

BAB 1V

PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN, DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Objek Penelitian

Pada bab ini akan dipaparkan mengenai hal-hal yang berkaitan dengan semua temuan-temuan penelitian yang harus dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Tetapi sebelum data yang berhubungan dengan fokus masalah di paparkan, maka terlebih dahulu perlu diketahui sejarah, visi beserta misi dan struktur organisasi.

1. Sejarah Singkat BMT UGT Sidogiri

Koperasi BMT Usaha yang di Gabungkan Terpadu Sidogiri disingkat “Koperasi BMT UGT Sidogiri” Mulai beroperasi pada tanggal 5 Rabiul Awal 1421 H atau 6 Juni 2000 M. Di Surabaya dan sehingga kemudian mendapatkan badan Hukum Koperasi dari kanwil dinas koperasi PK dan Propinsi Jawa Timur dengan SK Nomor: 09/BH/KWK.13/VII/2000 tetanggal 22 Juli 2000.

BMT UGT Sidogiri didirikan oleh sekumpulan orang yang berada dalam suatu kegiatan urusan Guru Tugas Pondok Pesantren yang di dalamnya usahanya terdapat orang-orang yang berprofesi sebagai guru dan pimpinan madrasah, alumni Pondok Pesantren Sidogiri Pasuruan dan para simpatisan yang menyebar di suatu wilayah Jawa Timur.

Koperasi BMT UGT Sidogiri mengadakan beberapa unit pelayanan anggota di kabupaten/kota yang dinilai potensial. Alhamdulillah, pada saat ini

BMT UGT Sidogiri telah berusia 19 tahun dan sudah memiliki 279 Unit Layanan Baitul Maal wat Tamwil/Jasa Keuangan Syariah.¹

B. Visi dan Misi

Adapun Visi dari BMT UGT Sidogiri adalah:

A. Koperasi yang amanah, Tangguh dan bermartabat (MANTAB)

Adapun Misi dari BMT UGT Sidogiri adalah:

1. Mengelola koperasi yang sesuai dengan jati diri santri
2. Menerapkan sistem syariah yang sesuai dengan standart kitab salaf dan Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN)
3. Menciptakan kemandirian likuiditas yang berkelanjutan
4. Memperkokoh sinergi ekonomi antar anggota
5. Memperkuat kepedulian anggota terhadap koperasi
6. Memberikan khidmah terbaik terhadap anggota dan umat dan
7. Meningkatkan kesejahteraan anggota dan umat.²

C. Sruktur Organisasi BMT UGT Sidogiri Capem Pagendingan

Jabatan Kepala Capem

1. Nam : Muhammad Alfaris

Jabatan : Kasir

2. Nama : Hasirullah

Jabatan : AO SP

¹ Sejarah BMT UGT Sidogiri, <https://bmtUGTSidogiri.co.id>, diunduh pada Minggu, 27 Juni 2020.

² Ibid Visi dan Misi

3. Nama : Feri Hermanto

M. Thoha Putra

Jabatan : AO AP

4. Nama : Moh. Said

D. Produk dan Jasa BMT UGT Sidogiri

Produk Simpanan yaitu :

1. Tabungan umum syariah, yang setoran dan penarikannya dapat dilakukan setiap saat sesuai kebutuhan anggota, dengan prinsip syariah *mudharabah musyarakah*. Dengan nisbah 30% anggota : 70% BMT.
2. Tabungan haji, tabungan umum berjangka untuk membantu keinginan anggota melaksanakan ibadah haji dengan menggunakan prinsip *mudharabah musyarakah*. Dengan nisbah 50% anggota : 50% BMT.
3. Tabungan umrah, tabungan umum berjangka untuk membantu anggota melaksanakan ibadah umrah dengan menggunakan prinsip syariah *mudharabah musyarakah*, dengan nisbah 40% anggota: 60% BMT
4. Tabungan hari raya idul fitri, tabungan umum berjangka untuk membantu anggota memenuhi kebutuhan hari raya idul fitri, dengan nisbah 40% anggota : 60% BMT
5. Tabungan Lembaga Peduli Siswa, tabungan umum berjangka yang diperuntukkan bagi lembaga pendidikan guna menghimpun dana tabungan siswa, dengan nisbah 40% anggota : 60% BMT.

6. Tabungan Qurban, tabungan umum berjangka untuk memudahkan anggota merencanakan ibadah qurban dan aqiqah, dengan nisbah 40% anggota : 60% BMT.
7. Tabungan Mudharabah (MDA) Berjangka, tabungan berjangka yang setoran dan penarikannya berdasarkan jangka waktu tertentu, dengan nisbah sebagai berikut :
 - a. Jangka waktu 1 bulan nisbah 50% anggota : 50% BMT
 - b. Jangka waktu 3 bulan nisbah 52% anggota : 48% BMT
 - c. Jangka waktu 6 bulan nisbah 55% anggota : 45% BMT
 - d. Jangka waktu 9 bulan nisbah 57% anggota : 43% BMT
 - e. Jangka waktu 12 bulan nisbah 60% anggota : 40% BMT
 - f. Jangka waktu 24 bulan nisbah 70% anggota : 30 BMT.
8. Tabungan Mudharabah (MDA) Berjangka PLUS, tabungan berjangka khusus dengan manfaat asuransi santunan rawat inap dan kematian, dengan nisbah 45% anggota : 55% BMT

Produk pembiayaan yaitu:

- a. UGT GES (Gadai Emas Syariah)
- b. UUGT MUB (Modal Usaha Barokah)
- c. UGT MTA (Multi Guna Tanpa Agunan)
- d. UGT KBB (Kendaraan Bermotor Barokah)
- e. UGT PEB (Pembelian Barang Elektronik)
- f. UGT PKH (Pembiayaan Kafalah Haji)³

³ Produk BMT UGT Sidogiri, <https://www.bmtUGTSidogiri.co.id>, diunduh pada 27 Juni 2020.

di bawah ini adalah data-data yang menjadi anggota tabungan lembaga peduli siswa di BMT UGT Sidogiri Capem Pagendingan :

Tabel 4.1
Data Nasabah yang Melaksanakan Tabungan Lembaga Peduli Siswa di BMT UGT Sidogiri Capem Pagendingan Pada tahun 2019-2020

No	Data Nasabah
----	--------------

1	SMP Al-Muniri Tentenan Timur
2	SDN Pagendingan 2
3	SDN Tentenan Timur
4	TK Tunas Harapan Tentenan Timur
5	Ponpes Miftahul Ulum Pagendingan
6	SMP Negeri 1 Galis
7	SD Negeri Polagan 2
8	TK Miftahul Qidam
9	SD Negeri Polagan
10	MTS Al-Furqon
11	MTS Nurul Hasan
12	SMK Al Fudhola
13	MTS Nasyiatun Syubban
14	SD Islam Bustanuddin
15	SD Negeri Artodung
16	Islamiyah
17	SMA An Nur

18	SMA As-Shiddiq
19	SD Negeri Gladak Anyar 1
20	SD Negeri Kowel 2
21	SD Al Munawwarah
22	SMP Al Islamiyah
23	PAUD Miftahul Ulum
24	SMP Al-Hidayah
25	SMK Al Jaziel
26	SMP Islam Raudlatul Ulum
27	SD Negeri Gladak Anyar 3
28	SMP Negeri Pademawu 2
29	SD Negeri Paragaan 2
30	SD Multazam
31	TK Bina Ana Prasa
32	SD Asy-Syuhada
33	RA Al Khadijah
34	SMK Al Faqih
35	SMP Al Faqih Sumber Nyamplong
36	Darul Akhlak
37	Baiturrahman
38	MTS Al Amin Bugih
39	MTS Nasyrul Ulum

40	SD Negeri Jungcangcang
----	------------------------

41	SD Negeri Pademawu Barat 2
42	Al Qadiry
43	Nurur Rahmah
44	SD Negeri Pademawu Barat 3
45	TK Darul Ulum Polagan
46	SD Negeri Jarin 3
47	TK Nurul Hidayah
48	SD Negeri Pademawu Barat 1
50	Sabilul Muttaqin
51	TK Darus Salam
52	Al Jamiyatul Washliyah
53	TK Nurul Huda
54	TK Al Azhar
56	TK Pertiwi Galis
57	MTS Plus Nurul Ilmi
58	TK Bustanuddin
59	Paud Dahlia
60	RA Al-Islamiyah
61	TK Al Karomah

(Sumber: data dihasilkan dari wawancara kepada personalia BMT UGT Sidogiri Capem Pagendingan, Bapak Mhammad Alfariis, 2020)

B. Paparan Data Fokus Penelitian

1. Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Mengembangkan Produk Tabungan Lembaga Peduli Siswa di BMT UGT Sidogiri Capem Pagendingan

Strategi pemasaran biasanya dilakukan oleh para pedagang yang memasarkan dagangannya di pasar, tidak ingin kalah dari pemasaran yang dilakukan oleh para pedagang lembaga keuangan juga ingin mengembangkan produk yang dimiliki dengan melakukan pemasaran terhadap produknya termasuk BMT UGT Sidogiri Capem Pagendingan yang merupakan anak cabang dari BMT UGT Sidogiri juga melakukan pemasaran tetapi melalui para lembaga-lembaga pendidikan disekitarnya. Alasannya BMT UGT Sidogiri Capem Pagendingan juga mampu memberikan pelayanan yang baik dan mudah untuk para anggotanya. Ketatnya pesaing di bidang lembaga keuangan tidak membuat semangat para pegawai BMT UGT Sidogiri Capem Pagendingan menurun dalam memasarkan produk mereka termasuk produk tabungan lembaga peduli siswa.

Dalam mencapai tujuannya BMT UGT Sidogiri Capem Pagendingan harus mampu menciptakan strategi yang menarik supaya masyarakat tertarik untuk menabung di BMT UGT Sidogiri Capem Pagendingan. Pemasaran diperlukan dalam lembaga keuangan untuk membuat masyarakat tahu bahwa di BMT UGT Sidogiri Capem Pagendingan ada berbagai macam tabungan yang masyarakat butuhkan. Peneliti melakukan observasi langsung di kantor BMT Ugt Sidogiri Capem Pagendingan pada tanggal 25 Juni 2020, yakni kepada bapak pimpinan. Dalam

memasarkan produk tertentu, terutama dalam perencanaan pemasaran dalam mengembangkan tabungan lembaga peduli siswa yakni di lakukan beberapa langkah:

Ungkapan bapak muhammad Alfaris dalam memasarkan produk yaitu diungkapkan dengan cara berikut:

“Pemasarannya sama seperti tabungan biasa yang sudah berlaku di semua instansi keuangan, cuman bedanya membutuhkan proses yang lebih dari tabungan biasa, karena kami masih membutuhkan rekom dan dan instansi. Jadi pemasaran (ide) yang kita dapat disini kami tampung lalu kami rapatkan bersama baik pegawai, bendahara dan kepala sekolah supaya ide pemasaran yang kita rapatkan dapat di ACC karena tidak semua ide pemasaran dapat di ACC, dan untuk menjalankan produk ini adalah sistem amanah istilahnya kami tidak menggunakan janji-janji jadi sesuai dengan konsukuensi yang ada sesuai dengan EOSP yang sifatnya bagi hasil”

Hal senada juga disampaikan oleh bapak Feri

“Produk tabungan lembaga peduli siswa yang dimiliki BMT UGT Sidogiri disini disetiap akhir tahun siswa bisa mendapatkan beasiswa tetapi sesuai dengan nominal yang ada disini berapa tetapi nanti dari pusat yang memustuskan karena kami hanya mengirimkan data yang ada, pusat biasanya masih mengkualifikasi semua lalu menarik dari tabungan tersebut, jadi lembaga itu dapet yang tahun lalu itu perorang itu 150 tergantung nominal yang ada disini”

Hal senada juga disampaikan kembali oleh bapak muhammad alfaris mengenai proses pemasarannya, yaitu :

“Pada awalnya sepertinya lembaga masih kurang percaya kepada produk tabungan lembaga peduli siswa karena lembaga masih seperti ragu-ragu untuk menabung waktu itu, kami mencoba lagi untuk membuat lembaga percaya bahwa produk yang kami jalankan adalah produk yang amanah insya Allah aman”

Hal senada disampaikan oleh bapak taufiq

“Dalam memasarkan secara langsung ke lembaga kami menggunakan komunikasi lewat silaturrohim BMT biasanya mengutamakan prinsip syariah yang digunakan didalamnya tidak ada unsur riba, walaupun ada hal-hal lain yang perlu disampaikan termasuk siswa bisa mendapatkan beasiswa tersebut melalui tabungan yang ada di pihak BMT kami jelaskan karena hal

ini masuk dalam cara memasarkan produk tabungan tersebut agar lembaga tertarik untuk menabung di BMT UGT Sidogiri Capem Pagendingan, kami disini menggunakan sistem amanah jadi yang lembaga tidak mengerti atau lembaga tanyakan kami langsung kami jelaskan apa adanya”

Setiap hal yang perlu pemasaran di dalam suatu usaha pasti ada beberapa langkah yang harus dilakukan, Adapun langkah yang dilakukan pihak BMT dalam mengembangkan produk tabungan lembaga peduli siswa yaitu disampaikan oleh bapak muhammad alfaris dengan cara:

“Langkah dalam memasarkan produk tabungan lembaga peduli siswa kami biasanya memasarkan lewat silaturrohim langsung ke lembaga-lembaga, karena kami tidak menggunakan brousur ke lembaga, dengan tujuan lembaga mengenal langsung bahwa produk yang kami pasarkan tidak main-main, sehingga lembaga dapat langsung percaya untuk menabung di BMT kami, dan dengan berjalannya waktu produk yang kami miliki terdengar oleh lembaga-lembaga lain, karena ini adalah komunikasi yang dimiliki lembaga maksudnya adalah komunikasi dari mulut ke mulut”

Hal senada juga disampaikan oleh bapak taufiq:

“Kami memasarkan ke lembaga-lembaga itu sama seperti BMT yang lain dengan menggunakan pemasaran ala-ala santri yaitu dengan datang langsung ke lembaga dengan cara silaturrohim, karena kami lebih mengedepankan kemanusiaannya dengan silaturrohim walaupun pada keputusan akhirnya menabung atau tidak kepada BMT kami terserah kepada lembaga karena kami lebih tidak memaksa masyarakat ataupun lembaga untuk menabung di BMT kami”

Hal senada juga disampaikan oleh bapak Feri:

“Selain silturrohim langsung untuk memasarkan produk tabungan BMT kepada lembaga-lembaga di dalam pemasarannya kami memberi tahu pihak lembaga bahwa kami juga menggunakan sistem keamanan, dimana BMT mengamankan keuangan pada akhir tahun untuk penarikan tabungan murid, jadi lembaga merasa terbantu dengan adanya tabungan ini dan ketika tidak ada tabungan lembaga yang disetor kesini kadang lembaga itu merasa kesulitan karena kadang dipinjam oleh gurunya ketikan pas hari penarikan bendahara merasa kebingungan karena sebagian uangnya tidak terkumpul jadi dengan adanya BMT lembaga bisa merasa terbantu, dengan uang yang awalnya seribuan ketika di tarik bisa seratusan karena disini memang menerapkan bagi hasil”

Di dalam produk yang kami jalankan ada sesuatu hal yang unik sehingga anggota bisa tertarik untuk menabung kepada tabungan tersebut, Nah keunikan yang ada pada tabungan lembaga peduli siswa bapak muhammad alfaris sebagai kepala Capem Pagendingan mengungkapkan bahwa:

“Kami memiliki keunikan yang sama seperti lembaga-lembaga keuangan yang lain tetapi tidak sama dengan tabungan yang ada di BMT UGT Sidogiri Capem Pagendingan, keunikan selain menjemput bola strategi yang digunakan BMT ternyata tidak hanya melakukan silaturrohim saja tetapi mengadakan rapat bersama guru dan siswa lewat alumni tetapi tetap di temani langsung oleh bapak Thoha dan yang lain sebagai marketing terkadang juga alumni tidak di dampingi karena adanya kerjasama dan kepercayaan, dalam memasarkan alumni juga menyampaikan lewat memasuki kelas saat memasarkan produk tabungan ini dengan tujuan siswa mengerti manfaat adanya tabungan lembaga peduli siswa ”

Hal senada juga disampaikan oleh bapak Thoha putra sebagai pegawai di BMT UGT Sidogiri Capem Pagendingan:

“Seperti yang bapak pimpinan bilang hal keunikan yang kami miliki di tabungan lembaga peduli siswa disini semata-mata mempermudah anggota untuk menabung,kami mencoba membuat anggota yang kami miliki dalam tabungan ini merasa nyaman dalam melakukan tabungan, karena semakin nyaman yang dirasa anggota berarti semakin tinggi pula rasa percaya anggota kepada kami sebagai pihak lembaga keuangan, terkadang ada pula lembaga yang datang kesini untuk menabung tanpa kami silaturrohim ke lembaga mungkin ini berlaku karena lembaga-lembaga lain mendengar cerita dari lembaga-lembaga lain bahwa BMT disini amanah”

Bapak Feri hermanto juga menyampaikan hal senada seperti pimpinan dan rekan kerjanya di BMT :

“Di dalam memasarkan tabungan kami harus menyiapkan segala proses-proses yang akan kami hadapi termasuk juga memiliki keunikan didalam tabungan, seperti yang tahun-tahun lalu, kami dalam memasarkan produk tabungan lembaga peduli siswa ini menyampaikan hal yang sama kepada lembaga-lembaga yang lain yaitu menjemput tabungan tersebut ke lembaga, tetapi semakin hari, iya bener kata bapak pimpinan tadi bahwa kami melakukan penjemputan tabungan setiap akhir bulan karena lembaga sudah

mulai bekerja sama dengan kami dengan mempermudah kinerja kami yaitu mengantarkan tabungan tersebut ke BMT dan Alhamdulillah itu sangat membantu ke pihak BMT walaupun hal tersebut dilakukan secara acak, artinya kalau lembaga ada hal mendesak dihari tersebut maka hari itu kami yang langsung menjemputnya kesana, agar lembaga pendidikan tidak kerepotan, istilahnya kami bekerjasama dan saling membantu”

Dari paparan diatas dapat disimpulkan bahwa dalam memperkenalkan produk atau memasarkan tabungan lembaga peduli siswa BMT tidak menyebarkan brosur kepada lembaga tetapi menggunakan silaturrohim langsung kepada lembaga sehingga lembaga dan BMT bisa saling percaya satu sama lain, dari pemasaran diatas dapat disimpulkan pula bahwa BMT di sidogi Capem Pagendingan disini terdapat kerjasama yang tinggi sehingga tidak merepotkan satu sama lain dan juga dalam memasarkan produk tabungan tersebut BMT tidak hanya sekedar main-main. Selebihnya dengan sendirinya tabungan peduli siswa ini mengalir dengan sendirinya lewat mulut ke mulut, karena tidak hanya satu anggota lembaga saja yang menabung di BMT.

Apa saja manfaat dengan adanya tabungan lembaga peduli siswa di BMT Ugt sidogi capem pangendingan disini disampaikan langsung oleh kepada Capem Pagendingan yaitu bapak muhammad alfaris:

“Manfaatnya hampir sama seperti keunikan itu lembaga merasa terbantu, jadi aman keuangan lembaga yang dititipkan kepada lembaga disamping lembaga juga mendapatkan bagi hasil dan dapat beasiswa walau hanya sedikit dari uang yang masyarakat untuk wali muridnya kalau uangnya aman jadi lembaganya juga harus mengamankan uang dari murid, kalau nabung di lembaga itu bagus karena setiap tanggal sekian uangnya cair (uangnya keluar), jadi kurang satu bulan lembaga biasanya kesini atau yang menaruh tabungan kesini untuk mengambil uang tabungan dan tinggal saya rekap saya siapkan langsung sesuai dengan kebutuhannya”

Hal senada juga disampaikan oleh bapak toha Mengenai manfaat tabungan lembaga peduli siswa :

“Dengan adanya tabungan lembaga peduli siswa ini siswa juga merasa terbantu dengan adanya beasiswa walau hanya sedikit yang diperoleh oleh tabungan lembaga peduli siswa, dengan adanya beasiswa ini anak-anak yang tidak ingin menabung bisa menabung karena ada keuntungan yang di dapat mereka para siswa”

Hal senada juga disampaikan oleh bapak Feri saat wawancara:

“Di dalam tabungan harus ada manfaatnya seperti tabungan ini manfaatnya adalah membantu sebagian dari kebutuhan lembaga seperti jika uang tabungan dipinjam oleh beberapa orang tua siswa dan kebetulan di akhir bulan tidak ada uangnya BMT biasanya dapat membantu meminjamkan uang yang kurang ke lembaga agar siswa tidak kecewa karena uangnya tidak ada, jadi dengan adanya bmt lembaga merasa terbantu”

Setiap hal yang berkaitan dengan yang namanya berbisnis pasti da ang namanya konsumen, sama halnya yang terjadi pada BMT UGT Sidogiri Capem Pagendingan yang memiliki tabungan dimana di dalam tabungan tersebut pasti mempunyai nasabah, nasabah disini dibutuhkan dengan kata lain agar tabungan yang dimiliki BMT bisa berjalan dengan lancar. Tentunya dengan adanya tabungan lembaga peduli siswa disini sedikit membantu kebutuhan siswa (anggota). Hal senada di benarkan oleh salah satu nasabah atas nama Ibu Sitti Aisyah yang merupakan salah satu nasabah tabungan lembaga peduli siswa, beliau menyampaikan bahwa strategi yang dilakukan lembaga BMT dalam mengembangkan produk tabungan lembaga peduli siswa adalah :

“Biasanya pihak BMT disana kami di kumpulkan dengan seluruh siswa untuk menyampaikan tabungan lembaga peduli siswa dan dijelaskan dengan rinci adanya tabungan lembaga peduli siswa tersebut seperti bagi hasil yang kami

dapat ketika menabung tetapi sesuai dengan tabungan yang ada di pihak lembaga BMT dapatnya berapa persen”

Hal senada juga disampaikan oleh bapak Moh. Hayat selaku nasabah tabungan lembaga peduli siswa di BMT UGT di Capem Pagendingan bahwa:

“Dalam memasarkan produk tabungannya BMT menggunakan strategi pemasaran lewat pihak BMT yang mendtangkan langsung biasanya diadakan pertemuan semacam perkumpulan di kelas seperti seminar yang biasanya dilakukan dengan begitu BMT menjelaskan adanya tabungan tersebut berjalan dan bergunanya seperti apa”

Hal senada juga disampaikan oleh Bapak Moh. Agus :

“Seperti yang disampaikan para nasabah yang lain pendapat saya sama selain mengumpul dengan siswa pihak BMT juga melakukan rapat hanya dengan para guru dengan tujuan sistem menabung tabungan ini berjalan secara kondusif dan tidak saling merepotkan”

Setiap sesuatu hal yang berhubungan dengan strategi pasti mempunyai cara dalam membuat langkah-langkah dalam mengembangkan produknya dan hal yang dilakukan pihak BMT dalam mengembangkan produk tabungan yang dimiliki disampaikan oleh bapak Moh. Hayat adalah:

“Langkah strategi yang digunakan pihak BMT dalam memasarkan produk tabungannya melakukan adanya silaturrohim, rapat dan sebagainya dan biasanya setelah BMT memasarkan tabungan tersebut BMT menunggu 2 hari untuk mendapatkan laporan mengenai apakah lembaga ingin menabung apa tidak kepada pihak BMT Ugt sidigiri capem pagendingan”

Hal senada juga di sampaikan oleh ibu Sitti Aisyah :

“Strategi yang digunakan BMT dalam memasarkan tabungan kepada nasabah tidak sama seperti BMT memasarkan produk tabungan lain yang dimiliki BMT pihak lembaga BMT memasarkannya lewat acara rapat lalu disampaikan oleh gur kepada murid dan orang tua bagi RA”

Hal sependapat juga di lontarkan oleh bapak Moh. Agus yang turut menyapaikan kepada siswa mengenai tabungan tersebut:

“Biasannya saya juga ikut andil dalam memasarkan tabungan tersebut kepada siswa strategi yang digunakan BMT tidak selalu sama dalam memasarkan tabungan lembaga peduli siswa tidak hanya mengadakan rapat tetapi juga kadang datang langsung ke kelas dengan menawarkan siapa yang ingin menabung tetapi kami tidak menjelaskan ke siswa tentang tabungan tersebut karena menurut saya siswa pasti paham bahwa tabungan untuk menyimpan uang mereka seperti itu”

Di dalam melakukan sesuatu produk selalu ada yang namanya manfaat diadakannya produk tersebut sehingga nasabah yang akan merasa tertarik dengan adanya tabungan tersebut yang terdapat pula di dalam tabungan lembaga peduli siswa di BMT UGT Sidogiri Capem Pagendingan yang disampaikan oleh ibu sitti Aisyah:

“Manfaat adanya tabungan seperti yang sudah dijelaskan oleh lembaga tadi dengan adanya tabungan lembaga peduli siswa tabungan siswa merasa aman dan bisa membantu meminjamkan jika dibutuhkan oleh pihak lembaga sehingga lembaga tidak begitu terbebani jika memang sangat dibutuhkan dengan terjadinya kurang dengan kata lain lembaga sangat terbantu dengan adanya tabungan ini”

Hal senada juga disampaikan oleh Moh. Agus bahwa:

“Di dalam manfaat di tabungan lembaga peduli siswa juga terdapat bagi hasil yang diperuntukkan untuk siswa dalam hal bagi hasil tersebut itu sangat membantu bagi siswa menambahkan hasil tabungan tersebut walaupun bagi hasil sekitar Rp: 150.000 saja”

Hal senada juga disampaikan oleh bapak Moh. Hayyat bahwa:

“Manfaat adanya tabungan tersebut tidak lain meringankan kebutuhan nasabah walaupun diambil satu semester sekali tabungan ini tetapi tetap membantu karena guru dan wali siswa bisa meminjam uang tersebut jika ada kebutuhan secara mendesak, setidaknya ada sedikit simpanan untuk anak-anak kedepannya”

Dari paparan diatas dapat disimpulkan bahwa tabungan lembaga peduli siswa sangat membantu nasabah dalam hal apapun termasuk kebutuhannya, karena nasabah merasa dibantu atas kebutuhan yang dibutuhkan secara mendesak, Karena produk yang banyak diminati oleh masyarakat sekitar adalah adanya manfaat yang memang menyakinkan dan strategi yang digunakan dalam menarik nasabah sangat berpartisipasi juga agar nasabah tertarik dalam menabung termasuk tabungan lembaga peduli siswa.

2. Hambatan Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Mengembangkan Produk Tabungan Lembaga Peduli Siswa di BMT UGT Sidogiri Capem Pagendingan

Lembaga keuangan tidak hanya ada satu atau dua saja yang ada disekitar masyarakat tetapi ada banyak lembaga keuangan, termasuk yang terjadi pada lembaga keuangan di BMT juga banyak yang ada di sekitar masyarakat sehingga BMT pasti mengalami yang namanya kesulitan dalam memasarkan produk yang mereka miliki. Untuk tidak tertinggal satu langkah dari lembaga keuangan yang lain BMT harus memiliki semangat yang lebih dalam memasarkan produk yang dimiliki BMT agar produk BMT memiliki banyak anggota di dalamnya, setiap hal yang berhubungan dengan pemasaran pasti ada yang namanya kesulitan dengan adanya kesulitan disini juga harus menyiapkan solusi apa yang akan kita lakukan terhadap kesulitan tersebut.

Pemasaran yang dilakukan oleh lembaga tentunya bertujuan agar produk-produk yang dimiliki bisa dikenal oleh masyarakat sehingga banyak peminat yang

ingin menjadi anggota dari berbagai macam produk tabungan yang ada termasuk tabungan lembaga peduli siswa di BMT UGT Sidogiri Capem Pagendingan.

Setiap pemasaran yang dilakukan oleh seorang pembisnis apalagi lembaga keuangan pasti mengalami yang namanya kesulitan dalam memasarkan produk yang dimiliki, dan kesulitan ini juga berlaku pada BMT UGT Sidogiri Capem Pagendingan bapak muhammad alfaris sebagai pimpinan membenarkan adanya kesulitan tersebut, adapun kesulitan yang dihadapi oleh BMT adalah:

“Bagi saya sebagai pimpinan tidak merasa kesulitan dalam memasarkan produk tabungan lembaga peduli siswa ini walaupun kami bersaing disini, saya tidak menyebut mereka lembaga keuangan yang lain dengan kata “pesaing” tetapi “bersanding” jadi saya menganggap mereka itu bukan saingan karena sebuah bisnis kalau sudah menjadi sebuah komunitas karena yang namanya rezeki tidak akan tertukar seperti halnya orang jual-jual di pasar walaupun dagangannya mereka sama tetapi yang namanya rezeki tidak akan tertukar”

Hal senada yang disampaikan oleh bapak pimpinan juga disampaikan kembali sama bapak Feri sama halnya dengan bapak pimpinan yaitu:

“Di dalam dunia pemasaran apalagi bisnis memang tidak akan jauh-jauh dengan yang namanya pesaing kan, kesulitan kami tidak ada karena memang semuanya berjalan sesuai keinginan, ada kesulitan berada di awal-awal pemasaran tabungan lembaga peduli siswa ini karena kadang kami secara tidak sengaja ya datang kepada lembaga yang sudah menabung kepada lembaga keuangan lain, kadang juga ada yang datang langsung ke bmt untuk mendaftarkan diri menjadi anggota tanpa kita datang ke lembaga langsung, benar kata pimpinan tadi yang namanya rezeki tidak akan tertukar apalagi salah ngasih rezekin tidak akan, semuanya pasti sukses hanya saja menunggu giliran untuk sukses”

Hal serupa juga disampaikan oleh bapak thoha selaku teman seprofesi dengan bapak Feri di BMT UGT Sidogiri Capem Pagendingan :

“Tidak ada kemudahan tanpa ada kesulitan, dalam hal memasarkan semua tabungan kami pasti mengalami kesulitan termasuk tabungan lembaga peduli siswa itu sendiri karena memang kami tidak sendiri dalam menjalankan bisnis

lembaga keuangan disini, tetapi bagi kami benar kata bapak pimpinan bahwa kami tidak bisa menganggap mereka pesaing karena dari mereka kami juga belajar lebih giat dan aktif lagi dalam memasarkan dan mengembangkan produk yang kami miliki sehingga kami tidak merasa diungguli, dan benar juga kata bapak Feri barusan bahwa sukses memang harus bergilir, nikmat presesnya insya Allah sesuai keinginan kita”

Setiap kesulitan biasanya terdapat penyebab terjadinya kesulitan yang dihadapi, penyebab tersebutlah yang dapat menyebabkan kesulitan itu ada baik itu di dalam pasar atau lembaga keuangan, adapun penyebab dari kesulitan yang dihadapi dalam mengembangkan tabungan lembaga peduli siswa bapak muhammad alfaris sebagai bapak pimpinan mengatakan :

“Ketika sudah ada kesulitan yang namanya juga bisnis pasti ada keutamaan yang dilakukan, kekurangan dan juga ada kelebihan, jadi kalau kesulitan kami tidak menemukan begitu banyak kesulitan ya kata bapak Feri tadi kesulitannya hanya kadang kita diungguli maksudnya kadang saat kami ke lembaga untuk memasarkan produk tabungan lembaga peduli siswa ini ternyata lembaga tersebut sudah menabung kepada lembaga lain, nah itu sebagian dari penyebab terjadinya kesulitan yaitu kurangnya kecepatan dalam memasarkan produk tabungan tersebut”

Hal senada juga disampaikan oleh bapak Feri dalam wawancaranya yaitu

“Penyebab kesulitan yang dihadapi kami disini benar kata bapak pimpinan tadi kadang kami diungguli dalam hal memasarkan tetapi setiap kekurangan pasti ada kelebihannya kata bapak pimpinan tadi, kelebihan yang kami dapat disini ya sama seperti penjelasan tadi bahwa kadang lembaga datang sendiri kesini untuk menjadi anggota, dan hal itu sudah cukup untuk membuat kami semangat dan terus semangat lagi dalam menutupi kesulitan yang kami rasakan tadi, tidak apa-apa roda itu berputar tidak selamanya manusia itu diatas tapi adakalanya juga dibawah, semuanya kesulitan pasti ada jalannya”

Hal senada juga disampaikan oleh bapak thoja selaku pemasaran di BMT UGT Sidogiri Capem Pagendingan beliau menyatakan bahwa penyebab kesulitan tidak lain adalah :

“Tidak hal yang tidak mengalami kesulitan namanya juga hidup, namanya juga bisnis ya pasti mengalami kesulitan, tetapi kami tidak merasa terpuruk

oleh kesulitan itu malah kami merasa disemangati lebih semangat lagi dalam bekerja, kesulitan di dalam tabungan peduli siswa diini tidak banyak hanya satu dua saja, kesulitan itu datang dari diri kita sendiri kurang tanggap untu melakukan lebih cepat pemasaran”

Segala sesuatu yang berhubungan dengan bisnis pasti mengalami kesulitan karena disitu terdapat kelebihan dan kekurangan di dalam bisnis, dalam hal ini juga terdapat solusi-solusi untuk mengatasi penyebab kesulitan yang terjadi pada lembaga, dimana pernyataan ini juga disampaikan oleh bapak muhammad alfaris sebagai pimpinan di BMT UGT Sidogiri Capem Pagendingan:

“Biasanya kami tidak langsung melangkah dalam memasarkan produk tabungan tetapi kami membuat langkah-langkah dulu apa yang harus kami lakukan terlebih dahulu, karena dengan membuat langkah-langkah dahulu kami dapat mengetahui kelebihan dan kekurangan yang terdapat di pemasaran tabungan kami, dengan melihat pemasaran yang dilkukan lembaga lain biasanya kami mengetahui kekurangan dan kelebihan yang ada pada lembaga keungan kami”

Hal senada juga diungkapkan oleh bapak feri selaku pegawai di BMT Ugt

Sidogiri Capem Pagendingan:

“Sama seperti yang diungkapkan oleh bapak pimpinan tadi selain membuat langkah-langkah pemasaran, kami biasanya juga mengutamakan kenyamanan anggota, kami bisa melihat keutamaan seperti apa yang di pakai oleh lembaga lain sehingga kami bisa melihat kekurangan dan kelebihan kami dalam memasarkan produk tabungan”

Hal diatas juga diperkuat dengan pernyataan wawancara langsung kepada bapak Thoha yang mengatakan:

“Selain membuat langkah-langkah pemasaran kami juga membuat anggota merasa nyaman karena salah satu hal yang bisa membuat anggota menjadi anggota tetap yaitu merasa nyaman atas pelayanan yang dilakukan oleh lembaga keuangan kami, selain kenyamanan kepercayaan juga dibutuhkan oleh anggota sehingga mereka dapat menabung dengan menjadi anggota tetap di lembaga keuangan kami”

Seperti yang sudah dijelaskan diatas dalam memasarkan tabungan pasti terdapat kesulitan-kesulitan yang dihadapi begitupun sebaliknya dalam menabung nasabah pasti mengalami sebuah kesulitan yang dihadapi yang disampaikan langsung oleh ibu Sitti Aisyah selaku menjadi nasabah:

“Tidak semua siswa yang menabung setiap hari memiliki sebuah uang untuk ditabungkan kepada guru yang memegang atau menarik tabungan apalagi sekarang musim pandemi siswa makin sedikit saja yang menabung dengan alasan tidak ada uang saku karena tidak adanya pendapatan”

Hal senada juga disampaikan oleh bapak Moh. Agus :

“Dengan adanya kesulitan pendapatan mereka akhir-akhir ini tidak memikirkan untuk menabung tetapi fokus untuk membeli makanan saja, akhir-akhir inipun kadang satu kelas hanya 3 atau 5 saja yang menabung karena dengan alasan tersebut, namanya juga lembaga maka kami tidak memaksakan dalam hal menabung tersebut tetapi terserah siswa saja yang sekiranya tidak memberatkan mereka”

Hal sesependapat juga disampaikan oleh bapak Moh. Hayyat:

“Yang namanya uang pastilah mengalami yang namanya kesulitan kan, apalagi sekarang tidak ada pendapatan sama sekali ya walaupun hanya sebagian saja, selain uang kadang anak-anak merasa malas yang mau menabung karena temennya tidak menabung istilahna ‘ikut-ikutan’ untuk melakukan sesuatu ya bagaimana tetapi kami tidak mengharuskan siswa menabung dan punya duit kami hanya menerima saja keinginan siswa bagaimana”

Kesulitan-keseulian yang dihadapi pasti ada penyebab-penyebab yang terjadi seperti yang sudah dijelaskan diatas Bapak Moh. Hayyat menjelaskan bahwa:

“Penyebab kesulitan yang dihadapi siswa pada saat ini adanya kesulitan pendapatan yang berubah-ubah setiap harinya, meskipun siswa tetap melakukan pengirisan dalam memakan jajanan. Sehingga akhir-akhir ini siswa begitu tertarik dalam menabung karena selalu kehabisan uang saku”

Hal senada juga disampaikan oleh Ibu Sitti Aisyah:

“Pengaruh teman juga berlaku kepada sebagian siswa dengan kata lain maksudnya “ kalau temennya tidak menabung mereka juga tidak menabung”

seperti itu, namanya juga anak-anak ya pasti ada banyak perbedaan-perbedaan pemikiran dan sebagainya”

Hal senada juga sependapat dengan bapak Moh. Agus:

“Terdapat kesulitan dalam hal siswa menabung akhir-akhir ini salah satunya pengaruh teman dan pendapatan, tetapi masih ada yang menyadari bahwa tabungan tersebut berguna untuk mereka nanti jika dibutuhkan yang kebutuhan sangat mendesak atau pinjam meminjam”

Terdapatnya sebuah kesulitan dan penyebab kesulitan disitu pasti ada jua yang namanya solusi dari adanya kesulitan menabung yang dialami oleh beberapa siswa salah satu solusi yan dapat dan masih di terapkan oleh bapak Moh. Agus yaitu:

“Biasanya kami melakukan penarikan tabungan awal masuk maksudnya penarikan tabungan ke siswa saat jam pertama mata pelajaran dimulai dengan tujuan uang saku masih tersisa dan semangat menabung masih ada, biasanya anak anak malas jika menabung disinag hari atau pertengahan jam”

Hal senada juga di sampaikan oleh Ibu Sitti Aisyah bahwa:

“Benar yang bapak agus sampaikan bahwa biasanya kami melewati lewat ketua kelas yang memberikan ke kantor tetapi akhir-akhir ini kami meminta menarik saat jam pertama dengan tujuan siswa banyak yang menabung walau hanya sebagian saja yang menabung yang penting siswa masih mempunyai niat untuk menabung”

Hal senada juga disampaikan oleh bapak Hayyat:

“Selain menarik tabungan di jam pertama pelajaran biasanya kami meminta lagi pertengahan jam mungkin mereka masih ada yang ingin menabung walaupun itu hanya sekedar sisa uang jajan karena biasanya anak-anak seperti itu dalam menabung”

Dari paparan diatas dapat disimpulkan bahwa setiap kesulitan pasti ada solusi di belkangnya seperti kesulitan dalam menerapkan tabungan lembaga peduli siswa. Setiap sesuatu yang mengalami kesulitan pasti terdapat jalan keluar walaupun hanya sedikit kemungkinan.

C. Temuan Penelitian

Setelah peneliti melakukan penelitian deaangan mengumpulkan data lalu memaparkan sesuai dengan data yang diperoleh dilapangan, sehingga peneliti menemukan beberapa hal sebagai bentuk temuan peneliti. Beberapa hasil temuan ang dilampirkan dalam bentuk tulisan adalah sebagai berikut.

1. Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Mengembangkan Produk Tabungan Lembaga Peduli Siswa di BMT UGT Sidogiri Capem Pagendingan

- a. Perencanaan dalam pemasaran yang dilakukan oleh BMT Ugt sidogiri Capem Pagendingan sama seperti yang dilakukan oleh lembaga keuangan yang lain hanya saja dalam memasarkan produk tabungan BMT datang secara langsung ke lembaga lewat silaturrohim BMT biasanya BMT mengutamakan prinsip syariah yang digunakan di dalamnya tidak ada unsur riba, walaupun ada hal-hal lain yang perlu disampaikan termasuk siswa bisa mendapatkan beasiswa tersebut melalui tabungan yang ada di pihak BMT kami jelaskan karena hal ini masuk dalam cara memasarkan produk tabungan tersebut agar lembaga tertarik untuk menabung di BMT UGT Sidogiri Capem Pagendingan, BMT Ugt Sidogiri Capem Pagendingan disini menggunakan sistem amanah.
- b. Langkah-langkah yang digunakan dalam pemasaran yang dilakukan BMT yaitu mengamankan, mengamankan uang tabungan yang menabung pada lembaga, membantu meringankan kekurangan lembaga pendidikan dengan adanya keamanan lembaga pendidikan merasa terbantu untuk menjaga uang siswa, langkah-langkah BMT dalam memasarkan ke lembaga-lembaga itu sama

seperti BMT yang lain dengan menggunakan pemasaran ala-ala santri yaitu dengan datang langsung ke lembaga dengan cara silaturahmi. BMT tidak menggunakan brosur ke lembaga, dengan tujuan lembaga mengenal langsung bahwa produk yang kami pasarkan tidak main-main, sehingga lembaga dapat langsung percaya untuk menabung di BMT Ugt Sidogiri Capem Pagendinga.

- c. manfaatnya hampir sama seperti manfaat tabungan lain yaitu merasa terbantu dengan adanya tabungan ini, lembaga pendidikan yang menitipkan kepada lembaga keuangan bisa mendapatkan bagi hasil dan dapat beasiswa walau hanya sedikit dari uang yang masyarakat untuk wali muridnya.

Dari paparan diatas dapat disimpulkan bahwa lembaga keuangan yang terdiri di BMT UGT Sidogiri Capem Pagendingan melakukan perencanaan pemasaran sama dengan BMT yang lain hanya saja cara yang di lakukan dalam memasarkan produk tabungan lembaga peduli siswa dengan produk tabungan lain yang ada di BMT UGT Sidogiri Capem Pagendingan yang berbeda, jika pihak BMT menggunakan brosur saat menjalankan perencanaan pemasaran produk tabungan lain ke masyarakat lain dengan cara memasarkan produk tabungan lembaga peduli siswa yaitu pihak BMT datang langsung ke lembaga dengan cara silaturahmi, BMT menggunakan cara pemasaran silaturahmi tidak lain ingin langsung memperkenalkan produk tabungan yang pihak BMT miliki dengan tujuan mendapatkan kepercayaan secara utuh dari pihak lembaga, sehingga lembaga bisa mengambil keputusan menabung ke pihak BMT. Selain melakukan silaturahmi BMT juga menjelaskan yang terkait dengan tabungan yang di pasarkan seperti tidak ada riba, terdapat bagi hasil dan ada beasiswa sesuai dengan tabungan yang di dapat tentunya juga mendapatkan keamanan dari

pihak BMT sehingga sedikit merasa terbantu dengan adanya tabungan lembaga peduli siswa tersebut.

2. Hambatan Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Mengembangkan Produk Tabungan Lemabaga Peduli Siswa di BMT UGT Sidogiri Capem Pagendingan

- a. Di dalam dunia pemasaran apalagi bisnis memang tidak akan jauh-jauh dengan yang namanya pesaing apalagi kesulitan karena semua bisnis pasti ada kekurangannya termasuk kesulitan, tidak ada kemudahan tanpa ada kesulitan, dalam hal memasarkan semua tabungan pasti mengalami kesulitan termasuk tabungan lembaga peduli siswa itu sendiri karena memang BMT UGT Sidogiri Capem Pagendingan tidak sendiri dalam menjalankan bisnis lembaga keuangan disini, dengan adanya lembaga keuangan lain pihak BMT tidak menganggap lembaga keuangan lain pesaing tetapi “Bersanding” karena dari lembaga keuangan lain lah BMT juga belajar lebih giat dan aktif lagi dalam memasarkan dan mengembangkan prosk yang kami miliki sehingga BMT UGT lebih baik lagi kedepannya.
- b. Penyebab kesulitan yang dihadapi pihak BMT disini kadang BMT merasa diungguli dalam hal memasarkan tabungan, contohnya seperti kalah cepat dalam memasarkan tabungan lembaga peduli siswa ke lembaga tersebut. Setiap produk pasti mengalami kesulitan, dibalik kesulitan pasti ada kemudahan dimana kadang lembaga datang sendiri kesini untuk menjadi anggota, dan hal

itu sudah cukup untuk membuat BMT semangat dan terus semangat lagi dalam menutupi kesulitan yang BMT rasakan.

- c. Penyebab kesulitan, kesulitan dan solusi memang selalu bersanding dalam hal apapun termasuk dunia bisnis lembaga keuangan, setiap memulai hal yang berhubungan dengan dunia bisnis tentunya tidak langsung terjun tanpa menyiapkan apa-apa sama halnya yang dilakukan oleh pihak BMT. BMT tidak langsung terjun dalam memasarkan tabungan tersebut tetapi BMT masih harus mempersiapkan langkah apa yang akan BMT pakai dalam memasarkan produk tabungan tersebut, sehingga BMT dapat mengetahui kekurangan dan kelebihan yang terdapat pada pemasarannya, dengan melihat pemasaran yang dilakukan lembaga lain BMT UGT Sidogiri Capem Pagendingan dapat mengetahui langkah apa yang harus dilakukan. selain membuat langkah-langkah pemasaran, kami biasanya juga mengutamakan kenyamanan anggota, karena rasa nyaman juga membuat bisa membuat menjadi anggota tetap dalam tabungan tersebut dan tentunya juga adanya kepercayaan dan tanggung jawab terhadap tabungan lembaga peduli siswa.

Paparan diatas dapat disimpulkan bahwa setiap sesuatu yang berkaitan dengan bisnis dan semacamnya pasti ada yang namanya kesulitan, tidak ada bisnis yang langsung mengalami kesuksesan tanpa mengalami kesulitan terlebih dahulu didalam bisnis tersebut, hal inipun juga terjadi kepada lembaga keuangan di BMT UGT Sidogiri Capem Pagendingan dimana BMT Pagendingan tidak langsung banyak anggota yang menabung di BMT Pagendingan. BMT juga merasakan beberapa kesulitan seperti yang dijelaskan diatas, dimana BMT merasa kalah cepat dalam

memasarkan produk tabungan lembaga peduli siswa tetapi hal itu tidak dapat mempengaruhi BMT dalam memasarkan produk tabungan tersebut yang terjadi malah pihak BMT merasakan semangat yang lebih tinggi lagi supaya produk tabungan yang dimiliki BMT tidak selalu berada di bawah sama seperti lembaga yang lain. Sama seperti Lembaga BMT yang lain BMT Sidogiri juga membuat langkah-langkah dengan melihat terlebih dahulu pemasaran apa yang dipakai oleh lembaga BMT yang lain. Sehingga BMT dapat melihat kekurangan dan kelebihan apa yang terdapat pada produk tabungan lembaga peduli siswa di BMT UGT Sidogiri Capem Pagendingan, selain melihat langkah-langkah dengan adanya silaturahmi pihak BMT dapat bebas menjelaskan yang terdapat pada produk tabungan lembaga peduli siswa sehingga pihak BMT dan Lembaga merasa akrab satu sama lain dengan adanya obrolan sekitar tabungan tersebut, Selain silaturahmi pihak BMT juga membuat para anggota atau calon anggota merasa nyaman dan percaya kepada pihak BMT dengan adanya silaturahmi.

D. Pembahasan

1. Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Mengembangkan Produk Tabungan Lembaga Peduli Siswa di BMT UGT Sidogiri Capem Pagendingan

Setiap lembaga keuangan mempunyai konsep perencanaan dalam memasarkan produk tabungan yang lembaga miliki termasuk yang dilakukan oleh BMT UGT Sidogiri Capem Pagendingan, salah satu hal yang paling mendasar yang paling dibutuhkan dalam memasarkan tabungan adalah membutuhkan sebuah

gagasan dimana gagasan adalah para produsen harus menganalisis terlebih dahulu kebutuhan para pelanggan, kemudian membuat suatu putusan-putusan yang dirancang untuk memuaskan kebutuhan tersebut.⁴ Sedangkan di BMT UGT Sidogiri melakukan pemasaran lewat silaturrohim dan memberitahukan apa saja yang terdapat didalam tabungang tersebut seperti mengamankan keuangan lembaga dan juga membantu lembaga dalam memenuhi kebutuhannya jika mengalami sebuah kesulitan. Melihat tingginya minat masyarakat terhadap tabungan kepada lembaga keuangan maka BMT UGT Sidogiri Capem Pagendingan yang juga termasuk salah satu lembaga keuangan perlu menyikap dengan baik terhadap pemasaran yang dilakukan oleh lembaga keuangan lain dalam sama-sama memasarkan produk tabungan yang dimiliki.

Pemasaran sangat diperlukan untuk dilakukan oleh lembaga keuangan untuk memasarkan produk tabungan yang mereka miliki kepada masyarakat setempat dan pemasaran itupun juga di terapkan oleh lembaga keuangan di BMT UGT Sidogiri Cape Pagendingan. Pemasaran merupakan salah satu faktor yang dapat menghasilkan keberhasilan untuk masyarakat supaya lebih mengenal produk yang dimiliki lembaga keuangan. Oleh karena itu, pemasaran berada dalam posisi hal yang perlu dilakukan baik itu di perusahaan atau lembaga keuangan. Termasuk juga di BMT UGT Sidogiri Capem Pagendingan.

Selain melakukan pemasaran dalam membuat strategi produk juga membutuhkan yang namanya komunikasi dalam strategi pemasaran untuk

⁴ Ari Setyaningrum, dkk, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Yogyakarta: C. V ANDI OFFEST, 2015), hlm.11-14.

menyampaikan hal-hal yang ingin disampaikan dalam pemasaran tersebut, yang dimaksud komunikasi pemasaran adalah sarana dimana suatu perusahaan berusaha menginformasikan, membujuk, dan meningkatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung tentang produk dan merek yang dijual.

Komunikasi pemasaran juga melakukan banyak fungsi bagi konsumen. Komunikasi dapat memberitahu atau memperlihatkan kepada konsumen tentang bagaimana dan mengapa produk itu digunakan, oleh orang macam apa, serta dimana dan kapan. Konsumen dapat mempelajari lebih dalam lagi tentang siapa yang membuat produk atau apa tujuan perusahaan dan merek, dan mereka bisa mendapatkan insentif atau suatu penghargaan atas usaha percobaan atau penggunaan tersebut. Komunikasi pemasaran dapat memungkinkan perusahaan menghubungkan merek mereka dengan orang, tempat, acara, pengalaman, perasaan, dan hal lainnya.⁵ Dengan adanya komunikasi silaturrohim yang BMT UGT Sidogiri Capem Pagendingan gunakan produk yang dimiliki BMT bisa tersampaikan dengan lancar.

Mereka yang telah memanfaatkan waktu dalam mengembangkan suatu rencana yang formal sehingga membuat mereka menyadari bahwa banyak manfaat. Yang lebih penting lagi, mereka mempunyai kemungkinan yang besar untuk memenuhi keinginan tujuan kinerja yang akan dicapai. Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang

⁵ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Erlangga, 2008), hlm 172.

pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan.⁶

Strategi pemasaran yang digunakan didalam BMT UGT Sidogiri Capem Pagendingan untuk memasarkan dalam mengembangkan produk tabungan lembaga peduli siswa adalah sebagai berikut:

- a. Melakukan silaturrohim langsung kepada lembaga-lembaga dalam melakukan pemasaran produk tabungan tanpa menggunakan brousur-brousur seperti tabungan yang lain yang BMT UGT Sidogiri Capem Pagendingan miliki.
- b. Melakukan segmentasi pasar lebih dapat memberikan definisi yang lebih tepat tentang pasar, dalam kaitannya dengan kebutuhan dan keinginan lembaga. BMT menggunakan segmen pasar sama dengan yang digunakan lembaga keuangan lain, karena dengan menggunakan pemasaran silaturrohim BMT dapat mengenalkan dan menjelaskan produk secara langsung. Sehingga dengan melakukan segmen pasar silaturrohim lembaga lebih cepat tertarik kepada tabungan lembaga peduli siswa. Segmen tersebut merupakan pemasaran untuk tabungan lembaga peduli siswa yang sudah ditetapkan oleh BMT UGT Sidogiri Capem Pagendingan, tabungan lembaga peduli siswa lumayan banyak yang tertarik karena dapat membantu meringankan memenuhi kebutuhan lembaga ketika lembaga mengalami kesulitan dalam keuangan tabungan di lembaga.
- c. Pengembangan suatu rencana pemasaran memerlukan suatu proses sistematis, dimulai dengan menganalisa situasi mutakhir, dan lingkungan, bergerak menuju

⁶ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi* (Jakarta:Rajawali Pers Rajawali, 2013) hlm.168.

ketentuan maksud dan tujuan pemasaran, mengenali konsumen sasaran, menentukan penempatan (*positioning*) yang diinginkan dan mendesain bauran pemasaran yang strategis (4p) dan kemudian melakukan suatu evaluasi, penentuan anggaran dan rencana implementas (pelaksanannya).⁷ Dalam merencanakan dan melaksanakan strategi, para manajer sangat bergantung pada empat komponen dasar. Elemen tersebut sering disebut dengan “4P” dalam pemasaran, dan disebut sebagai alat sebagai menjalankan strategi. Stratei yang digunakan BMT UGT Sidogiri Capem Pagendingan juga memakai 4P dalam melakukan pemasaran, hal tersebut akan peneliti rinci dalam uraian berikut:

- 1) Produk (*Product*): produk inti terdiri dari manfaat yang akan dinikmati hasilnya oleh *audiens* sebagai akibat tiggah laku yang di jalankan dan sesuatu yang anda akan soroti yang terkait dengan produk. produk BMT UGT Sidogiri Capem Pagendingan yang jadi pembahasan dalam peneliti adalah produk tabungan lembaga peduli siswa yang merupakan satu-satunya produk tabungan yang hanya diperuntukkan untuk lembaga. Produk tabungan lembaga peduli siswa merupakan tabungan umum yang berjangka yang diperuntukkan bagi lembaga pendidikan guna menghimpun dana tabungan siswa.
- 2) Harga (*Price*): menyebut setiap biaya moneter yang dilakukan pada produk, program, dan jasa kalau ditawarkan, insentif dalam bentuk uang akan menstimulir tindakan. BMT UGT Sidogiri Capem Pagendingan penetapan harga tabungan lembaga peduli siswa tergantung kepada lembaga yang ingin menitipkan uangnya,

⁷ Nandan Limakrisna dan Wilhelmus Hary Susilo, *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi dalam Bisnis*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2012) hlm, 191.

tetapi lembaga yang menabung di lembaga keuangan kebanyakan menyetorkan uang minimal sebanyak Rp 500 ribu untuk pendaftaran menjadi anggota, adapula yang yang mendaftar dengan menyetorkan awal Rp 100 ribu. Bentuk uang yang dititipkan kepada lembaga keuangan BMT tergantung kepada lembaga. Tabungan lembaga peduli siswa tetap diakad berdasarkan prinsip syariah mudharabah mustarakag dengan nisbah 40% anggota dan 60% BMT yang disepakati secara bersama pada awal akad yakni saat pembukaan tabungan.

- 3) Tempat (*Place*): keputusan tentang tempat berkaitan dengan seseorang dapat merasa nyamandengan alat sarana masyarakat yang harus diakses. BMT UGT Sidogiri Capem Pagendingan memilih tempat yang mudah dijangkau disekitar BMT dengan tujuan mereka dan pihak BMT lebih nyaman memantau kerja sama yang disepakati contoh lembaga yang menabung di BMT UGT Sidogiri Capem Pagendingan yaitu lembaga SDN Tentenan Barat.
- 4) Promosi (*Promotion*): perusahaan harus memberitahukan strategi perusahaan yang berkaitan dengan komunikasi untuk membujuk, meliputi keputusan yang berkaitan dengan kunci.⁸ Promosi merupakan hal penting yang harus dilakukan oleh pihak perusahaan dalam melakukan strategi pemasaran, yang berperan aktif dalam memperkenalkan produk-produk yang dimiliki oleh lembaga keuangan BMT UGT Sidogiri Capem Pagendingan. BMT UGT Sidogiri Capem Pagendingan melakukan promosi lewat silaturrohim dengan menjelaskan kauntungan yang ada di produk tabungan lembaga peduli siswa bahwa keuntungannya yaitu:

⁸ Nandan Limakrisna dan Wilhelmus Hary Susilo, *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi dalam Bisnis*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2012) hlm, 196-197.

- a) Aman dan mudah membantu perkembangan dana setiap bulan
- b) Transaksi mudah dan bebas dari riba
- c) Pengurus lembaga tidak disibukkan dengan urusan keuangan terutama saat pembagian tabungan siswa di akhir tahun pendidikan
- d) Mendapatkan bagi hasil bulanan yang halal dan menguntungkan
- e) Mendapatkan dana beasiswa untuk siswa tidak mampu sebesar Rp 150.000 sesuai kebijakan BMT UGT Sidogiri
- f) Gratis biaya administrasi.

Dari paparan diatas dapat disimpulkan bahwa pihak BMT UGT Sidogiri Capem Pagendingan dalam melakukan atau melancarkan strategi pemasaran lebih fokus kepada bauran promosi. Karena dengan adanya promosi yang baik masyarakat atau lembaga akan merasa teratak untuk menabung kepada produk tabungan yang pihak BMT miliki termasuk produk tabungan lembaga peduli siswa. Misal yang paling diutamakan adalah dengan melakukan sosialisasi lewat silaturrohim dengan baik kepada lembaga, karena dengan begitu yang awalnya hanya penasaran dengan adanya promosi lewat silaturrohim memaparkan dengan jelas produk yang ditawarkan bisa lebih tertarik lagi hingga berubah menjadi anggota di tabungan lembaga peduli siswa yang BMT UGT Sidogiri Capem Pagendingan miliki.

Selain pemasaran hal yang penting juga termasuk pada informasi yang tepat karena merupakan rujukan bagi suatu keberhasilan komunikasi, seorang pemasar akan berhasil dalam komunikasinya jika mampu memberikan informasi yang benar, dengan demikian maka informasi merupakan investasi yang disampaikan dalam komunikasi dengan bahasa yang di mengerti. Informasi adalah hal yang cocok untuk

mendapatkan komunikasi yang baik untuk mendapatkan informasi untuk mengetahui yang terjadi di lembaga keuangan. suatu komunikasi dari penjual dan pembeli yang berasal dari informasi yang tepat yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut.

2. Hambatan Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Mengembangkan Produk Tabungan Lembaga Peduli Siswa di BMT UGT Sidogiri Capem Pagendingan

Lembaga keuangan, setiap hal yang berkaitan dengan lembaga keuangan pasti ada yang namanya pemasaran, komunikasi dan juga promosi dalam mengembangkan lembaga keuangannya, karena lembaga keuangan disini merupakan suatu bisnis yang harus tercapai tujuannya dan dikembangkan. Begitu pula yang terjadi kepada lembaga keuangan, tidak semua hal yang dialami lembaga keuangan dalam mengembangkan lembaga keuangannya langsung mengalami yang namanya kesuksesan, tetapi adakalanya juga melewati suatu hambatan-hambatan dalam kesulitan untuk menuju ke tahap-tahap sukses.

Setiap lembaga keuangan yang pasti memiliki kesulitan didalam lembaga keuangannya dalam mengembangkan produk-produknya hal ini berbeda dengan apa yang dialami oleh BMT UGT Sidogiri Capem Pagendingan, bahwa pihak BMT UGT Sidogiri disini tidak mempunyai kesulitan dalam melakukan pengembangan dalam produk yang dimiliki termasuk produk tabungan lembaga peduli siswa. Hal ini terjadi karena pihak BMT tidak merasa bersaing dengan pihak-pihak lembaga laik tetapi

bersanding dalam melakukan strategi pemasaran yang dimiliki, hanya saja pihak BMT merasa terdahului dalam memasarkan produk kepada lembaga dan tidak langsung tertarik kepada tabungan yang dimiliki. Dalam hal ini yang dialami BMT UGT Sidogiri Capem Pagendingan tidak merasa kesulitan dalam hal ini karena dengan ini pihak BM merasa harus melangkah lebih maju lagi sehingga hal-hal ini tidak terjadi secara berulang-ulang kebelakangnya.

Dalam menghindari kesulitan-kesulitan untuk mengembangkan produk BMT UGT Sidogiri Capem Pagendingan harus mempunyai beberapa ide beserta kerjasama yang kompak dan bekerja sama yang kuat untuk menutupi kekurangannya yang terjadi di BMT UGT Sidogiri dengan beberapa kelebihan-kelebihan. Untuk mengembangkan produk tabungan yang dimiliki BMT UGT Sidogiri terutama produk tabungan lembaga peduli siswa BMT. Mengembangkan produk tidak lain adalah untuk kepentingan masa depan lembaga keuangan. Oleh karena itu untuk melakukan pengembangan produk memerlukan tahapan sebagai berikut:⁹

- a. Ide: Yang bisa berasal dari bermacam-macam sumber dari dalam suatu perusahaan misalnya bagian riset dan pengembangan dari luar melalui suatu pemahaman perilaku konsumen, persaingan, teknologi, pekerja, persediaan. Tahapan ini menjadikan dasar untuk memasuki suatu pasar dan biasanya mengikuti strategi pemasaran yang dilakukan perusahaan. Di BMT UGT Sidogiri Capem Pagendingan ide yang mereka pakai dalam memasarkan produk tabungan lembaga peduli siswa menggunakan ide silaturrohim dalam komunikasi kepada anggota

⁹ Dita Deitiana, *Manajemen Operasional Strategi dan Analisa (Services dan Manufaktur)*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2011), hlm 53.

dengan tujuan anggota lebih tertarik lagi untuk menabung di BMT UGT Sidogiri dengan adanya silaturrohim secara langsung kepada pihak lembaga.

- b. Kemampuan: Yang dimiliki suatu perusahaan untuk memberikan dan merealisasikan ide. Dengan melakukan koordinasi dari berbagai macam-macam bagian yang terkait dengan perusahaan yang bersangkutan. Di BMT UGT Sidogiri Capem Pagendingan ide-ide yang dipakai atau sebuah kemampuan di perusahaan hanya memanfaatkan kenalan dan masyarakat sekitar dalam memasarkan produk tabungan yang dimiliki, sehingga dalam memasarkan produk yang dimiliki tidak mengalami kesulitan dalam memasarkannya.
- c. Permintaan: Konsumen untuk menang dalam bersaing dengan melakukan cara mengidentifikasi posisi dan manfaat suatu produk yang diinginkan oleh konsumen melalui atribut tentang produk. di dalam lembaga keuangan di BMT UGT Sidogiri Capem Pagendingan produk yang di pasarkan sesuai dengan kebutuhan yang masyarakat setempat butuhkan salah satu contohnya produk tabungan lembaga peduli siswa, dimana lembaga dapat memanfaatkan kebutuhannya lewat tabungan ini. Dalam memasarkan tabungan BMT tidak menganggap lembaga keuangan yang lain sebagai pesaing dalam memasarkan produk yang dimiliki.

Dari paparan diatas dapat disimpulkan bahwa BMT UGT Sidogiri tidak memiliki hambatan yang serius di produk yang di pasarkan, karena pihak BMT tidak merasa hal yang dialami adalah hal yang begitu serius sehingga bisa menghambat dalam mengembangkan produk yang dimiliki termasuk produk tabungan peduli siswa. BMT merasa hal yang dialami adalah hal yang wajar dalam dunia bisnis,

kesulitan itu tidak bisa disebut kesulitan karena hal itu mampu membangun BMT dan segenap karyawannya lebih semangat lagi dalam memasarkan tabungan yang dimiliki, dalam hal ini BMT membuat hal yang dialaminya sebagai cerminan kedepannya membenarkan kekurangan yang sebelumnya terjadi untuk tidak terjadi lagi kedepannya.

Setiap pemasaran yang lembaga keuangan gunakan dalam memasarkan produknya pasti sama bedanya adalah semangat dan kecepatan yang mereka pakai dalam hal ini, karena memang produk yang ada di lembaga keuangan sama yaitu tabungan. Dalam mengembangkan produk-produk yang lembaga keuangan miliki memang sama seperti yang lembaga keuangan lain miliki dengan begitu BMT tidak merasa tersaingi dengan hal ini tetapi merasa termotivasi untuk semangat lagi dalam memasarkan tabungan yang BMT UGT Sidogiri miliki.

Kemampuan dan ide-ide dalam memasarkan produk tabungan yang BMT miliki sama seperti BMT UGT Sidogiri yang lain yaitu silaturrohim hanya saja berbeda dengan kecepatan-kecepatan dalam pemasaran yang digunakan, setiap lembaga keuangan sama seperti lembaga keuangan BMT dimana pasti mengalami yang namanya sebuah kesulitan hanya saja pihak BMT tidak menyebut hal yang terjadi yang menghambat terjadinya hal-hal yang terjai seperti kekurangan kecepatan pihak BMT tidak menganggap itu adalah hambatan tetapi pihak BMT menganggap itu adalah hal yang biasa yang akan terjadi dalam dunia bisnis dengan terjadinya kesulitan ini BMT dapat membenarkan yang sebelumnya terjadi.