

## **BAB IV**

### **PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN, DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Deskripsi Data**

##### **1. Profil BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan**

###### **a. Sejarah BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan**

BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan berdiri pada awal bulan April tahun 2011, dengan adanya usulan dari bawah. Artinya pusat BMT UGT Sidogiri Pasuruan membuka berbagai cabang daerah, jika ada usulan dari bawah daerah, maka pusat BMT UGT Sidogiri menyetujui, menganalisa, uji kelayakan, setelah itu baru persyaratan keanggotaan koperasi minimal 30 orang plus KTP, dan minimal harus ada uang 150 juta.

Koperasi BMT UGT Sidogiri capem Pegantenan menerapkan prinsip sebaik-baik manusia ialah yang bermanfaat bagi orang lain. Artinya sesama makhluk harus berusaha ingin membantu mensejahterakan dan memakmurkan jalan perekonomian masyarakat agar bebas dari anggapan riba dan sesuai dengan akad dan prinsip Islam. Lokasi BMT UGT Sidogiri berada di jalan raya Pegantenan Pamekasan.

Pesantren sepertinya sakarang ini tidak hanya ditujukan untuk mencetak generasi muslim yang bertarbiyah dan berakhlak karim melainkan juga mencetak generasi yang mampu membangun perekonomian lebih baik dan mampu mensejahterakan santri dan masyarakat umum melalui lembaga perekonomian yang berlandaskan Islam yaitu al-Qur'an dan hadist. Setidaknya langkah tersebut telah diambil oleh alumni pondok Pesantren di Sidogiri Pasuruan.

Maka dari itu, pihak alumni mengambil peluang dalam ikut berpartisipasi dalam memakmurkan dan mensejahterakan perekonomian masyarakat yang sesuai secara akad dan prinsip syariah. koperasi akan terus berusaha melakukan perbaikan dan perkembangan secara berkesinambungan pada semua bidang baik organisasi maupun usaha. Untuk menunjang hal

tersebut maka anggota koperasi dan penerima amanat perlu memiliki karakter STAF, yaitu Shiddiq (jujur), Tabligh (transparan), Amanah (dapat dipercaya), dan Fathanah (profesional).

BMT UGT Sidogiri memiliki produk tabungansimpan pinjam dengan pola Syariah dengan menerapkan lima akad yaitu mudharabah, musyarakah, murabahah, ba'i bitsaman'ajil dan qord. Produk lainnya seperti tabungan haji, tabungan umrah, tabungan idul fitri, tabungan lembaga peduli siswa, tabungan qurban, tabungan mudharabah berjangka (deposito), juga asuransi jiwa syariah (muawanah) dan tabungan tarbiyah.<sup>1</sup>

### **Visi dan Misi, BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan**

BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan Sebagai lembaga keuangan syariah non-bank mempunyai tujuan yang tertuang dalam visi dan misi BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan adalah sebagai berikut:

#### **1) Visi**

- a) Terwujudnya Masyarakat Sejahtera, Amanah dan Produktif.
- b) Terbangunnya dan berkembangnya ekonomi umat dengan landasan syariah Islam dan Terwujudnya budaya ta'awun dalam kebaikan dan ketakwaan di bidang sosial ekonomi.

#### **2) Misi**

- a) Menerapkan dan memasyarakatkan syariah Islam dalam aktivitas ekonomi.
- b) Menanamkan pemahaman bahwa sistem syariah di bidang ekonomi adalah adil, mudah, dan maslahah.
- c) Meningkatkan kesejahteraan umat dan anggota.
- d) Melakukan aktivitas ekonomi dengan budaya STAF (Shiddiq/Jujur, Tabligh/ Komunikatif, Amanah/ Dipercaya, Fatonah/ Profesional).<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup>Wawancara kepala bmtugtsidogiri

<sup>2</sup>Bmtugtsidogiri Capem Pegantenan Pamekasan

e) Memberantas riba yang telah menjerat serta mengakardimasyarakat.

**b. Bentuk/Badan Hukum BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan**

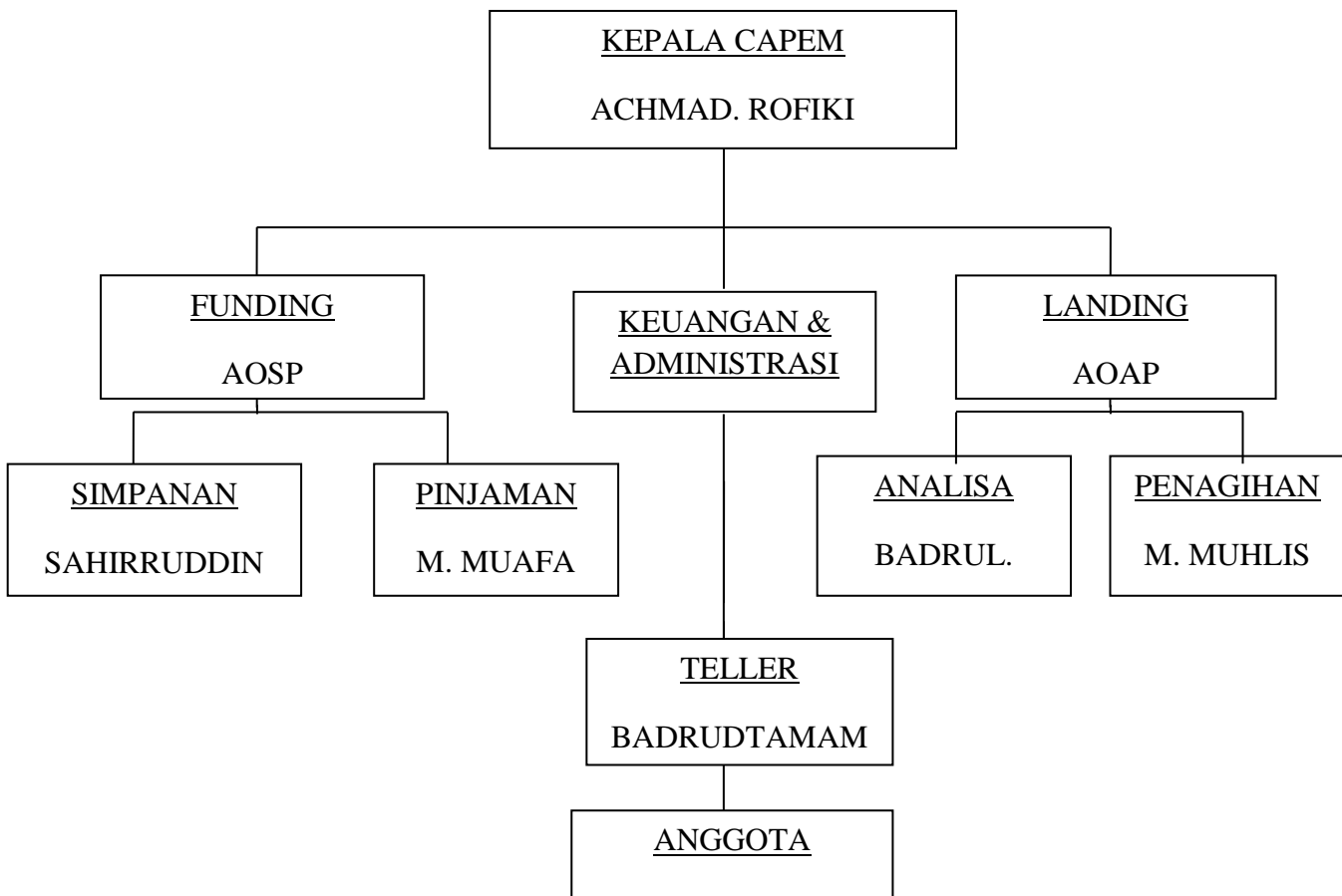
Koperasi BMT Usaha Gabungan Terpadu Sidogiri disingkat “Koperasi BMT UGT Sidogiri” mulai beroperasi pada tanggal 5 Rabiul Awal 1401 H atau 6 juni 2000 M. Di Surabaya dan kemudian mendapatkan badan Hukum Koperasi dari Kanwil Dinas Koperasi PK dan M Propinsi Jawa Timur dengan SK Nomor:11/BH/KWK.13/VII/2000 tertanggal 22 Juli 2000.

**c. Struktur Organisasi BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan**

Berikut Struktur Organisasi BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan.

**Gambar 4.1**

Struktur Organisasi BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan



**d. Tugas dan Tanggung Jawab**

### **1) Dewan Pengawas Syariah**

Adapun tugas dan tanggung jawab yang dimiliki oleh dewan pengawas syariah adalah sebagai berikut:

- a) Memberikan saran dan nasehat kepada direksi.
- b) Mengawasi kegiatan operasional BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan agar sesuai dengan prinsip syariah.
- c) Mengkaji, menilai dan memberikan opini terhadap kesesuaian antara operasional dengan prinsip syariah.

### **2) Bagian Operasional**

Adapun tugas dan tanggung jawab yang dimiliki oleh bagian operasional adalah sebagai berikut:

- a) Memimpin BMT UGT Sidogiri capem Pegantenan Pamekasan dalam usaha mencapai tujuan jangka panjang atau jangka pendek.
- b) Memimpin, merencanakan, bertanggung jawab, mengarahkan, mengawasi, serta mengevaluasi seluruh kegiatan operasional BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan.
- c) Melakukan wawancara langsung atas kinerja karyawan.
- d) Mendiskusikan target kerja.

### **3) Marketing**

Adapun tugas dan tanggung jawab yang dimiliki oleh bagian *marketing* adalah sebagai berikut:

- a) Merencanakan, mengkoordinir, mengarahkan, mengevaluasi dan mengawasi atas terlaksanakannya kelancaran kerja dibagian pembiayaan dan perdanaan.
- b) Memasarkan produk BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan sesuai dengan syariat Islam kepada nasabah analisis kebutuhan anggaran untuk mengadakan seluruh sarana dan prasarana bagi kelancaran operasional bank serta pemeliharannya.
- c) Mengusulkan produk baru yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan sesuai dengan prinsip syariah.

- d) Menilai seluruh aspek terkait dengan personalia pembiayaan yang diajukan guna memperoleh gambaran kelayakan kondisi nasabah yang akan di biyai.
- e) Memberikan rekomendasi yang besar dan obyektif kepada bagian pembiayaan.
- f) Bertanggung jawab terhadap pengelolaan pembiayaan dengan kategori diragukan, macet dan hapus buku.
- g) Penyelamatan dan penyelesaian pembiayaan bermasalah.
- h) Segala bentuk kesalahan akibat kelalaian bagian *marketing* merupakan tanggung jawab penuh bagian *marketing*.

#### **4) Bagian Umum dan personalia**

Adapun tugas dan tanggung jawab yang dimiliki oleh bagian umum dan personalia adalah sebagai berikut:

- a) Merencanakan, mengkoordinir dan mengevaluasi kinerja dan pengembangan pegawai.
- b) Bekerjasama dengan bagian/unit kerja lain.
- c) Melakukan analisa kebutuhan anggaran untuk pengadaan seluruh sarana dan prasarana bank serta pemeliharannya.

#### **5) Petugas Gadai Emas**

Adapun tugas dan tanggung jawab yang dimiliki oleh petugas gadai emas adalah sebagai berikut:

- a) Menerima permohonan pembiayaan dan menilai seluruh aspek yang terkait.
- b) Menata usahakan seluruh kegiatan pemberian pembiayaan dengan jaminan emas.

#### **6) Costumer Service (CS)**

Adapun tugas dan tanggung jawab yang dimiliki oleh *costumer service* adalah sebagai berikut:

- a) Memberikan informasi kepada setiap nasabah yang membutuhkan keterangan tentang produk-produk dan syarat-syarat pembiayaan.
- b) Memberikan rekomendasi yang benar dan obyektif kepada komite pembiayaan.

- c) Memberikan informasi secara umum kepada nasabah tentang produk-produk dan jasa koperasi serta syarat-syaratnya.
- d) Memelihara hubungan baik dengan nasabah dalam bentuk pemberian informasi.
- e) Melaksanakan tahapan-tahapan awal administrasi dalam pembukaan rekening.
- f) Pemeriksaan dokumen.
- g) Transaksi jaminan.
- h) Segala bentuk kesalahan informasi, dokumen serta penataannya yang diakibatkan oleh kelalaian *costumer service* merupakan tanggung jawab penuh *costumer service*.

## **7) Teller**

Adapun tugas dan tanggung jawab yang dimiliki oleh *teller* adalah sebagai berikut:

- a) Mengatur dan bertanggung jawab atas posisi dana atau kas.
- b) Memberikan pelayanan transaksi tunai (penyetoran dan pencairan pembiayaan).
- c) Cek uang pada detektor uang.
- d) *Teller* bertanggung jawab penuh atas laporan keuangan dan keberadaan kas riil dalam brankas, segala bentuk kesalahan akibat kelalaian *teller* merupakan tanggung jawab *teller*.

## **8) Pemberkasan**

Tugas dan tanggung jawab yang dimiliki oleh pemberkasan adalah menata usahakan berkas pembiayaan.

### **e. Produk-produk BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan**

#### **1) Produk Penghimpunan Dana (*Funding*)**

##### **a) Tabungan Anggota**

- (a) Tabungan pokok dibayar saat satu kali selama menjadi anggota sebesar Rp. 25.000.
- (b) Tabungan wajib yaitu Tabungan yang harus dibayar oleh anggota setiap bulan sebesar Rp. 10.000.

- (c) Administrasi yang dikenakan pada Tabungan anggota yaitu sebesar Rp. 5.000 untuk pembuatan buku tabungan. Buku tabungan ini merupakan salah satu bukti bahwa nasabah tersebut adalah nasabah penabung di lembaga keuangan.

**b) Tabungan *Wadiah***

- a. Tabungan *Wadiah* di BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan yaitu:

Tabungan *wadiah* merupakan tabungan atau Tabungan dari mitra yang bersifat umum dan penarikannya dapat digunakan kapan saja.

- b. Tabungan *wadiah* berdasarkan akad *wadiah yad dhamanah*.

*Wadiah yad dhamanah* yaitu Tabungan yang sifatnya titipan, dimana pihak yang dititipi BMT UGT Sidogiri bertanggung jawab atas keutuhan harta titipan sehingga ia boleh memanfaatkan harta titipan tersebut.

- c. Bagi hasil akan dibagikan setiap bulan langsung dikreditkan ke rekening nasabah. Setoran awal rekening yaitu sebesar Rp. 10.000. Sedangkan biaya pembukaan (administrasi) rekening sebesar Rp. 5.000. Saldo akhir pada rekening tabungan nasabah sebesar Rp. 10.000 apabila akan melakukan tutup rekening.

**c) Tabungan Qurban**

Tabungan Qurban adalah Tabungan yang digunakan untuk pembelian hewan Qurban. Adapun persyaratan Tabungan qurban yaitu sebagai berikut:

- (1) Tabungan yang diperuntukkan untuk pembelian hewan qurban.
- (2) Penarikan digunakan satu kali menjelang Hari Raya Idul Adha.
- (3) Nisbah bagi hasil yang diberikan sebesar 75% dari pendapatan rata-rata BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan yang langsung ditambahkan ke rekening Tabungan qurban.
- (4) Biaya administrasi pembuatan rekening sebesar Rp. 5.000.

**d) Tabungan Haji dan Umroh**

Adapun Tabungan haji dan umroh di BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan yaitu sebagai berikut:

- (1) Tabungan ini untuk persiapan haji bagi nasabah yang beranggota melaksanakannya.
- (2) Sifatnya bebas independen, artinya merencanakan dan menentukan jumlah setorannya sepenuhnya berada di pihak nasabah.
- (3) Tidak bisa diambil kecuali dana telah mencukupi dan atau untuk keperluan pendaftaran haji.

#### **e) Tabungan Deposito Berjangka**

Adapun Tabungan deposito berjangka di BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan yaitu sebagai berikut:

- (1) Deposito berjangka merupakan Tabungan dengan jangka waktu 3,6,12,dan 24 bulan.
- (2) Jumlah setoran awal yaitu sebesar Rp. 1.000.000.
- (3) Memiliki rekening *wadiah* untuk menampung bagi hasil yang akan dikreditkan setiap bulan.
- (4) Tidak bisa diambil kecuali sampai pada batas waktu jatuh temponya.
- (5) Proporsi nisbah bagi hasil dapat berubah sesuai ketentuan BMT UGT Sidogiri

Capem Pegantenan Pamekasan. Proporsi bagi hasil nasabah yaitu:

<b>BULAN</b>	<b>PERSENTASE</b>
3 bulan	45%
6 bulan	50%
12 bulan	65%
24 bulan	70%

#### **f) Tabungan Tarbiyah**

Adapun Tabungan tarbiyah di BMT UGT Sidogiri capem Pegantenan Pamekasan dengan akad Konsep akad *mudharabah musytarokah* adalah bentuk akad mudharabah yang dalam kegiatan usahanya *mudhorib*/pengelola modal/dana menyertakan dana yang dimilikinya, untuk



diinvestasikan secara bersama-sama. Dalam *Mudharabah Musytarokah*, pengelola dana berdasarkan akad *mudharabah*, menyertakan juga dananya dalam investasi bersama berdasarkan akad *musyarokah*. Pemilik modal musyarokah (*musytarik*) memperoleh bagian hasil usaha sesuai dengan porsi modal yang disetorkan. Pembagian hasil usaha antara pengelola dana dengan pemilik dana dalam mudharabah.

Adapun periode tabungan tarbiyah 5 tahun s/d 18 tahun, usia maksimal penabung minimal 21 tahun dan maksimal 55 tahun, serta maksimal umur umur 60 tahun saat jatuh tempo, bila anggota sakit, akan mendapat santunan bonus, dan apabila anggota meninggal dunia, tabungan tersebut bisa dicairkan 100% di akhir kontrak. Sedangkan untuk batas minimal penabung akad mudharabah musytarokah tidak ada batas penabung, karena pada tabungan tarbiyah tersebut /penabung/pemilik dana/orang-orang yang join disebut musytarokah, yang mana sudah ada proporsi bagi hasil yaitu: 75% anggota, 25% BMT, dan Mudharabah disebut bagi hasil/nisbah, sehingga bagi hasilnya harus dibagi bersama, itu sebabnya tabungan tarbiyah di sebut akad mudharabah musytarokah. Adapun ketentuan lainyaitu sebagai berikut:

- (1) Merupakan Tabungan yang disediakan untuk dana tarbiyah.
- (2) Setoran dapat digunakan setiap minggu atau satu bulan sekali..
- (3) Penarikan dapat digunakan satu kali dalam satu tahun menjelang tahun ajaran baru.
- (4) Nisbah bagi hasil yang diberikan sebesar 75% nasabah dan 25% BMTdari pendapatan rata BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan yang langsung dibagikan ke rekening Tabungantarbiyah.
- (5) Biaya pembukaan rekening sebesar Rp. 5.000.

## **B. Data Lapangan**

Pemaparan hasil penelitian yang telah peneliti peroleh dari penelitian tentang “Implementasi Strategi *Marketing* pada produk tabungan Tarbiyah di BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan telah menghasilkan beberapa temuan data. Misalnya dari dokumen, wawancara dan lain-lain. Untuk mendukung kebenaran data keabsahan dari penelitian ini, maka peneliti melakukan wawancara, pengamatan di lembaga BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan.

Sama halnya dengan hasil wawancara peneliti bahwa letak geografis BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan bagus yaitu dekat dengan jalan raya, pasar, lembaga pendidikan. Pelayanan di BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan sangat baik, ramah dan sopan, serta bisa bersosialisasi dengan masyarakat sekitar dan anggota. Proses pemasaran yang digunakan oleh para karyawan dan petugas sangat baik dan telaten. Sabar dalam menjelaskan tentang produk-produknya, dan selalu membantu masyarakat saat membutuhkan bantuan.

Dalam hal ini dapat dijelaskan secara rinci data yang diperoleh di lapangan tersebut dengan menguraikan satu persatu dari adanya rumusan masalah yang ada diantaranya sebagai berikut:

## **1. Strategi apa yang digunakan Pada Produk Tabungan Tarbiyah di BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan.**

Berikut akan di paparkan mengenai strategi apa yang digunakan pada tabungan tarbiyah di BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan sebagai berikut:

### **a) Strategi brosur pada BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan**

Salah satu strategi yang digunakan oleh lembaga BMT adalah brosur sebagai media pelengkap informasi dari produk tabungan tarbiyah yang disebarkan kepada masyarakat khususnya lembaga pendidikan formal atau masyarakat umumnya sebagaimana yang disampaikan bapak Achmad Rofiqi sebagai ketua di BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan menjelaskan tentang brosur yang digunakan di BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan.

“Kami sebagai kepala di sini ini sangat perlu dan penting membuat brosur di BMT Sidogiri karena tujuan kami ingin memudahkan informasi informasi dari produk yang dikeluarkan oleh BMT sebagai sarana pemberitahuan bahwa produk tabungan tarbiyah diperuntukkan untuk keluarga yang sedang dalam pendidikan karena brosur sifatnya menurut saya mudah dan praktis dibawa serta dibaca dan di kasih ke siapapun”.<sup>3</sup>

Ibu saskiya sebagai anggota di BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan juga menjelaskan.

“Saya tahu dengan tabungan anak saya atau tabungan pendidikan dari ibu saya, yang memberi brosur kepada saya dimana brosur itu dikasih oleh ustad sahir pada saat ibu saya melakukan penarikan tabungan umum Syariah di tokonyan sekaligus menawarkan brosur tersebut. Bermula dari hal itu sampai sekarang saya hanya punya tabungan anak saya atau

---

<sup>3</sup>Achmad Rofiki, Ketua BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan, Wawancara Langsung, (10 September 2020, Jam 09.15)

tabungan tarbiyah tersebut yang sifat pelayanan karyawan BMT di sana baik sopan dan ramah baik pada saat ke kantor BMT atau dijalan”.<sup>4</sup>

Hal serupa juga disampaikan Ambiya Anggota di BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan

“Saya tahu dengan tabungan pendidikan itu langsung dari pihak bmt sendiri yang langsung silaturahmi datang ke rumah memberikan brosur serta menjelaskan isi tulisan yang ada pada ada brosur tersebut. Saya paham dan mengerti dari penjelasan dari pihak BMT yang halus dan ramah dan tidak tergesa-gesa penjelasannya. Sehingga saya sepakat dengan keluarga sebagai tabungan anak saya bisa diambil setiap tahunnya”.<sup>5</sup>

ustad Sahir sebagai marketing di BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan mengungkapkan.

“Memang benar brosur sebagai alat informasi yang mudah, formal dan nyaman baik dari pihak BMT sendiri maupun pihak masyarakat karena model penyampaian informasi tersebut harus jelas dan paham bagi masyarakat. Jadi brosur diberikan kepada masyarakat dan pihak BMT khususnya marketing yang menjelaskan secara rinci dan paham secara cara menyuruh dari isi tulisan yang ada ada di brosur tersebut”.<sup>6</sup>

Berdasarkan penjelasan informan telah diketahui bahwa strategi brosur yang digunakan oleh BMT sidogiri pegantenan sangat memberi respon pengaruh yang baik kepada lembaga pendidikan dan juga masyarakat atau dengan kata lain, hal tersebut saling menguntungkan baik pada pihak BMT atau masyarakat dimana dengan menyebarkan brosur beserta sosialisasi langsung ke masyarakat mendapat respon yang baik. Sebab hal yang demikian dianggap lebih nyaman, aman dan puas terhadap pelayanan pemberitahuan menggunakan brosur.

## **b) Strategi pick up**

Pick up adalah merupakan salah satu cara BMT untuk memudahkan anggota tabungan tarbiyah baik dalam bentuk penarikan ataupun penyimpanan, hal ini dilakukan supaya tidak mengganggu kegiatan anggota tabungan BMT yang tidak mempunyai kesempatan untuk ke lembaga kantor BMT yang biasanya proses penyimpanan atau penarikannya lumayan lama karena antrian. Maka pola Pickup lebih tepatnya sebagai yang di ungkapkan kepala capem BMT peganten bapak Rofiki sebagai kepala BMT pegantenan pamekasan.

---

<sup>4</sup>Saskiyani, anggota BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan, Wawancara Langsung, (17 September 2020, Jam 08.00)

<sup>5</sup>Ambiya anggota BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan, Wawancara Langsung, (10 September 2020, Jam 11.00).

<sup>6</sup>Sahir, marketing BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan, Wawancara Langsung, (18 September 2020, Jam 10.20)

“Dalam strategi Pickup ini, memberi kesempatan kepada orang yang ingin memiliki tabungan akan tetapi ada faktor faktor kendala yang mereka miliki, melainkan karena jauh dari tempat BMT ini. Maka dari itu langkah pola dengan Pickup ini lebih tepat ditawarkan dan diinformasikan kepada masyarakat, apalagi di zaman modern sekarang ini butuh yang instan, mudah dan gampang bagi masyarakat. Jadi saya rasa pola seperti ini lebih nyaman untuk sebagian masyarakat”<sup>7</sup>

Hal serupa juga disampaikan Rumaiya Anggota di BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan

“Saya senang dapat menabung ke BMT Sidogiri karena tetangga saya memberi informasi bahwa menabung tidak harus ke BMT yang ada di kecamatan, mendengar hal itu saya tertarik, kemudian lima hari setelah itu, pihak karyawan BMT sendiri datang ke rumah memberikan informasi dengan memberi dua brosur serta menjelaskan kesemua tabungan itu, Sampek saya paham dik, lalu saya katakan bahwa jika ustadz bersedia setiap minggunya ke sini, saya akan menabung. Dan selanjutnya perjanjian hari itu di ambil pada hari Selasa.”<sup>8</sup>

Hal serupa juga disampaikan Erniyanti Anggota di BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan

“Kenal dan tahunya saya pada tabungan tarbiyah ini dari pihak BMT yang membeli bensin di toko saya ini dik, beliau langsung menyapa saya dengan menawarkan pada saya tabungan. Dari itu saya menabung dengan tabungan tarbiyah tersebut, sebab saya merasa nyaman mendengar pemahaman dan bicara karyawan BMT sopan santun, yang kata beliau cocok buat biayanya anak, bahkan bisa lebih karena satu tahun yang bisa diambil ditambah dengan bonusnya.”<sup>9</sup>

Hal serupa juga disampaikan ustad Badrut sebagai kasir di BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan

“kalau sistem pick up ini sangat penting dan sudah biasa kami terapkan setiap hari-hari pasaran, sedangkan yang bukan hari-hari itu, sudah ada jadwalnya sesuai dengan perjanjian pihak anggota BMT dengan petugas pihak karyawandisini yang dibagiyan tersebut. Menurut saya dik, hal seperti itu lebih nyaman. Memudahkan dan menguntungkan anggota BMT sendiri karena tidak semua orang bisa langsung ke tempat ini untuk menabung, sebab alasan mereka menunggu antrian disini menghilangkan dan meluangkan waktu kesempatan mereka yang bekerja atauberjualan.”<sup>10</sup>

Berdasarkan hasil data lapangan mengenai penjelasan informan di atas dapat diketahui bahwa strategi pick up yang digunakan oleh BMT sidogiri pegantenan sangat member manfaat yang baik kepada mereka yang tidak bisa menyempatkan diri untuk pergi ke kantor BMT, di sebabkan

---

<sup>7</sup>Achmad Rofiki, kepala BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan, Wawancara Langsung, (18 September 2020, Jam 11.00)

<sup>8</sup>Rumaiya, Anggota BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan, Wawancara Langsung, (19 September 2020, Jam 09.00)

<sup>9</sup>Erniyanti, Anggota BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan, Wawancara Langsung, (19 September 2020, Jam 09.00)

<sup>10</sup>Badrut, Kasir BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan, Wawancara Langsung, (19 September 2020, Jam 08.00)

karena banyak sebagian dari mereka ada kendala, sehingga pola pick ini memberi sumbangan bagi mereka.

### c) Strategi Internet

Pola ini di zaman sekarang ini internet merupakan alat penyebar informasi yang sangat dominan penggunaannya walaupun hal yang ditaruh dalam website bukanlah sesuatu yang lebih diprioritaskan oleh banyak orang minimal bisa berguna bagi kalangan minoritas lainnya sebagaimana yang diungkapkan oleh bapak Ropiki sebagai kepala di BMT sidogiri capem pegantenan pamekasan.

“Pada era saat ini media jaringan internet sangat berguna dibandingkan dengan cara manual atau cara biasanya karena menyebar informasi di internet lebih mudah dan terarah secara menyeluruh artinya tidak hanya di wilayah pegantenan ini melainkan di seluruh wilayah di indonesia atau di luar negeri akan tetapi mereka bisa merujuk ke lembaga BMT.”<sup>11</sup>

Hal serupa juga disampaikan yuyun sebagai anggota di BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan

“Pengetahuan saya tentang tabungan tarbiyah didapat dari grup kepala sdambender kecamatan pegantenan yang memberikan website di situ, karena hal itu punya sidogiri keuangannya maka untuk memperjelas saya langsung ke BMT pegantenan meminta penjelasan secara detil dan menyeluruh sehingga memperoleh kesimpulan pada diri saya dik. Bahwasanya bonus dari tabungan ini lebih besar simpanan nya maka lebih besar pula bonusnya sehingga untuk simpanan anak-anak di sekolah SD saya, ditabung di BMT sidogiri sesuai perjanjian atap pencairan setiap tahunnya dan apabila ketika dadu tempo pada card pencairan setiap tahunnya bonus memang ada dengan artian pelayanan dan perjanjian di sana bagus, baik dan menepati janji.”<sup>12</sup>

Hal serupa juga disampaikan Fitriyani sebagai anggota di BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan

“Saya bisa menabung pendidikan anak saya melihat dari postingan guru saya di media sosial kemudian pada saat itu saya komunikasi menanyakan pada beliau,dari hal itu guru saya mengarahkan ke bmt terdekat di kecamatan untuk memastikan nya baik dari akad,bonus dan jangka waktu yang ada pada produk tabungan tarbiyah di BMTtersebut.

---

<sup>11</sup>Achmad Rofiki, Kepala BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan, Wawancara Langsung, (19 September 2020, Jam 08.00)

<sup>12</sup>Yuyun, Anggota BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan, Wawancara Langsung, (19 September 2020, Jam 08.00)

setelah menjalani hampir dua tahun ini saya merasa nyaman dan bersyukur dapat tabungan yang ada bonusnya berkah dari guru saya dik.”<sup>13</sup>

Sesuai dengan hasil wawancara diatas dari data dilapangan, menunjukan bahwa pola strategi internet praktis, mudah, terarah dan lebih ekonomis baik secara tenaga, waktu, dan pikiran. Karena di zaman era globalisasi saat ini kurang pantas kalau hanya mengandalkan cara-cara lama yang mana perkembangan zaman semakin modern maka perkembangan ilmu pengetahuan semakin modern juga. Hal ini penginformasian lebih terarah dan lebih menyeluruh hingga keseluruhan Negara-Negara lainnya.

#### **d) Strategi *Marketing Segmenting, Targeting dan Positioning.***

Strategi pemasaran merupakan strategi yang sangat dibutuhkan oleh suatu perusahaan yang dalam hal ini BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan menetapkan pemasarannya menggunakan elemen strategi *segmenting, targeting dan positioning*. Mengenai strategi tersebut telah disampaikan oleh Bapak Achmad Rofiqi selaku ketua di BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan.

“Dalam suatu perusahaan perubahan itu memang sangat penting untuk menunjang terhadap kemajuan bersama, dalam hal ini kami tidak banyak menggunakan strategi yang sulit dibandingkan dengan strategi lembaga keuangan yang lain, awalnya nama BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan memang belum sebesar saat ini karena memang belum dikenal banyak orang dan hanya sebagian masyarakat sekitar. Namun seiring berjalannya waktu konsep pemasarannya diperluas yang awalnya hanya dipasarkan pada masyarakat sekitar sekarang sudah mulai bisa di pasarkan di lembaga-lembaga sekolah seperti, PAUD, TK, SD, Madrasah dan Universitas. Sehingga diharapkan dapat menambah nilai citra terhadap masyarakat luas.”<sup>14</sup>

Mengenai strategi *Segmenting, Targeting dan Positioning* disampaikan oleh Badrud Tamam. Administrator di BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan.

“Sebagai proses awal perlu ditentukan terlebih dahulu untuk segmennya, dan untuk segmen pasar di BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan ini tidak dibagi dalam satu kelompok saja karena produk Tabungan tarbiyah ini bisa digunakan oleh siapa saja yang beranggota baik dari kalangan menengah atas maupun menengah kebawah. Sedangkan untuk target pasar yang kami lakukan di lembaga BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan dalam memasarkan produk tidak hanya fokus pada satu wilayah saja namun juga dipasarkan untuk beberapa wilayah yang bisa dijangkau sehingga dapat dikembangkan di wilayah-wilayah tersebut. Sedangkan untuk posisi disini selain karena biaya pendidikan

---

<sup>13</sup>Fitriyani, Anggota BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan, Wawancara Langsung, (20 September 2020, Jam 10.00)

<sup>14</sup>Achmad Rofiki, ketua BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan, Wawancara Langsung, (10 September 2020, Jam 09.15).

yang setiap tahunnya selalu meningkat, kami juga mengatasnamakan sebagai lembaga keuangan syariah yang menggunakan prinsip syariah”.<sup>15</sup>

Bapak Nadir anggota di BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan tahun 2017 dari pesanggar pagentenan menjelaskan.

“Saya sangat tertarik menabung di BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan dengan menggunakan produk Tabungan tarbiyah. Hal ini disebabkan karna usia anak-anak saya yang masih dini dan sangat membutuhkan biaya sekolah dan bimbingan belajar sehingga saya merasa sadar dan harus mempersiapkan untuk biaya kebutuhan anak saya kedepannya, dan saya merasa dengan adanya Tabungan tarbiyah ini saya dan keluarga merasa sangat terbantu sekali dalam hal kebutuhan pendidikan anak saya”<sup>16</sup>

Hal demikian juga di sampaikan oleh Ibu parihah anggota di BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan.

“Pada awalnya saya memang tidak pernah menabung di bank manapun karna pendapatan saya yang minim dan pekerjaan saya yang hanya sebagai penjual rujak rumahan namun akhirnya ada saudara saya yang mengajak untuk menabung di BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan, awalnya saya menolak karna saudara saya menyebutnya dengan bank mini karna yang saya ketahui bank itu bunganya sangat besar. Namun akhirnya pada tahun 2018 saya didatangi petugas dan petugasnya pun menjelaskan kepada saya bahwa ternyata BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan bukanlah bank melainkan koperasi syariah, sehingga saya dan saudara saya yang lain beranggota untuk menabung di BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan sampai saat ini”.<sup>17</sup>

Bapak Agus Sustiono kepala sekolah MTS Miftahul Ulum pesanggar Pegantenan juga menjelaskan.

“Alhamdulillah saya sangat senang bekerja sama dengan BMT UGT Sidogiri capem Pegantenan Pamekasan karena saat saya menawarkan produk Tabungan tarbiyah ini dengan mengumpulkan murid beserta wali muridnya, mereka sangat tertarik dan juga banyak yang beranggota untuk menabung pada produk ini meskipun tidak semuanya wali dan murid yang tertarik untuk menabung, dan saya berharap untuk kedepannya tabungan ini terus bertambah peanggotanya dan bisa bermanfaat untuk siswa dan siswi di sekolah ini”.<sup>18</sup>

Berdasarkan hasil wawancara diketahui bahwa proses pemasaran yang digunakan oleh BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan dengan menggunakan pendekatan *segmenting*, *targeting* dan *positioning* sehingga berefektivitas sangat baik dan dapat memajukan perusahaan. Dimana segmentasi pasar yang digunakan yakni dengan cara memilah-milah pasar terlebih dahulu, karena BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan tidak hanya fokus pada satu kelompok

---

<sup>15</sup>Badrud Tamam, Admin BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekaan, Wawancara Langsung, (10September 2020, Jam 11.00).

<sup>16</sup>Bapak Nadir, anggota BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan, Wawancara Langsung, (17 September 2020, Jam 10.20).

<sup>17</sup>Parihah, Anggota BMsT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan, Wawancara Langsung, (18 September 2020, Jam 09.35).

<sup>18</sup>Agus Sustiono, Anggota Sekaligus Kepala Sekolah MTS Mitahul Ulum Pesanggar, Wawancara Langsung (18 September 2020, Jam 10.00).

saja, namun juga beberapa kelompok menengah keatas sampai menengah kebawah. Untuk sasaran BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan tidak hanya dikhususkan pada satu pasar sasaran, akan tetapi juga untuk wilayah yang masih bisa dijangkau maka juga akan dikembangkan di wilayah tersebut. Sedangkan untuk penentuan posisi pasar BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan mengatasnamakan sebagai koperasi syariah dengan berdasarkan hukum Islam.<sup>19</sup>

## **2. Bagaimana efektivitas strategi *marketing* pada tabungan tarbiyah di BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan**

Mengenai keberadaan efektivitas strategi *marketing* yang digunakan di BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan adalah sebagai berikut:

BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan merupakan lembaga keuangan non Bank berbentuk koperasi dengan kegiatan usaha dengan memprioritaskan pelayanan, keramahan, kesopanan, serta dapat dijemput tabungan setiap harinya dengan jadwal setiap harinya berbeda-beda dan juga nisbah atau bagi hasil dari tabungan tarbiyah tersebut lebih besar dari pada pihak BMT sendiri. Berikut penjelasan mengenai eksistensi efektivitas strategi *marketing* yang terjadi di BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan. Badrud Tamam sebagai Administrator di BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan.

“Memang dalam tabungan tarbiyah ini di khususkan bagi yang punya cita-cita untuk membiayai pendidikan anaknya pada orang ekonomi kelas menengah ke bawah karena jangka dalam tabungan ini satu tahun, berbeda dengan tabungan lainnya dengan artian tabungan bisa di ambil kapan saja, yang tidak memungkinkan lebih banyak dari tabungan tarbiyah. Sehingga dari masyarakat banyak yang menerima dengan adanya tabungan tarbiyah. Bonus diberikan karena ada pengendaban uang selama satu tahun dari pihak anggota, sehingga besar kecil bonus dapat ditentukan dari besarnya tabungan anggota tersebut”.<sup>20</sup>

Menurut ibu idayati anggota BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan menjelaskan.

“Awalnya saya mengenal tabungan tarbiyah dari brosur pada saat saya menjemput anak saya yang masih sekolah PAUD. Saya di kasih brosur oleh ibu-ibu yang menunggu anaknya. buku itu saya bawa dan saya tawarkan pada suami saya, setelah itu sepakat sekeluarga dan saya langsung ke kantornya sampai disana walaupun saya orang baru tapi pelayanan dan penjelasan sangat puas yang mana saya diarahkan oleh pihak karyawan bmt pada kursi

---

<sup>19</sup>Hasil Observasi Langsung, Hari Senin tgl 17September 2020.

<sup>20</sup>Badrud Tamam, Admin BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekaan, Wawancara Langsung, (10September 2020, Jam 11.00).



kepala BMT. Dan menjelaskan kalau di situ ada kelompoknya yang menabung itu bisa dijemput terserah hari apa saja yang menentukan kelompoknya untuk tabungan tidak harus menabung kalau memang kita punya tidak harus menabung karena sifat tabungan di sini bersifat tidak menekan pada anggota tabungan”.<sup>21</sup>

Tabungan simpanan tarbiyah menurut Ibu Norhayati sebagai anggota di BMT UGT Sidogiri

Capem Pegantenan Pamekasan:

“Dulu saya tahu dengan tabungan tarbiyah dari brosur teman sebelah jualan saya, yang menawari brosur pada saya yang katanya dapat dari pihak bmt yang menarik simpan pinjam setiap pasaran di pasar. Menurut ibu hamil melihat pelayanan dari pihak bmt sopan baik sering bercanda mengisi sela-sela saat menarik simpanan kepada anggota serta informasi yang saya dapat dari iya benteng neng benar setelah satu tahun dari saya menabung dapat bonus.”<sup>22</sup>

Bapak Jalil anggota BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan menjelaskan.

“Saya mengenal tabungan tarbiyah karena pihak BMT memberikan brosur kepada saya waktu saya berjualan di pasar serta menjelaskan bahwa itu tabungan untuk anak-anak yang sedang dalam pendidikan sekaligus dapat bonus setiap tahunnya. Tidak ada Target uang yang harus di tabung atau menyisihkan hasil keuntungan jualan. Sampai sekarang saya merasa nyaman baik pelayanan dari karyawan pihak BMT yang ramah dan sopan santun.”<sup>23</sup>

Ibu lisnurhayati anggota BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan menjelaskan.

“Saya tahu dengan tabungan tarbiyah dari ustad sahir karena saya memang tetangga dengan istrinya, saya ditawarkan dengan produk tabungan tarbiyah karena tabungan tersebut diperuntukkan bagi yang punya anak, saya paham dan tahu dari situ. Dari tabungan tersebut dapat bonus setiap tahunnya dan itu semampunya menabung. Setelah beberapa hari usai musyawarah dengan keluarga saya sepakat dan saya suruh buat tabungan tarbiyah. Tinggal saat ini saya tetap menabung dan alhamdulillah benar ada bonusnya di setiap tahunnya dan untuk pelayanan dari pihak bmt menurut saya rama tidak pilih-pilih dalam melayani.”<sup>24</sup>

Ibu lisnurhayati anggota BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan menjelaskan.

“Saya tahu tabungan tarbiyah dari pihak BMT yang pada waktu itu saya ada di kantor. Disitu saya dapat informasi baru tentang tabungan tarbiyah yang di tawarkan pada saat itu. Saya minta penjelasan hingga paham dan minat untuk menabung. sekarang pelayanan pihak karyawan bmt di sana sopan dalam tutur kata bahkan saya sering melihat ustad menarik tabungan ke pasar sering bercanda dengan anggota BMT lainnya.”<sup>25</sup>

Ustadz Sahiruddin sebagai penarikan tabungan juga menambahkan tentang Efektivitas dari strategi *marketing* yang digunakan di BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan.

---

<sup>21</sup>Jalil , Anggota BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan, Wawancara Langsung, (19 September 2020, Jam 12.00).

<sup>22</sup>Norhayati, Anggota BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan, Wawancara Langsung, (19 September 2020, Jam 11.05).

<sup>23</sup>Jalil , Anggota BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan, Wawancara Langsung, (19 September 2020, Jam 12.00).

<sup>24</sup>Jalil , Anggota BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan, Wawancara Langsung, (19 September 2020, Jam 12.00).

<sup>25</sup>Jalil , Anggota BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan, Wawancara Langsung, (19 September 2020, Jam 12.00).

“Memang benar bahwa dari strategi dengan bersosialisasi, menurut saya lebih efektif, karena selain dengan mudah bergaul, kita bisa secara langsung bertemu dengan anggota sambil lalu mengalihkan pembicaraan supaya tidak terlalu nampak membutuhkan anggota tabungan tarbiyah. *segmenting, targeting* dan *positioning* yang telah kami lakukan sangatlah berefektivitas baik dan luar biasa bagi koperasi, karena dengan hal itu dapat menambah nilai plus di benak masyarakat dan anggota, dan kami sangat puas dengan perkembangan yang terjadi saat ini, dengan hal itu bisa membuat BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan semakin dikenal oleh masyarakat banyak”.<sup>26</sup>

Dalam prakteknya tabungan simpanan tarbiyah di BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan menggunakan Akad *Mudharabah musytarakah*.. Mengingat bahwa BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan memiliki tujuan untuk memberikan kepuasan terhadap nasabah dengan memberikan kemudahan dan pelayanan terbaik. Dalam pemasaran ini masyarakat merespon baik terhadap produk yang di tawarkan dari kinerja karyawan dalam memasarkan dan melayani setiap anggota. Ibu Sitti Maimunah sebagai anggota menjelaskan mengenai pelayanan di BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan.

“Saya mengenal lembaga BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan sejak awal tahun 2016 karena kebetulan juga lembaga tersebut dekat dengan rumah mertua saya, namun saya mulai menjadi anggota pada tahun 2018, pada saat itu saya tertarik pada saudara saya yang sudah lebih dulu menjadi anggota sebelum saya, saya melihat petugas lembaga tersebut sangat ramah dan bersosialisasi dengan baik kepada masyarakat”.<sup>27</sup>

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan bahwa efektivitas tabungan tarbiyah tersebut sangat efektif dan berguna bagi masyarakat.

Penjelasan dari para informan di atas dapat diketahui bahwa efektivitas tabungan tarbiyah dapat memberi nilai lebih bagi masyarakat dengan melalui sosialisasi langsung serta memberikan pelayanan yang baik, sopan dan ramah terhadap masyarakat, karena jika masyarakat merasa nyaman dengan pelayanan yang kami berikan maka akan tertarik dan juga mengajak keluarga yang lain. Selain bersosialisasi, brosur yang dijadikan bahan dalam memasarkan produk juga diberikan, sekaligus dengan kemajuan teknologi ini, BMT UGT Sidogiri juga memasarkan produk melalui akun media sosial seperti facebook dan whatsapp untuk dijadikan peluang dalam pemasaran sehingga lebih mudah dalam memasarkan produk. Dan untuk pelayanan juga sudah sangat baik dan memuaskan masyarakat.<sup>28</sup>

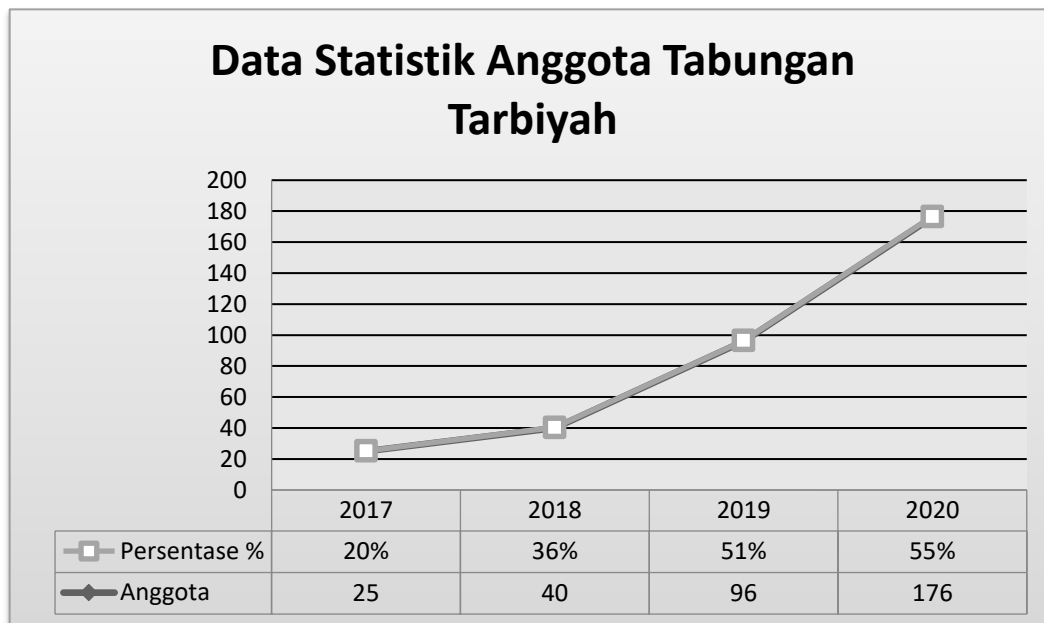
---

<sup>26</sup>Sahiruddin, Accounting Officer BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekaan, Wawancara Langsung, (10 September 2020, 10.30).

<sup>27</sup>Sitti Maimunah, Anggota BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan, Wawancara Langsung, (19 September 2020, Jam 11.05).

<sup>28</sup>Hasil Observasi Langsung, Hari Senin tgl 21 September 2020.

**Tabel 4.1**  
**Perkembangan Anggota Tabungan Tarbiyah BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan**



### C. Temuan Penelitian

Dengan mengumpulkan data melalui wawancara, pengamatan, dan dokumentasi, kemudian memaparkan sesuai dengan yang diperoleh dilapangan, sehingga peneliti menemukan beberapa hal sebagai bentuk temuan peneliti. Beberapa hasil temuan yang dilampirkan dalam bentuk tulisan adalah sebagai berikut:

#### 1. Apa saja implementasi Strategi *Marketing* yang digunakan pada produk Tabungan Tarbiyah di BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan

Dengan mengumpulkan data melalui wawancara, pengamatan, dan dokumentasi, kemudian memaparkan sesuai dengan yang diperoleh dilapangan, sehingga peneliti menemukan beberapa hal sebagai bentuk temuan peneliti. Beberapa hasil temuan yang dilampirkan dalam bentuk tulisan adalah sebagai berikut:

##### a. Strategi pick up

Strategi pick up adalah merupakan salah satu cara BMT untuk memudahkan anggota tabungan tarbiyah baik dalam bentuk penarikan ataupun penyimpanan, hal ini dilakukan supaya tidak mengganggu kegiatan anggota tabungan BMT yang tidak mempunyai kesempatan untuk ke

lembaga kantor BMT yang biasanya proses penyimpanan atau penarikannya lumayan lama karena antrian. Maka pola Pickup lebih tepatnya kepada sebagian dari masyarakat.

#### **b. Strategi Brosur**

Berdasarkan data telah diketahui bahwa strategi brosur yang digunakan oleh BMT sidogiri pegantenan sangat memberi respon pengaruh yang baik kepada lembaga pendidikan dan juga masyarakat atau dengan kata lain, hal tersebut saling menguntungkan baik pada pihak BMT atau masyarakat dimana dengan menyebarkan brosur beserta sosialisasi langsung ke masyarakat mendapat respon yang baik. Sebab hal yang demikian dianggap lebih nyaman, aman dan puas terhadap pelayanan pemberitahuan menggunakan brosur. Semisal bisa di baca, atau dibawa kemanapun.

#### **c. Strategi Internet**

Sesuai dengan kemajuan di era digital saat ini, penggunaan internet lebih dominan yang mengglobalisasi dipikiran masyarakat sebagaimana hasil wawancara diatas dari data dilapangan, menunjukkan bahwa pola strategi internet praktis, mudah, terarah dan lebih ekonomis baik secara tenaga, waktu, dan pikiran. Karena di zaman era globalisasi saat ini kurang pantas kalau hanya mengandalkan cara-cara lama yang mana perkembangan zaman semakin modern maka perkembangan ilmu pengetahuan semakin modern juga. Hal ini penginformasian lebih terarah dan lebih menyeluruh hingga keseluruhan Negara-Negara lainnya.

#### **d. Segmentasi Pasar**

Dalam segmentasi pasar produk Tabungan tarbiyah yaitu dengan cara memilah-milah pasar terlebih dahulu, tidak dibagi dalam satu kelompok saja karena produk ini bisa digunakan bagi siapapun yang membutuhkan baik dari kalangan menengah atas maupun menengah kebawah, baik dari kalangan anak-anak, pelajar, mahasiswa maupun orang tua yang memiliki anak yang sedang menempuh jenjang tarbiyah.

#### **e. Pasar Sasaran**

Untuk pasar sasaran yang digunakan oleh BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan dalam memasarkan produknya yakni tidak hanya fokus pada satu wilayah saja, namun juga beberapa wilayah yang bisa dijangkau maka di daerah tersebut pemasaran juga akan digunakan dan dikembangkan.

#### **f. Posisi Pasar**

Dalam hal penentuan posisi pasar BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan menggunakan label syariah dengan sistem akad-akad sesuai hukum Islam untuk bisa meyakinkan masyarakat.

## **2. Bagaimana efektivitas strategi *marketing* pada produk tabungan tarbiyah di BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan .**

Berdasarkan penelitian yang digunakan efektivitas dari strategi *marketing* yang digunakan oleh BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan mengalami perkembangan, dari bertambahnya anggota tabungan masyarakat yang sudah banyak bergabung menjadi anggota di BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan.

Sesuai pengakuan dari anggota tabungan tarbiyah bahwa pelayanan pihak BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan sangat puas dan memberi kenyamanan kepada masyarakat, terbukti pada saat melakukan pelayanan penyimpanan atau penarikan tabungan setiap tahunnya dengan pelayanan yang ramah, menghargai orang lain, soapan santunnya tidak hanya kepada satu orang saja, melainkan kepada semua orang baik kepada anggota atau yang bukan anggota pihak anggota BMT disana.

Penjelasan dari para informan di atas dapat diketahui bahwa efektivitas tabungan tarbiyah dapat memberi nilai lebih bagi masyarakat dengan melalui sosialisasi langsung serta memberikan pelayanan yang baik, sopan dan ramah terhadap masyarakat, karena jika masyarakat merasa nyaman dengan pelayanan yang kami berikan maka akan tertarik dan juga mengajak keluarga yang lain. Selain bersosialisasi, brosur yang dijadikan bahan dalam memasarkan produk juga diberikan, sekaligus dengan kemajuan teknologi ini, BMT UGT Sidogiri juga memasarkan produk melalui akun media sosial seperti facebook dan whatsapp untuk dijadikan peluang dalam pemasaran sehingga lebih mudah dalam memasarkan produk. Selain itu, nisbah atau bagi hasil yang diberikan

oleh BMT lebih besar dari pada BMT UGT Sidogiri tersebut, yaitu: 75% untuk anggota dan 25% untuk BMT. Berikut tabel presentase efektivitas tabungan tarbiyah:

**Tabel 4.2**  
**Perkembangan Anggota Tabungan Tarbiyah di BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan**



Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa pada produk tabungan tarbiyah di BMT UGT Sidogiri mengalami peningkatan, pada tahun 2017 memiliki 25 anggota, kemudian pada tahun 2018 mulai mengalami peningkatan yaitu sejumlah 40 anggota, selanjutnya pada tahun 2019 mencapai 96 anggota dan tahun 2020 mencapai sejumlah 176 anggota dengan jenis pekerjaan kebanyakan dari mereka adalah pedagang rumahan dan petani yang berkeinginan untuk membiayai pendidikan anaknya. karena memang keberadaan BMT UGT Sidogiri sudah lebih dikenal dengan Bank Islami yang lokasinya di kecamatan pagantenan Pamekasan.

#### **D. Pembahasan**

Pada pembahasan ini, peneliti akan memaparkan hasil penelitian tentang produk Tabungan tarbiyah di BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan.

##### **1. Apa saja strategi *marketing* yang digunakan pada Produk Tabungan Tarbiyah di BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan**

BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan Sumber merupakan salah satu lembaga keuangan yang berdasarkan dengan prinsip syariah, juga tidak terlepas dari persaingan antar lembaga keuangan lainnya dan juga lembaga keuangan yang lebih besar baik yang berdasarkan

prinsip syariah maupun konvensional. Strategi pemasaran tentunya sangat diperlukan oleh lembaga keuangan mikro syariah seperti BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan, dimana lembaga keuangan ini selain mengarah sebagai fungsi sosial, persaingan yang juga terjadi pada lembaga keuangan ini memerlukan strategi dalam memasarkan produk yang ditawarkannya, hal ini juga termasuk bagi produk Tabungan tarbiyah. Produk Tabungan tarbiyah ini merupakan produk yang diperuntukkan bagi mitra untuk membiayai pendidikan anaknya.

Untuk itu BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan perlu melakukan kebijakan dalam pemasarannya agar dapat meningkatkan penjualannya, yakni dengan menggunakan strategi *segmenting* terlebih dahulu. Namun demikian, setiap usaha yang digunakan oleh BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan dalam memasarkan produknya yang bertujuan untuk mempertahankan dan meningkatkan anggota menabung masyarakat dengan apa yang direncanakan merupakan bagian dari strategi pemasaran. Hal yang paling mendasar dan sangat diperlukan dalam strategi pemasaran yaitu bagaimana cara dan upaya untuk masyarakat agar dapat bergabung untuk menjadi anggota dan agar dapat mempertahankan anggotanya ataupun menambah jumlah anggota di tempat lain.

Biaya pendidikan setiap tahunnya selalu meningkat, hal ini yang membuat masyarakat membutuhkan lembaga untuk membantu merencanakan biaya pendidikan. Perkembangan biaya pendidikan tersebut juga berpengaruh kepada jumlah Tabungan dan mitra yang mengikuti produk Tabungan tarbiyah di lembaga BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan. Setiap produk yang diluncurkan di pasar tidak selalu mendapat respon yang positif, untuk itu diperlukan strategi-strategi tertentu agar produk yang ditawarkan dapat memperoleh nilai yang baik untuk masyarakat. Oleh sebab itu diperlukan strategi pemasaran yang tepat untuk meraih kesempatan yang ada dengan sebaik-baiknya. Dalam hal ini BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan dalam proses pemasarannya menetapkan menggunakan tiga elemen, yaitu:

#### **a. Segmenting**

Pada dasarnya segmentasi pasar merupakan suatu strategi yang didasarkan pada falsafah manajemen pemasaran yang berorientasi pada konsumen. Dengan melaksanakan segmentasi pasar, kegiatan pemasaran dapat digunakan lebih terarah, dan sumber daya perusahaan di bidang

pemasaran dapat digunakan secara lebih efektif dan efisien. Tujuan dari segmentasi pasar adalah untuk menghemat usaha-usaha pemasaran dengan menitik beratkan kepada pembeli yang beranggota tinggi untuk membeli. Selain itu segmentasi digunakan untuk menghubungkan antara kebutuhan dengan tindakan.<sup>29</sup>

Berdasarkan penelitian, Segmentasi pasar yaitu membagi pasar menjadi kelompok pembeli yang dibedakan atas dasar kebutuhan, karakteristik, atau tingkah laku yang berbeda yang mungkin membutuhkan produk atau bauran pemasaran. Dalam penelitian ini telah dijelaskan BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan dalam memasarkan produk Tabungan tarbiyah adalah dengan melakukan pemetaan terlebih dahulu, selain itu BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan tidak hanya fokus pada satu kelompok saja karena produk ini dapat dipergunakan oleh masyarakat manapun baik dari kalangan menengah keatas maupun menengah kebawah.

### **1) Segmentasi Geografis**

Segmentasi geografis merupakan pembagian pasar menjadi unit-unit geografis yang berbeda, misalnya dari wilayah, Negara, Negara bagian, propinsi, kota, dan kepulauan. Segmentasi geografis di BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan pada Tabungan tarbiyah lebih menfokuskan pada masyarakat yang berada di wilayah yang berdekatan dengan lembaga yaitu wilayah sekitar kecamatan Pegantenan.

### **2) Segmentasi Demografis**

Segmentasi geografis adalah pasar yang dikelompokkan berdasarkan variabel-variabel pendapatan, jenis kelamin, pendidikan, jumlah penduduk, ukuran keluarga, usia, ras, kewarganegaraan, pekerjaan, agama dan kelas sosial.<sup>30</sup> Segmentasi demografis yang digunakan oleh BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan tidak terbatas, baik dari masyarakat menengah keatas maupun kebawah. Berdasarkan dari segi umur, jenis kelamin, pendapatan, pekerjaan, tarbiyah, pedagang, sekolah dan lain-lain berhak untuk menikmati produk Tabungan tarbiyah dengan setoran yang terjangkau minimal Rp 2500.

---

<sup>29</sup>Hendro, *Dasar Dasar Kewirausahaan*, (Jakarta: Erlangga, 2011), hlm. 384

<sup>30</sup>Suyanto, *Muhammad marketing Strategy* (Yogyakarta: Andi Offset, 2018), hlm. 176.



## **b. Targeting**

*Targeting* (Target Pasar) merupakan sebuah proses pengevaluasian segmentasi dan pemfokusan strategi pemasaran pada sebuah negara, propinsi, atau sekelompok orang yang memiliki potensi untuk memberikan respon. Target pasar dapat juga diartikan sebagai kegiatan yang berisi dan menilai serta memilih satu atau lebih segmen pasar yang akan dimasuki oleh suatu perusahaan.<sup>31</sup>

Dengan demikian, setelah perusahaan menetapkan segmentasi pasar mengenai target pasar yang dituju oleh BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan yaitu tidak hanya menentukan pada satu target pasar saja tapi semua market di masuki selagi masih bisa di jangkau, khususnya kepada keluarga yang memiliki putra-putri yang masih/belum memerlukan tarbiyah. Hal ini untuk memperluas target pasar dan juga untuk menambah anggota menabung masyarakat untuk bergabung di BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan sehingga dapat menambah jumlah anggota yang semakin luas dan meningkat. Namun sejauh ini berdasarkan penelitian, pemasaran produk yang digunakan oleh BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan yaitu bagian sekitar kecamatan Pegantenan.

Berikut contoh target pasarnya:

- 1) **Produk yang Ditawarkan:** Produk Tabungan Tarbiyah
- 2) **Target Lokasi:** Kalangan menengah keatas ataupun menengah kebawah, masyarakat umum, khususnya masyarakat sekitar BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasandan beberapa wilayah lain yang bisa dijangkau.
- 3) **Target Demografi Pelanggan:** Orang tua yang memiliki putra-putri sedang bersekolah, lembaga tarbiyah, seperti SD, PAUD, Madrasah dan lembaga tarbiyah lainnya.

## **c. Positioning**

*Positioning* (penempatan) adalah segala hal yang digunakan untuk dapat membangun rasa kepercayaan, keyakinan, motivasi untuk membeli, persepsi kualitas dan kapuasan rasional serta

---

<sup>31</sup>Freddy Ranguti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis Cet. Kelimabelas*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Umum, 2008), Hlm. 21.

emosional dari para konsumen sehingga mereka tertarik untuk membelinya.<sup>32</sup>Positioning atau penentuan posisi pasar adalah bagaimana perusahaan menanamkan image produk dibenak konsumen.<sup>33</sup>

Dalam hal ini BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan pada produk Tabungan tarbiyah memiliki keunggulan sebagai berikut:

1. Tabungan Tarbiyah memberikan kemudahan bagi anggota dalam mengelola biaya pendidikan anak.
2. Tabungan Tarbiyah sangat efektif, karena setiap tahunnya biaya pendidikan selalu mengalami peningkatan.
3. Dilihat dari kondisi, kebutuhan dana untuk pendidikan memerlukan dana yang tinggi disaat menghadapi tahun ajaran baru, sehingga perencanaan keuangan sangatlah penting.
4. Kebanyakan orang tua yang sudah menyiapkan dana untuk biaya pendidikan anaknya terpakai untuk kebutuhan hidup yang lain. Sehingga dari inilah Tabungan tarbiyah sangat diperlukan.

Selain itu BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan .

#### **a) Meluruskan Kebaikan**

Langkah pertama yang digunakan oleh BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan adalah dengan meluruskan niat untuk menjadi lembaga keuangan yang sehat sesuai dengan syari'at Islam dan mampu melayani anggota dan masyarakat dengan baik sesuai visi BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasanyakni Terwujudnya Masyarakat Sejahtera, Amanah dan Produktif.

#### **b) Sistem Jemput**

Sama seperti koperasi syariah lainnya, BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasandalam pemasarannya juga menggunakan sistem jemput bola yaitu petugas mendatangi masyarakat secara langsung di rumah-rumah ataupun lembaga tarbiyah.

#### **c) Memperluas Jaringan**

---

<sup>32</sup>Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah* cet. 1 (Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia, 2010), hlm. 130.

<sup>33</sup>Widiyono, Mukhaer Pakkanna, *Pengantar Bisnis Respon Terhadap Dinamika Global*, Ed. 2 (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2013), hlm.128.

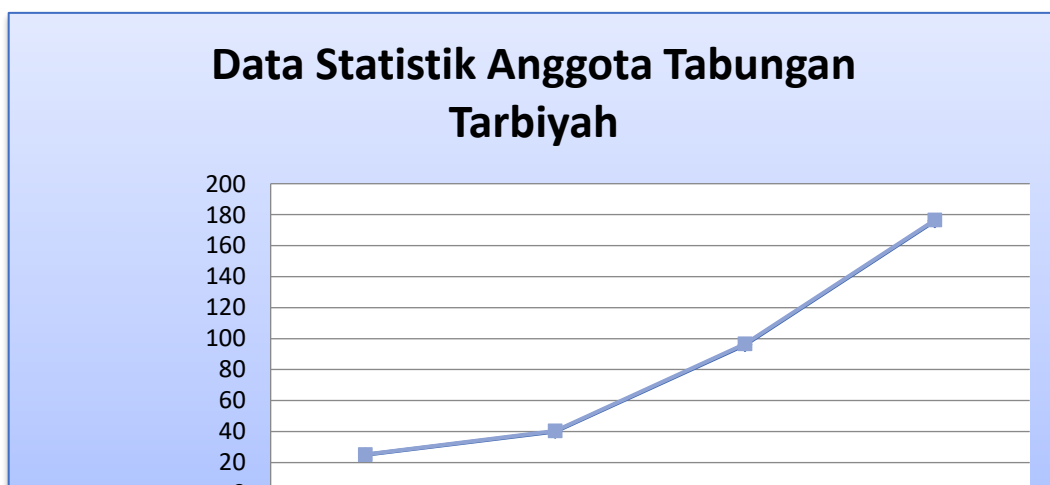
Dalam hal ini BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan memperluas jaringan dengan tidak melakukan di satu target pasar saja namun beberapa wilayah yang masih bisa dijangkau oleh pihak BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan.

## 2. Bagaimana efektivitas strategi *marketing* pada produk tabungan tarbiyah di BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan

Berdasarkan temuan penelitian. Efektivitas dari strategi pemasaran yang digunakan oleh BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan sangat bagus sehingga mengalami perkembangan, terlihat dari bertambahnya jumlah anggota yang menabung di BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan dapat diketahui bahwa efektivitas tabungan tarbiyah dapat memberi nilai lebih bagi masyarakat dengan melalui sosialisasi langsung serta memberikan pelayanan yang baik, sopan dan ramah terhadap masyarakat, karena jika masyarakat merasa nyaman dengan pelayanan yang kami berikan maka akan tertarik dan juga mengajak keluarga yang lain.

Selain bersosialisasi, brosur yang dijadikan bahan dalam memasarkan produk juga diberikan, sekaligus dengan kemajuan teknologi ini, BMT UGT Sidogiri juga memasarkan produk melalui akun media sosial seperti facebook dan whatsapp untuk dijadikan peluang dalam pemasaran sehingga lebih mudah dalam memasarkan produk. Dan untuk pelayanan juga sudah sangat baik dan memuaskan masyarakat Untuk data anggota produk tabungan selama 4 tahun yaitu tahun 2017 sampai dengan 2020 berikut pada Tabel.

Tabel 4.3  
Perkembangan Anggota Pada Tabungan Tarbiyah di BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan



Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa pada produk Tabungan Tarbiyah di BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan mengalami peningkatan, Pada tahun 2017 lembaga ini hanya memiliki 25 anggota dikarenakan masih dua tahun dari berdirinya dan kemudian pada tahun 2018 mulai mengalami peningkatan yaitu sejumlah 40 anggota, selanjutnya pada tahun 2019 mengalami perkembangan dikarenakan masyarakat yang sudah mulai banyak mempercayai lembaga BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan sebagai penghimpun dana sehingga pada tahun 2019 mencapai 96 anggota, dan ditahun 2020 mencapai sejumlah 176 orang yang sudah bergabung menjadi anggota produk Tabungan tarbiyah.

Dengan jenis pekerjaan kebanyakan dari mereka adalah pedagang rumahan dan petani karena memang keberadaan BMT UGT Sidogiri Capem Pegantenan Pamekasan ini terletak di sebuah kecamatan bukan di kota besar seperti surabaya.