Wawancara Langsung, (09 April 2020).

¹³ Imam Maulidi, Kepala Cabang, KSPPS BMT NU cabang Galis, Wawancara Langsung, (10 April 2020).

Berdasarkan penjelasan informan di atas bahwa marketing di KSPPS BMT NU Cabang Galis yaitu mengutamakan senyum, salam, sapa, memakai seragam dan berpakaian rapi. Marketing sudah cukup berpengalaman dan sudah memahami terhadap jenis produk yang ada di KSPPS BMT NU. Jadi jika ada calon anggota yang bertanya mengenai jenis produk-produknya marketing langsung bisa menjawabnya.

Hal ini di perkuat oleh penjelasan dari salah satu anggota tabungan SIAGA, Jamalia:

“Alasan saya menabung di KSPPS BMT NU Cabang Galis karena pelayanan yang baik dari para karyawan khususnya marketing, serta kalau saya menabung selalu di jemput ke rumah saya, jadi saya tidak perlu repot-repot untuk pergi langsung ke kantor BMT, dan dengan adanya tabungan SIAGA sangat bermanfaat bagi kami uang saya jadi aman dan mendapatkan bagi hasil.”¹⁴

Dari pemaparan di atas dapat di simpulkan bahwa demi kemajuan KSPPS BMT NU Cabang Galis, maka karyawan di berikan pelatihan khusus di kantor pusat. Yang mana pelatihan tersebut guna untuk meningkatkan kinerja dan pelayanan yang baik dan kenyamanan bagi para anggotanya. Dari berbagai strategi pemasaran yang sudah dilakukan oleh KSPPS BMT NU Cabang Galis, strategi pemasaran tersebut sudah berjalan dengan efektif dan jumlah anggota juga semakin meningkat. Hal ini tersebut di sampaikan oleh bapak Ebit selaku marketing tabungan di KSPPS BMT NU Cabang Galis pamekasan.

“Dalam tabungan SIAGA strategi yang dilakukan oleh marketing KSPPS BMT NU Cabang Galis kini bisa dikatakan sudah efektif hal itu sudah di buktikan dengan jumlah data anggota yang semakin tahun terus mengalami peningkatan.”¹⁵

¹⁴ Jamalia, Anggota Tabungan KSPPS BMT NU Cabang Galis, Wawancara Langsung,(15 April 2020).

¹⁵ Ebit, *Marketing funding KSPPS BMT NU Cabang Galis*, Wawancara Langsung, (09 April 2020).

Hal senada juga di sampaikan oleh Faridatus Shalehah

“Dalam strategi pemasaran tabungam SIAGA ini sampai saat ini cukup berjalan efektif, kita juga menawarkan kepada anggota yang menabung di produk tabungan lain seperti di tabah dan sabar yang jumlahnya cukup besar dan ternyata banyak anggota tersebut yang memilih untuk di pindahkan ke produk tabungan SIAGA.”¹⁶

Hal ini diperkuat oleh penjelasan ibu Aini selaku penabung tabungan SIAGA.

“Alasan saya menabung di KSPPS BMT NU cabang Galis khususnya tabungan SIAGA adalah uang saya selain menjadi aman dan juga bisa buat kebutuhan anak saya pada saat akan kuliah nanti dengan menabung di SIAGA selain jangka waku yang di tentukan cukup lama dan bagi hasilnya juga cukup besar di bandingkan dengan produk-produk yang lainnya.”¹⁷

Dari pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah anggota KSPPS BMT NU Cabang Galis sudah efektif, karena para promotor dapat menarik minat calon anggota ataupun anggota untuk menggunakan produk tersebut dan tetap bertahan menggunakan produk tersebut, dengan berbagai media yang digunakan, baik itu media STP, Bauran pemasaran seperti menyebar brosur serta mendatangi langsung dan menyampaikan informasi kepada para calon anggota secara tatap muka ataupun media mulut ke mulut (*word of mouth*). Tentunya pihak KSPPS BMT NU Cabang Galis tidak hanya memperhatikan mengenai strategi pemasaran, namun juga memperhatikan pelayanan kepada para anggota, baik itu dari segi sikap, tutur kata, serta sopan santun pada saat bertamu dengan tetap mengucapkan salam. Hal tersebut yang membuat para calon anggota menjadi tertarik untuk bergabung menjadi anggota

¹⁶ Faridatus Shalehah, *Marketing Funding*, KSPPS BMT NU Cabang Galis. Wawancara langsung, (09 April 2020).

¹⁷ Aini, Anggota Tabungan KSPPS BMT NU Cabang Galis, Wawancara Langsung, (15 April 2020).

KSPPS BMT NU Cabang Galis. Peningkatan jumlah anggota juga dibuktikan dengan semakin bertambahnya anggota setiap tahunnya dari mulai tahun dibentuknya produk pembiayaan lasisma 2015 sampai saat ini tahun 2020 sebanyak 1.196 anggota Tabungan SIAGA

Tabel 4.2.

BANK DATA ANGGOTA- GALIS- PAMEKASAN s/d tahun 2020

TAHUN BUKU	PRIA	WANITA	TOTAL
2015	208	131	339
2016	508	441	949
2017	711	785	1.496
2018	424	611	1.035
2019	443	703	1.146
2020	472	724	1.196

Sumber: KSPP. Syariah BMT NU Cabang Galis Pamekasan 2020

b. Apa saja hambatan-hambatan yang dihadapi KSPPS BMT NU Cabang Galis Pamekasan dalam menerapkan strategi pemasaran produk simpanan Anggota SIAGA.

Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu karyawan di KSPPS BMT NU Cabang Galis Bapak Ebit beliau menuturkan bahwa hambatan-hambatan KSPPS BMT NU Cabang Galis dalam melakukan pemasaran tabungan SIAGA diantaranya ketika pihak marketing sudah berada di lapangan sering menemukan masyarakat yang sudah bergabung dengan lembaga keuangan lainnya. Akan tetapi karena memang Fungsi dan tujuan kami adalah untuk memasarkan maka mau tidak mau walaupun pihak masyarakat atau calon anggota sudah bergabung dengan lembaga lain kami tetap menjelaskan apa itu simpanan anggota SIAGA.

Hal ini sama seperti hasil wawancara dengan Faridatus shalehah marketing funding KSPPS BMT NU Cabang Galis Pamekasan:

“Untuk hambatan ini pasti ada diantaranya karena memang banyak pesaing dari lembaga lain, kurangnya kesadaran masyarakat untuk menabung dan kurangnya inovasi untuk produk-produk di lembaga ini. Kendala yang sering hadapi adalah ketika melakukan promosi kesalah satu wilayah contohnya polagan bagian selatan terkadang ada yang menolak karena mereka masih belum percaya terhadap lembaga BMT ini, di karenakan di sana sudah sering terjadi penipuan oleh orang yang tidak bertanggung jawab. Serta banyak yang menolak dengan tabungan SIAGA ini karena tabungan ini tidak bisa di tarik kapan saja melainkan masih 1 tahun sekali perbulan Januari. Akan tetapi tidak semua masyarakat menolak menabung di KSPPS BMT NU Cabang Galis Pamekasan. Maka dari itu kami harus mampu menciptakan strategi yang tepat agar mampu bersaing dengan lembaga lain.”¹⁸

Toani anggota Tabungan SIAGA menuturkan:

“Saya menabung di KSPPS BMT NU Cabang Galis pada produk tabungan SIAGA akan tetapi setelah 2 tahun berjalan saya berpindah ke tabungan Tabah di karenakan ketika ada kebutuhan medadak kalau menabung di produk tabungan SIAGA tidak bisa di tarik kapan saja, melainkan masih menunggu pada bulan januari. Ketika di tarik belom pada saat jangka waktunya maka bagi hasil akan di hanguskan”¹⁹

Fatma anggota Tabungan SIAGA juga menuturkan:

“saya menabung di KSPPS BMT NU Cabang Galis di karenakan ada tetangga saya yang bekerja di sana, jadi saya percaya bahwa lembaga ini merupakan lembaga resmi jadi saya menabung di KSPPS BMT NU Cabang Galis karena tetangga saya yang bekerja disana.”²⁰

Dari pemaparan Informan diatas bahwa hambatan yang di alami oleh KSPPS BMT NU Cabang Galis saat melakukan pemasaran adalah diantaranya masyarakat sudah banyak yang bergaung dengan lembaga lain, selain itu masyarakat menolak di karenakan jangka waktu yang cukup lama untuk di tarik,

¹⁸ Faridatus Shalehah, *Marketing Funding*, KSPPS BMT NU Cabang Galis. Wawancara langsung, (09 April 2020).

¹⁹ Toani, Anggota Tabungan KSPPS BMT NU Cabang Galis, Wawancara Langsung, (15 April 2020).

²⁰ Fatma, Anggota Tabungan KSPPS BMT NU Cabang Galis, Wawancara Langsung, (15 April 2020).

dan berdasarkan penjelasan Ibu Fatma diatas bahwa dia menabung di KSPPSBMT NU Cabang Galis Pamekasan bukan karena strategi pemasarannya melainkan karena beliau kenal dengan salah satu karyawan yang bekerja di KSPPS BMT NU Cabang Galis Pamekasan.

Imam Maulidi juga menuturkan:

“Diantara hambatan-hambatan yang kami hadapi ketika melakukan pemasaran di tabungan SIAGA kurangnya tenaga karyawan dalam *marketing Funding*, disini Cuma ada dua marketing funding. Dari dua ini setiap harinya sibuk untuk menarik tabungan masyarakat tidak ada waktu tertentu untuk memasarkan produknya, hanya ada waktu istirahat, akan tetapi waktu istirahat tersebut memang benar-benar digunakan untuk istirahat di karenakan sudah full seharian marketing menarik tabungan ke seluruh wilayah, jadi kami tidak sempat untuk memasarkan produk ini ke daerah yang belum terjangkau oleh KSPPS BMT NU Cabang Galis.²¹

Hal ini di kuatkan oleh observasi:

“untuk hambatan dari strategi pemasaran ini salah satunya adalah kurangnya karyawan dalam marketing merka itu hanya memfokuskan menarik tabungan tidak ada waktu untuk mempromosikan tabungan itulah yang saya simak kenyataanya dai hasil observasi kinerja marketing”

Fatma kembali menuturkan:

“Untuk Karyawan di KSPPS BMT NU Cabang Galis saya masih kurang,sehingga masyarakat masih banyak yang belum menegtahui tentang tabungan ini (kurangnya informasi), yang saya tau di sana hanya ada dua tenaga marketing di bidang pemasaran tabungan. Dan kedua karyawan tersebut hanya sibuk menjemput tabungan setiap hari ke daerah sini.”²²

Berdasarkan pemaparan informan diatas bahwa kurangnya karyawan di bidang *marketing funding* menjadikan hambatan bagi KSPPS BMT NU Cabang Galis Pamekasan untuk memasarkan produknya, karena hanya ada dua *marketing funding*, yang mana kedua *marketing* tersebut selalu sibuk menjemput dan

²¹ Imam Mualidi, Kepala Cabang, KSPPS BMT NU cabang Galis, Wawancara Langsung, (10 April 2020).

²² Fatma, Anggota Tabungan KSPPS BMT NU Cabang Galis, Wawancara Langsung, (15 April 2020).

mengantarkan tabungan kepada anggota sehingga tidak cukup waktu untuk melakukan pemasaran.

c. Bagaimana solusi yang dilakukan oleh KSPPS BMT NU Cabang Galis Pamekasan dalam menghadapi hambatan-hamatan dalam memasarkan produk tabungan SIAGA.

Dalam melakukan pemasaran pada produk tabungan tentu tidak selalu berjalan dengan lurus melainkan pasti selalu saja ada hambatan. Namun setiap ada hambatan tentu juga pasti ada solusi yang dilakukan oleh KSPPS BMT NU Cabang Galis pamekasan untuk mengatasi hambatan tersebut. Dari hasil wawancara kepada salah satu karyawan di KSPPS BMT NU Cabang Galis Pamekasan Bapak Ebit menuturkan:

“Untuk mengatasi hambatan-hambatan ini kita terus melakukan promosi secara tepat dan tepat dan membuat inovasi-inovasi baru seperti memberikan rewar kepada penabung terbanyak seperti sembako terhadap produk-produk, serta kita juga harus mendatangi atau mencari orang yang tepat (mitra potensial) untuk di tawarkan produk tabungan SIAGA, dan berusaha meyakinkan masyarakat bahwa menabung di lembaga kami di jamin aman”²³

Hal senada juga di sampaikan oleh Faridatus shalehah Marketing Funding.

“Dalam mengatasi hambatan-hambatan tersebut kita terus melakukan pembaruan dan evaluasi pola pemikiran masyarakat untuk lebih terbuka lagi kepada KSPPS BMT NU Cabang Galis. Karena pada zaman yang modern ini tidak ada satupun orang yang tidak mengetahui informasi, kita terus meyakinkan masyarakat bahwa menabung di lembaga KSPPS BMT NU ini aman dan dan mendapatkan bagi hasil yang cukup menarik. Serta memberikan reward berupa sembako kepada anggota agar anggota tersebut merasa puas dengan menggunakan produk SIAGA.”²⁴

²³ Ebit, *Marketing funding KSPPS BMT NU Cabang Galis*, Wawancara Langsung, (10 April 2020).

²⁴ Faridatus Shalehah, *Marketing Funding*, KSPPS BMT NU Cabang Galis. Wawancara langsung, (10 April 2020).

Hal senada juga di tuturkan oleh Imam Maulidi sebagai kepala Cabang KSPPS BMT NU Cabang Galis Pamekasan.

“Berbicara solusi tentu kita harus terus semangat dan melakukan strategi yang cepat dan tepat agar dapat menarik nasabah untuk menabung di lembaga kami, serta membuat inovasi-innovasi baru terhadap produk, agar nasabah dapat tertarik, dan mendatangi mitra potensial, serta juga mencari informasi kepada teman-teman mengenai data masyarakat yang dapat arisan dan kita tawarkan ke produk tabungan SIAGA ini, dan saya juga terus menawarkan kepada anggota yang tabungannya cukup besar dan uang tersebut tidak terlalu di butuhkan, kami menawarkan untuk berpindah ke tabungan SIAGA agar bagi hasilnya lebih besar. Untuk kurangnya tenaga karyawan marketing jika memang belum ada perintah untuk penambahan karyawan baru di bagian marketing, maka solusinya adalah kita membagi waktu tugas kepada bagian marketing misal ketika menarik tabungan tidak hanya menarik tabungan saja melainkan masih bersilaturahmi ke rumah masyarakat terdekat dari anggota, dan bersosialisasi kepada masyarakat meyakinkan masyarakat bahwa tabungan ini di jamin aman”²⁵

Dari pemaparan di atas dapat di simpulkan bahwa solusi yang di lakukan oleh karyawan KSPPS BMT NU Cabang Galis Pamekasan menciptakan inovasi-inovasi baru terhadap produk dan mengubah pola pikir masyarakat agar bisa tertarik. Serta meyakinkan masyarakat bahwa lembaga kami adalah lembaga resmi diawasi oleh DPS. Dan bagian marketing mendatangi rang yang tepat untuk di tawarkakan produk ini, serta membagi waktu untuk bagian marketing untuk bersosialisasi kepada masyarakat agar semua masyarakat khususnya masyarakat kecamatan Galis mendapat informasi dan mengetahui keberadaan KSPPS BMT NU Cabang Galis di tengah-tengah masyarakat.

B.Temuan Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi selama dilapangan. Peneliti menemukan beberapa

²⁵ Imam Maulidi, Kepala Cabang, KSPPS BMT NU cabang Galis, Wawancara Langsung, (10 April 2020).

temuan penelitian yang berkaitan dengan Strategi marketing tabungan SIAGA dalam upaya meningkatkan jumlah anggota di KSPPS BMT NU Cabang Galis Pamekasan sebagai berikut:

- a. Strategi pemasaran tabungan SIAGA di KSPPS BMT NU Cabang Galis Pamekasan yaitu door to door yaitu dengan cara terjun langsung ke lapangan atau *marketing* langsung mendatangi mitra potensial dan melakukan promosi
- b. Menetapkan Segmentasi Pasar, yaitu memilih calon anggota masyarakat yang kalangan bukan pembisnis melainkan lebih ke orang yang punya uang tidak terlalu di butuhkan.
- c. Menetapkan target pasar, yaitu menentukan calon anggota yang akan menjadi sasaran, yang menjadi sasaran pada produk tabungan SIAGA adalah orang yang dapat arisan.
- d. Untuk mendesain suatu strategi pemasaran maka KSPPS BMT NU Cabang Galis Pamekasan menerapkan konsep 4P.
- e. Bagi hasil sebesar 70% itu tidak hanya untuk satu anggota/nasabah melainkan untuk semua anggota nasabah produk SIAGA di KSPPS BMT NU Cabang Galis.
- f. Pelatihan marketing. Untuk menciptakan karyawan yang handal maka KSPPS BMT NU melakukan pelatihan selama 6 bulan sekali untuk semua karyawan dan 3 bulan sekali untuk marketing
- g. Banyaknya pesaing, semakin ketatnya persaingan antara lembaga keuangan saat ini menggambarkan tidak mudahnya untuk melakukan penghimpunan dana dari masyarakat. BMT disini berdekatan dengan lembaga lain seperti, BRI, Bank JATIM, BMT UGT SIDOGIRI, BPRS.

- h. Kurangnya kesadaran masyarakat untuk menabung menjadikan hambatan bagi KSPPS BMT NU Cabang Galis dalam memasarkan produknya.
- i. Minimnya inovasi produk di bidang pemasaran. KSPPS BMT NU cabang Galis Pamekasan belum mampu mengembangkan produk-produk yang baru yang inovatif yang bisa meningkatkan daya saing dengan lembaga-lembaga lain yang berskala besar.
- j. Kurangnya karyawan di bidang pemasaran di KSPPS BMT NU cabang Galis Pamekasan, tercatat ada dua karyawan di bidang marketing funding
- k. Meyakinkan masyarakat bahwa menabung di lembaga KSPPS BMT NU Cabang Galis Pamekasan dijamin aman dan mendapatkan bagi hasil yang cukup menarik.
- l. Membagi waktu tugas kepada karyawan marketing pada saat menarik tabungan tidak hanya menarik tabunga kepada anggota saja melainkan masih bersilaturahmi ke masyarakat sekitar anggota untuk besosialisasi dan menjelaskan mengenai tabungan SIAGA ini.

B. Pembahasan

Berdasarkan hasil paparan data dan temuan penelitian diatas, peneliti akan memaparkan pembahasan secara detail sesuai dengan fokus penelitian. Pembahasan tersebut sebagai berikut

1. Strategi pemasaran yang di terapkan pada tabungan SIAGA di KSPPS BMT NU Cabang Galis Pamekasan.

Strategi adalah suatu rencana yang diutamakan untuk mencapai tujuan. Melalui strategi, manajemen mengartikan rencana berskala dasar dan berorientasi

pada masa yang akan datang untuk berinteraksi dengan lingkungannya untuk mencapai tujuan organisasi.

Beberapa koperasi memiliki tujuan yang sama akan tetapi strategi yang dipakai untuk mencapai tujuannya berbeda. Seperti halnya KSPPS BMT NU Cabang Galis untuk mencapai tujuannya dalam menarik dan mempertahankan calon anggota/anggota memiliki strategi tersendiri dalam menginformasikan produk-produknya. Adapun cara untuk memberitahukan kepada masyarakat dengan cara pemasaran, artinya keputusan terakhir koperasi harus memasarkan produknya seluas mungkin kepada masyarakat atau nasabah.²⁶

Dalam hal ini KSPPS BMT NU Cabang Galis Pamekasan dalam memasarkan produk tabungan SIAGA dengan cara promosi dengan cara terjun langsung ke lapangan, menyebarkan brosur, internet dan media sosial, dan melakukan jemput bola mereka menggunakan segala cara untuk mendapatkan perhatian nasabah tentunya dengan pemberian pelayanan yang sopan terhadap mereka.

Dalam hal ini strategi yang di jalankan oleh KSPPS BMT NU cabang Galis Pamekasan sudah cukup baik karena melakukan promosi dengan terjun langsung, sehingga membuat calon anggota lebih percaya terhadap lembaga dan keamanannya, akan tetapi tidak semua masyarakat yang tertarik bukan berarti tidak percaya terhadap lembaga dan kemanannya melainkan karena sudah bergabung dengan lembaga lain.

Selain dari strategi yang telah di sebutkan di atas, KSPPS BMT NU Cabang Galis Pamekasan juga menggunakan dua konsep yaitu:

²⁶ Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, hlm. 169.

a. Segmentasi pasar

Dalam kegiatan bisnis segmentasi pasar untuk mendesain produk-produk yang lebih responsif terhadap kebutuhan pasar, mencari peluang, merumuskan pesan-pesan komunikasi yang efektif dan efisien, menciptakan keunggulan bersaing, melayani lebih baik, menganalisis perilaku konsumen dan sebagainya.²⁷

Dalam hal ini segmentasi yang dilakukan oleh KSSPS BMT NU Cabang Galis Pamekasan dalam memasarkan produk tabungan SIAGA adalah dengan mendatangi mitra potensial dengan menggunakan variabel *demographic segmentation*, segmentasi tersebut didasarkan pada jenis produk yang dikeluarkan oleh KSPPS BMT NU.

Mengingat segmentasi merupakan pembagian pasar ke dalam kelompok pembeli yang berbeda-beda berdasarkan kebutuhan pasar, karakteristik atau perilaku yang mungkin memerlukan produk atau bauran pemasaran yang berbeda.²⁸

Dalam hal ini segmentasi yang dituju oleh KSPPS BMT NU Cabang Galis adalah orang yang mempunyai uang lebih dan orang yang mendapat arisan, maka yang dilakukan oleh KSPPS BMT NU Cabang Galis bisa dikatakan sudah baik. Karena mereka mendatangi mitra potensial yang memungkinkan untuk menabung pada produk SIAGA.

b. Pasar Sasaran

Pasar sasaran adalah strategi mengalokasikan sumber daya perusahaan secara efektif, karena sumber daya yang dimiliki terbatas, dengan menentukan target yang di bidik usaha kita akan lebih terarah, olehnya perusahaan harus

²⁷ Iwan Purwanto, *Manajemen Strategi* (CV. Yrama Widya, 2006), hlm. 152.

²⁸ Agus Hermawan, *Komunikasi Pemasaran*, hlm. 41.

membidik pasar yang akan dimasuki sesuai daya saing yang dimiliki.²⁹

Dalam hal ini target konsumen atau segmen yang di bidik oleh KSPPS BMT NU Cabang Galis Pamekasan adalah orang yang mendapat arisan dan orang yang mempunyai uang lebih dan tidak terlalu di butuhkan yang ingin menyimpan uangnya di KSPPS BMT NU Cabang Galis Pamekasan.

Mengingat bahwa pasar sasaran merupakan proses mengevaluasi daya tarik dari masing-masing segmen dan memilih satu atau lebih segmen yang akan di masuki³⁰.

Dalam hal ini strategi yang di jalankan oleh KSPPS BMT NU Cabang Galis sudah cukup efektif mengingat dalam prakteknya untuk mendesain suatu strategi pemasaran adalah diantaranya adalah penerapan konsep STP (*Segmentation, targetting, positioning*)³¹

KSPPS BMT NU Cabang Galis memasarkan produknya juga dengan menggunakan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) 4P diantaranya produk, harga, tempat, promosi. Bauran pemasaran adalah perangkat alat pemasaran faktor yang dapat dikendalikan *product, place, price, promotion*. Yang di adukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan dalam pemasaran.³²

a. Produk

Produk adalah segala sesuatu yang dapat di tawarkan kepada pasar untuk memuaskan suau keinginan atau kebutuhan, termasuk barang, jasa,

²⁹ Nurul Huda, dkk, *Pemasaran Syariah* . hlm.64-65.

³⁰ Pieter Gunawan Wijaya “Analisis Segmenting, Targeting, Positioning dan Marketing Mix Pada PT. Murni Jaya”, *Jurnal Agora*, Vol. 5, No. 1 (2017), hlm. 59.

³¹ Iwan Purwanto, *Manajemen Strategi*, hlm. 151.

³² Ali Hasan, *Markeking Bank Syariah* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), hlm. 140.

pengalaman, tempat, properti³³. Setiap perusahaan dalam menjalankan aktivitas usaha, memerlukan strategi pemasaran yang pada dasarnya menunjukkan bagaimana sasaran pemasaran dari produk yang dihasilkan tersebut dapat dicapai. Penerapan strategi produk tabungan SIAGA dengan syarat yang mudah dengan akad *musyarakah*. Produk merupakan sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat, maka peluncuran suatu produk di perlukan strategi tertentu.

Adapun strategi yang di lakukan oleh oleh KSPPS BMT NU Cabang Galis Pamekasan dalam menetapkan produk diantaranya:

1) Keragaman produk

Produk merupakan keseluruhan konsep objek atau proses yang memberikan sebuah nilai pada konsumen. Menurut Alaupiyoadi produk merupakan salah satu aspek penting dalam vareabel *marketing mix*.

KSPPS BMT NU Cabang Galis menciptakan berbagai macam produk diantaranya adalah SIAGA, SABAR, TABAH, SAJADAH, SAHARA, SIDIK FATONAH, TARAWI, SIBERKAH. Sehingga dengan menciptakan dengan berbagai macam produk ini masyarakat bisa memilih jenis simpanan yang di inginkan.

Dengan keberagaman yang luas dikatakan kedalaman yang juga dapat digunakan untuk saling menggantikan. Menurut Cristina Widya keragam produk dapat berbentuk tambahan dari suatu produk inti yang menambah suatu nilai produk.³⁴

³³ Philip Kotler, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2008), hal. 4.

³⁴ Novita Sari, Selfi Setiyowati, "Penengaruh Keragaman Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Swalayan Metro, (*Jurnal Manajemen Magister*, Vol. 3 No 2. Juli 2017), hlm. 190.

Dalam hal ini untuk produk di KSPPS NURI JATIM Cabang Palengaan ada berbagai macam ragam, yang mana dari berbagai macam ragam tersebut mempunyai kelebihan dan manfaat masing-masing. Diantaranya adalah tabungan SIAGA. Tabungan SIAGA di KSPPS BMT NU merupakan simpanan bagi hasil simpanan ini banyak diminati oleh masyarakat, khususnya orang yang mempunyai uang yang tidak terlalu di butuhkan dan menginginkan uangnya aman dan mendapatkan bagi hasil.

2) Merk

Merk adalah suatu nama, istilah, tanda, lambang atau desain atau gabungan semua yang diharapkan mengidentifikasi barang atau jasa dari seseorang, penjual atau sekelompok penjual, dan diharapkan dapat membedakan barang atau jasa dari produk pesaing³⁵.

Dalam hal ini KSPPS BMT NU Cabang Galis memberikan suatu nama dengan nama yang berbeda dengan lembaga keuangan lainnya.

3) Kualitas Produk

KSPPS BMT NU Cabang Galis Cabang memepertimbangkan beberapa hal dalam menciptakan produk yang akan di tawarkan kepada masyarakat dan menciptakan produk sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Dalam penetapan produk KSPPS BMT NU Cabang Galis sangat memperhatikan mutu dan manfaat yang diperoleh oleh anggotanya serta produk yang berkualitas bagus, karena dengan produk yang berkualitas bagus akan memberikan kepercayaan kepada masyarakat untuk menjadi anggota tabungan SIAGA di KSPPS BMT NU Cabang Galis. Meskipun tabungan

³⁵ Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran*, hlm. 77.

SIAGA bukan produk unggulan namun KSPPS BMT NU Cabang Galis akan memberikan pelayanan yang baik.

Kualitas adalah keseluruhan ciri dari suatu produk atau jasa yang bergantung pada kemampuan untuk dapat memuaskan kebutuhan yang diharapkan pelanggan. Kualitas produk merupakan keseluruhan ciri dari produk yang memenuhi kebutuhan pelanggan sesuai dengan yang diharapkan pelanggan.³⁶

Dalam hal ini kualitas produk di KSPPS BMT NU Cabang Galis lebih memperhatikan mutu dan manfaat, aman dan terhindar dari riba. Agar dapat mempertahankan anggota maka lembaga harus menjaga mutu dan manfaat serta kemanannya. Dengan kualitas yang baik dapat memikat calon anggota baru untuk menjadi anggota Di KSPPS BMT NU Cabang Galis Pamekasan.

b. Harga

Harga merupakan jumlah pelanggan membayar untuk produk. Strategi harga adalah cara dalam menentukan harga produk supaya tetap *profitabel* atau menguntungkan dan bersaing dari sisi penjual, dan masih rasional serta masih menguntungkan dari sisi konsumen.³⁷ Harga sangat penting untuk diperhatikan oleh setiap perusahaan karena harga sangat menentukan laku atau tidaknya suatu produk.

³⁶ Dita Putri Angraini, Srikandi Kumadji, Sunarti, "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan", (*Jurnal Administrasi Bisnis*, vol. 37 no. 1 Agustus 2016), hlm. 172.

³⁷ Ahmad Subagyo, *Marketing in Business: Usaha Mikro kecil dan lembaga keuangan mikro*(Jakarta: Mitra Wacana Media, 2010), hlm. 131.

Dalam hal ini strategi penetapan harga di KSPPS BMT NU Cabang Galis untuk tabungan SIAGA tidak akan dikenakan biaya apapun namun tetap harus membayar simpanan pokok sebesar Rp. 30.000. sebesar Rp. 25.000 termasuk ke dalam tabungan dan 5000 sebagai administrasi sama seperti produk yang lainnya.

Mengingat tujuan penentuan harga oleh suatu bank dimaksudkan untuk berbagai tujuan yang hendak dicapai. Secara umum tujuan penetapan harga adalah sebagai berikut:³⁸

1) Untuk bertahan hidup

dalam hal ini bank menentukan harga semurah mungkin dengan maksud produk atau jasa yang ditawarkan laku di pasaran.

2) Untuk memaksimalkan laba

Tujuan harga ini dengan mengharapkan penjual yang meningkat, sehingga laba dapat ditingkatkan. Penentuan harga biasanya dapat dilakukan dengan harga murah atau tinggi.

3) Untuk memperbesar market

Penentuan harga dengan harga yang murah, sehingga diharapkan jumlah pelanggan meningkat dan diharapkan pula pelanggan pesaing beralih ke produk yang ditawarkan.

4) Karena pesaing

Dalam hal ini penentuan harga dengan melihat harga pesaing. Tujuannya adalah agar harga yang ditawarkan jangan melebihi harga pesaing.

5) Mutu produk

³⁸ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, hlm. 229-230.

Tujuannya adalah memberikan kesan bahwa produk atau jasa yang ditawarkan memiliki kualitas yang tinggi dan biasanya harga jual dilakukan setinggi mungkin.

Harga yang diterapkan oleh KSPPS BMT NU Cabang Galis Pamekasan sudah mengikuti harga pasaran dan dapat dikatakan cukup murah dan mempermudah anggotanya dalam membayar uang setoran tabungan SIAGA. Dengan demikian anggota tidak kesulitan jika memang ingin menabung di tabungan SIAGA.

c. Tempat (*Place*)

Tempat mewakili lokasi dimana suatu produk dapat di beli. Strategi tempat ini bertujuan untuk memberikan kemudahan kepada konsumen dalam menentukan informasi dan keberadaan produk.³⁹ Distribusi adalah lembaga-lembaga penyalur yang memiliki kegiatan untuk menyalurkan atau menyampaikan barang atau jasa dari produsen kepada konsumen⁴⁰. Pemilihan lokasi kantor sangat penting, hal ini agar nasabah mudah menjangkau setiap lokasi KSPPS BMT NU Cabang Galis. Pilihan yang tepat dapat mengembangkan usahanya dan memasarkan produk-produknya. Penentuan lokasi KSPPS BMT NU Cabang Galis dilakukan dengan berbagai pertimbangan untuk mencari lokasi yang strategis. Pertimbangan dilakukan dengan berbagai alasan diantaranya yaitu dekat dengan keramaian, pasar serta dekat dengan jalan raya agar mudah dijangkau oleh anggota.

³⁹ Ibid, hlm. 131

⁴⁰ M. Mursid, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), hlm. 85

Lokasi KSPPS BMT NU Cabang Galis berada di Jalan Raya Sumenep dekat pasar Keppo. Lokasi ini sudah cukup strategis karena berdekatan dengan keramaian, pasar, dan berada jalan raya.

KSPPS BMT NU Cabang Galis berada di jalan raya Sumenep dekat pasar keppo berada di tengah keramaian pasar, akan tetapi KSPPS BMT NU Cabang Galis tidak mempertimbangkan jumlah pesaing yang ada sehingga menjadikan penghambat bagi KSPPS BMT NU dalam memasarkan produk yang ada.

d. Promosi

Promosi adalah suatu usaha dari pemasaran dalam menginformasikan dan mempengaruhi orang atau pihak lain sehingga tertarik untuk melakukan transaksi atau pertukaran produk barang atau jasa yang di pasarkan⁴¹. Dalam bisnis perbankan juga dikenal berbagai promosi yang pilihan penggunaanya ditentukan sesuai kondisi. Dalam memilih strategi promosi yang mempergunakan iklan, pihak bank dapat memilih cara dan media yang akan di pergunakan. Apakah promosi menggunakan media cetak atau elektronik.⁴² Promosi merupakan komponen bauran promosi yang paling terlihat nyata yang mengacu pada teknik-teknik untuk mengkomunikasikan informasi mengenai produk. Promosi merupakan kegiatan terpenting yang berperan aktif dalam memperkenalkan, memberitahukan dan meningkatkan kembali manfaat suatu produk yang di promosikan tersebut.⁴³ Adapun strategi

⁴¹ Ibid, hlm.132

⁴² Lukman Dendawijaya, *Manajemen Perbankan*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2001), hlm. 66- 70.

⁴³ Nurul Huda, *Pemasaran Syariah*, hlm. 17.

bauran promosi yang dijalankan oleh KSPPS BMT NU Cabang Galis terdiri dari yaitu:

- 1) *Advertising* (Periklanan), yaitu segala bentuk presentasi non personal dan promosi ide barang atau jasa oleh sponsor yang ditunjuk dengan mendapatkan bayaran, medianya adalah brosur, bucket, poster, penayangan pada audio visual dan lain-laini. Dalam hal ini KSPPS BMT NU cabang Galis dalam mengiklankan tabungan SIAGA kepada masyarakat melalui *Marketing* menyebar brosur ke berbagai daerah, serta menjelaskan apa itu tabungan SIAGA dan keunggulan dari produk tabungan SIAGA yang ada di KSPPS BMT NU Cabang Galis. Dimana dalam mempromosikan produknya KSPPS BMT NU Cabang Galis menonjolkan manfaat produknya dan keunggulan dari tabungan SIAGA tersebut.
- 2) *Sales Promotion* (Promosi Penjualan) yaitu bentuk persuasi langsung melalui penggunaan berbagai insentif yang dapat diatur untuk merangsang pembelian produk dengan segera atau meningkatkan jumlah barang. Dalam hal ini strategi promosi penjualan yang dilakukan oleh KSPPS BMT NU Cabang Galis adalah dengan cara memberikan hadiah berupa sembako yang menabung di KSPPS BMT NU Cabang Galis.
- 3) *Personal Selling* (penjualan tatap muka), yaitu komunikasi langsung antara penjual dan calon pelanggan dan membentuk pemahaman pelanggan terhadap produk, sehingga mereka kemudian akan mencoba untuk membelinya. Dalam hal ini promosi yang dilakukan oleh KSPPS BMT NU Cabang Galis adalah dengan mendatangi langsung calon anggota yang berpotensi. Dan memberikan informasi dan pemahaman

kepada calon anggota.

- 4) *Direct Marketing* (pemasaran langsung), yaitu sistem pemasaran yang berifat interaktif, yang memanfaatkan satu atau beberapa media iklan untuk menimbulkan respon yang terukur atau terasaksi sembarang lokasi. Mediana antara lain pemasaran lewat telepon, internet surat dan katalog. Dalam hal ini pemasaran langsung yang dilakukan oleh KSPPS BMT NU Cabang Galis melalui media telepon dan internet seperti, website, media sosial facebook, whatsapp.

Mengingat dalam perakteknya paling tidak ada empat sarana promosi yang dapat digunakan oleh setiap bank dalam memasarkan produknya yang diantaranya adalah, promosi periklanan, promosi penjualan, publisitas, dan penjualan pribadi.

Promosi yang dijalankan oleh KSPPS BMT NU Cabang Galis dalam memasarkan produk tabungan SIAGA sudah cukup baik untuk memperoleh nasabah dan memperkenalkan produknya ke masyarakat. Dan dengan adanya strategi promosi ini sangat membantu KSPPS BMT NU Cabang Galis dalam memasarkan produknya kepada masyarakat. Dan strategi yang palih ampuh untuk digunakan oleh KSPPS BMT NU Cabang Galis adalah stategi promosi untuk mendapatkan calon anggota.

Hubungan antara STP dengan marketing mix adalah kalau STP itu menganalisis karakteristik pembeli dan karakteristik pasar, yang nantinya hasil analisis tersebut tentu akan beragam dan masuk ke dalam kelompok karakteristik yang berbeda-beda dari hasil analisis tersebut maka di butuhkan

marketing mix yang dapat mengurus atau memilah di berbagai bidang sesuai dengan karakteristiknya.

2. Hambatan-hambatan yang di hadapi yang di hadapi KSPPS BMT NU dalam merapkan strategi pemasaran produk tabungan SIAGA.

Perkembangan ekonomi saat ini yang ada di indonesia sudah terjadi sangat pesat. Hal ini bisa didasari dengan banyaknya lembaga keuangan yang berdiri baik konvensional maupun syariah. Dengan begitu pasti semua lembaga keuangan pasti ingin menjadi nomer satu dan menjadi pilihan masyarakat. Termasuk KSPPS BMT NU yang bergerak dibidang keuangan.

Dengan perkembangan lembaga keuangan yang semakin maju maka menjadi pemicu timbulnya persaingan antara lembaga keuangan sehingga masyarakat smakin keritis dalam memilih lembaga keuangan dan produk yang bisa memberikan manfaat dan kelebihannya. Maka dari itu KSPPS BMT NU Cabang Galis harus mampu menciptakan produk yang unggul dan strategi pemasaran yang tepat sehingga tidak kalah bersaing dengan lembaga keuangan lainnya.

Seperti yang sudah kita ketahui saat ini bahwa setiap pemasaran pasti mendapatkan kendala, seperti halnya KSPPS BMT NU Cabang Galis yang diketahui mendapatkan kendala dalam memasarkan produk tabungan SIAGA. Adapun hambatan-hambatan yang di alami oleh KSPPS BMT NU Cabang Galis yaitu sebagai berikut:

a. Pesaing

Menurut F. Hartombul Gibting dalam bukunya Manajemen Pemasaran

menyatakan bahwa Pesaing adalah perusahaan yang melayani pelanggan yang sama dengan produk yang serupa dan dengan harga yang serupa⁴⁴. Persaingan dengan lembaga lain menjadikan masyarakat memiliki banyak pilihan, sehingga menjadi suatu hambatan bagi KSPPS BMT NU Cabang Galis dalam memasarkan produk tabungan SIAGA.

Maka dari itu BMT NU harus mampu mengambil perhatian masyarakat dengan cara mempengaruhi masyarakat dengan cepat melalui berbagai promosi-promosi dan fokus terhadap pelayanan yang baik untuk mendapatkan kepercayaan dari masyarakat atau anggotanya. Setelah anggota memahami dan merasakan manfaat dari produk tersebut dan sudah percaya kepada KSPPS BMT NU Cabang Galis, maka akan lebih mudah untuk menawarkan produk tabungan SIAGA.

Dalam hal ini KSPPS BMT NU Cabang Galis sudah bisa membuat anggota percaya terhadap kemandirian dan sudah memberikan pelayanan yang baik kepada anggota tabungan di KSPPS BMT NU Cabang Galis. Hal ini sudah dibuktikan dengan banyaknya anggota yang menabung pada produk SIAGA.

b. Kurangnya kesadaran masyarakat

kendala yang dihadapi oleh KSPPS BMT NU Cabang Galis dalam memasarkan produk tabungan SIAGA yaitu kurangnya kesadaran masyarakat masih kurang untuk menyimpan uangnya di KSPPS BMT NU Cabang Galis. Mereka tidak ingin menyimpan uangnya di KSPPS BMT NU karena berasumsi bahwa menabung di lembaga ini tidak aman dan lebih memilih

⁴⁴ Nembah F. Hatibul Ginting, *Manajemen pemasaran*, (Bandung: CV Yrama Widya, 2011), hlm. 17.

dan disimpan sendiri dirumahnya karena tidak mengetahui manfaatnya.

Dalam hal ini perlu strategi pemasaran yang lebih tepat lagi dan perlu sosialisasi rutin kepada masyarakat untuk memberikan pemahaman akan pentingnya menabung di KSPPS BMT NU Cabang Galis. Serta terus memberikan informasi-informasi mengenai manfaat dan keunggulan tabungan SIAGA, serta menjalin hubungan yang baik dengan masyarakat dengan tujuan agar menciptakan suatu kepercayaan bagi masyarakat terhadap KSPPS BMT NU Cabang Galis.

c. Kurangnya Karyawan di Bidang Pemasaran

Karyawan di bidang pemasaran di KSPPS BMT NU Cabang Galis Palengaan cuma ada dua karyawan dalam *marketing funding*. Kedua karyawan di KSPPSBMT NU Cabang Galis tidak sempat untuk melakukan promosi langsung kelapangan karena mereka sibuk menjemput dan mengantarkan tabungan yang lain.

Dalam hal ini maka KSPPS BMT NU harus menambah karyawan dalam bidang *marketing funding* agar supaya tabungan SIAGA tetap di promosikan dengan baik sehingga masyarakat luas lebih banyak mengetahui tabungan SIAGA di KSPPS BMT NU Cabang Galis

d. Minimnya Inovasi Produk di bidang Pemasaran

Produk yang ada di KSPPS BMT NU masih sama dengan produk yang ada di lembaga keuangan lain, sehingga menjadi hambatan bagi KSPPS BMT NU Cabang Galis dalam memasarkan atau mempromosikan produk kepada masyarakat, KSPPS BMT NU Cabang Galis belum mampu untuk mengembangkan produk-produk baru yang inovatif yang bisa meningkatkan

daya saing dengan lembaga keuangan lainnya yang berskala besar. Produk yang di miliki oleh KSPPS BMT NU Cabang Galis masih terbilang sama dengan produk yang dimiliki oleh lembaga keuangan lainnya. Maka dari itu perlu adanya inovasi baru untuk produk di KSPPS BMT NU agar masyarakat lebih tertarik untuk menjadi anggota di KSPPS BMT NU Cabang Galis.

3. Solusi yang di lakukan oleh KSPPS BMT NU dalam menghadapi hambatan-hambatan dalam memasarkan produk tabungan SIAGA.

Setiap ada hambatan maka pasti ada solusi yang di lakukan KSPPS BMT NU Cabang Galis Pamekasan maka di temukan solusi yang dalam menghadapi hambatan-hambatan dalam memasarkan produk-produknya yaitu sebagai berikut:

- a. Menciptakan inovasi-inovasi baru terhadap produk-produk yang ada di KSPPS BMT NU Cabang Galis Pamekasan agar mampu bersaing dengan lembaga keuangan lainnya.
- b. Meyakinkan masyarakat bahwa menabung di lembaga KSPPS BMT NU Cabang Galis Pamekasan di jamin aman dan mendapatkan bagi hasil yang cukup menarik.
- c. Membagi waktu tugas kepada karyawan marketing pada saat menarik tabungan tidak hanya menarik tabunga kepada anggota saja melainkan masih bersilaturahmi ke masyarakat sekitar anggota untuk besosialisasi dan menjelaskan mengenai tabungan SIAGA ini.

Mengingat bahwa kendala yang di alami oleh KSPPS BMT NU Cabang Galis adalah kurangnya inovasi baru dan pesaing serta kurangnya karyawan marketing maka perlu menciptakan inovasi baru dan memberikan reward kepada anggota yang menabung. Serta memberi pemahaman kepada masyarakat agar msyarakat lebih percaya terhadap marketing dan lembaga di KSPPS BMT NU Cabang Galis.

Serta menambah karyawan di bagian marketing untuk memasarkan produknya agar produk dapat di kenal oleh semua kalangan masyarakat terutama masyarakat kecamatan Galis.