

## BAB IV

### PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN, DAN PEMBAHSAN

#### A. Profil KSPPS BMT NU Cabang Galis

##### 1. Sejarah Berdirinya KSPPS BMT NU Cabang Galis

BMT NU (Nuansa Ummat) lahir berangkat dari sebuah keprihatinan pengurus WMC *Nahdatul Ulama* atas kondisi masyarakat sumenep pada umumnya dan masyarakat kecamatan gapura pada khususnya atas semakin maraknya praktik *rentenir* dengan bunga hingga 50% perbulan yang jelas mencekik usaha masyarakat sulit berkembang. Kesejahteraan masyarakat belum adanya peningkatan signifikan padahal *etos* kerja masyarakat cukup tinggi, hal ini sesuai dengan lagu Madura yang berjudul *asapok angin abental ombak* (berselimut angin dan berbantal ombak).

Saat tahun 2003 pengurus MWC NU Gapura waktu itu bertindak menjadi Rois Suriyah KH. Moh. Asy'ari Marzuki dan yang menjadi ketua Tanfidziah. KH. Moh. Ma'ruf, menyampaikan arahan pada lembaga perekonomian waktu itu bertindak selaku ketua lembaga perekonomian yaitu Masyudi dalam aksi nyata untuk meningkatkan perekonomian untuk ummat. Awal dari persetujuan bersama, akhirnya lembaga perekonomian mengagendakan program penguatan ekonomi kerakyatan yang bertujuan untuk kesejahteraan masyarakat yang *mardhatillah*.

Dalam melaksanakan kegiatan tersebut, semua langkah yang telah dikerjakan oleh Lembaga Perekonomian MWC NU Gapura, diawali pelatihan kewirausahaan (08-10 April 2003). Musyawarah bersama para alumni untuk mewujudkan bentuk Penguatan Ekonomi Kerakyatan (13 juli 2003), Temu Usaha (21 november 2003), Lokakarya Tanaman Alternatif selain Tembakau (13 mei

2004) dan Pembentukan Perencanaan Lokakarya BUMNU (Badan Usaha Milik NU).

Dari seluruh kegiatan kerja tersebut yang akhirnya ditemukan bahwa yang menjadi persoalan yang dihadapi oleh masyarakat kecil yaitu lemahnya akses permodalan, lemahnya penguasaan teknologi, dan lemahnya pemasaran selanjutnya peserta lokakarya sepakat bahwa yang perlu pertama kali dikerjakan yaitu penguatan modal bagi usaha kecil yang kurang mendapat akses selama ini, permodalan dan dikuasai oleh para pemodal besar atau praktik *rentenir* yang cenderung mencekik usaha masyarakat.

Pada pertamakalinya semua peserta kegiatan Lokakarya dan pengurus MWC NU Gapura keberatan terhadap anjuran ketua lembaga perekonomian dalam mendirikan BMT. Pengurus keberatan terhadap keputusan tersebut, yang paling mendasar terhadap trauma yang pernah dialami, seringkali di bentuk lembaga keuangan, pada akhirnya uang pengurus MWC dipersalah gunakan. Tepatnya pada tanggal 01 juli 2004 pengurus MWC NU bahu-membahu dengan para peserta lokakarya menyetujui anjuran untuk mendirikan lembaga usaha simapan pinjam berlandaskan syariah yang dinamakan BMT (*Baitul Maal wa Tamwil*).

Semangat dan dorongan oleh pengurus saat itu yang hanya 2 (dua) orang (Bapak Masyudi dan Bapak Darwis) banyak ujian dan memprioritaskan pengorbanan total untuk mengembangkan BMT NU yang dipercaya mampu mengangkat ekonomi usaha kecil. Hal tersebut tidak terlepas dari kondisi masyarakat terhadap lembaga koperasi bayangan perjalanan yang seringkali

berhenti ditengah jalan dan simpanan anggota tidak diketahui nasibnya, justru koperasi yang ujungnya menguntungkan terhadap para pengurusnya saja.<sup>73</sup>

Sebelum KSPPS BMT NU Cabang Galis berdiri pada tanggal 31 Mei 2015 nama awalnya yaitu KJKS (Koperasi Jasa Keuangan Syariah) perubahan nama itu terjadi setelah pihak koperasi melakukan studi banding ke BMT NU pusat untuk melamar, lalu setelah disetujui maka berdirilah BMT NU Cabang Galis yang berada di desa Ponteh dengan melalui beberapa proses sebelumnya. Maka tepat pada tanggal 31 Mei 2015 diresmikan sebuah cabang dari BMT NU Gapura yang diberi nama KSPPS BMT NU Cabang Galis dan mulai beroperasi pada tanggal 02 Juni 2015, dengan alamat kantor di Jalan Raya Ponteh Kecamatan Galis Kabupaten Pamekasan Kode Pos 69382, HP. 085231908248.

## **2. Badan Hukum KSPPS BMT NU Cabang Galis**

Pada sisi legalitas, koperasi syariah belum tercantum dalam UU No 25/1992 mengenai Perkoperasian. Untuk sementara, kehadiran koperasi syariah saat ini didasarkan pada Keputusan Menteri (Kepmen) Koperasi dan UKM Republik Indonesia No 91/Kep/M.KUKM/IX/2004 tanggal 10 September 2004 tentang Petunjuk Pelaksanaan Kegiatan Usaha Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS). Kemudian, selanjutnya diterbitkan instrument pedoman standar operasional manajemen KJKS/UJKS Koperasi, pedoman penilaian kesehatan KJKS/UJKS koperasi, dan pedoman pengawasan KJKS/ UJKS koperasi.

Lembaga koperasi pendiriannya cukup sederhana, yaitu bisa dengan minimal 20 orang yang membuat kesepakatan *aktenotaries*, setelah didaftarkan di

---

<sup>73</sup><https://bmtnujatim.com/> diakses pada tanggal 26 April 2021.

Kanwil (Kantor Wilayah) Departemen koperasi setempat untuk mendapatkan pengesahannya.

KSPPS BMT NU yang tidak menggunkan biaya administrasi pembiayaan dan denda keterlambatan angsuran atau pembiayaan pelunasan perlu dipertahankan, karena biaya penerapan administrasi tidak dibolehkan oleh sebagian ulama dan denda pembiayaan dilarang berdasarkan *ijma'* para *ulama'*, lembaga keuangan syariah walaupun sebagian ada yang menerapkannya dengan paradigma berfikir dan pertimbangan yang berbeda, KSPPS BMT NU namun harus menjalankan keputusan hukum yang ditetapkan oleh Dewan Syariah KSPPS BMT NU.

KSPPS BMT NU diwajibkan zakat yang masih terjadi perbedaan pendapat dikalangan ulama. Untuk itu, KSPPS BMT NU memilih pendapat ulama yang tidak mewajibkan zakat, karena laba KSPPS BMT NU telah dialokasikan kepada fakir miskin, anak yatim piatu dan anggota yang terkena musibah sebesar 10 % serta dialokasikan untuk membantu perjuangan *Nahdlatul Ulama* sebesar 10 %.

KSPPS BMT NU Tidak menggunakan falsafah bunga dalam segala aktifitasnya, produk yang dikembangkan sehingga lebih pada sistem jual-beli dan kemitraan bagi hasil, sehingga terhindar dari praktik riba yang diharamkan oleh Allah SWT.<sup>74</sup>

---

<sup>74</sup> Ibid.

### **3. Visi dan Misi KSPPS BMT NU Cabang Galis**

#### **a. Visi**

Terlaksanakannya BMT NU yang jujur, profesional, dan amanah sehingga baik dalam layanan, utamanya dalam kinerja menuju terbentuknya 100 kantor cabang pada tahun 2026 untuk kemandirian dan kesejahteraan terhadap anggota.

#### **b. Misi**

- 1) Menciptakan prima dalam layanan, bina usaha dan solusi terhadap anggota sebagai pilihan utama.
- 2) Mengembangkan dan menjalankan nilai-nilai syariah secara murni dan bertanggung jawab sehingga menjadi tumpuan tata kelola usaha yang amanah dan profesional.
- 3) Melaksanakan pertumbuhan dan laba yang berkesinambungan menuju berdirinya 100 kantor cabang pada tahun 2026.
- 4) Memprioritaskan dalam penghimpunan dana atas dasar ta'awun dan pembiayaan pada penyaluran segment UMKM baik secara perseorangan maupun berbasis kelompok.
- 5) Menciptakan penghimpunan dan menyalurkan zakat, infaq, shodaqah dan wakaf.
- 6) Mempersiapkan dan pengembangan SDI yang unggul, profesional dan memiliki integritas tinggi.
- 7) Meningkatkan lingkungan kerja dan budaya yang ramah serta sehat dan manajemen yang sesuai prinsip kehati-hatian.

- 8) Mewujudkan situasi yang terbaik bagi SDI sebagai wadaah kebanggaan dalam melayani dengan ikhlas dan mengabdikan tanpa batas sebagai perwujudan ibadah.
- 9) Mengembangkan tanggung jawab kepada lingkungan, kepedulian, dan kelompok.<sup>75</sup>

#### **4. Struktur Organisasi BMT NU Cabang Galis**

Struktur organisasi merupakan suatu tingkatan urutan dalam pendelegasian otoritas yang ada dalam organisasi. Struktur organisasi seluruhnya diperlukan untuk mendapatkan hasil yang optimal dengan adanya struktur organisasi akan memperlancar tugas pendelegasian otoritas pada seluruh bagian dalam perusahaan atau lembaga.

Struktur organisasi yang ada dalam KSPPS BMT NU Cabang Galis sebagai berikut:

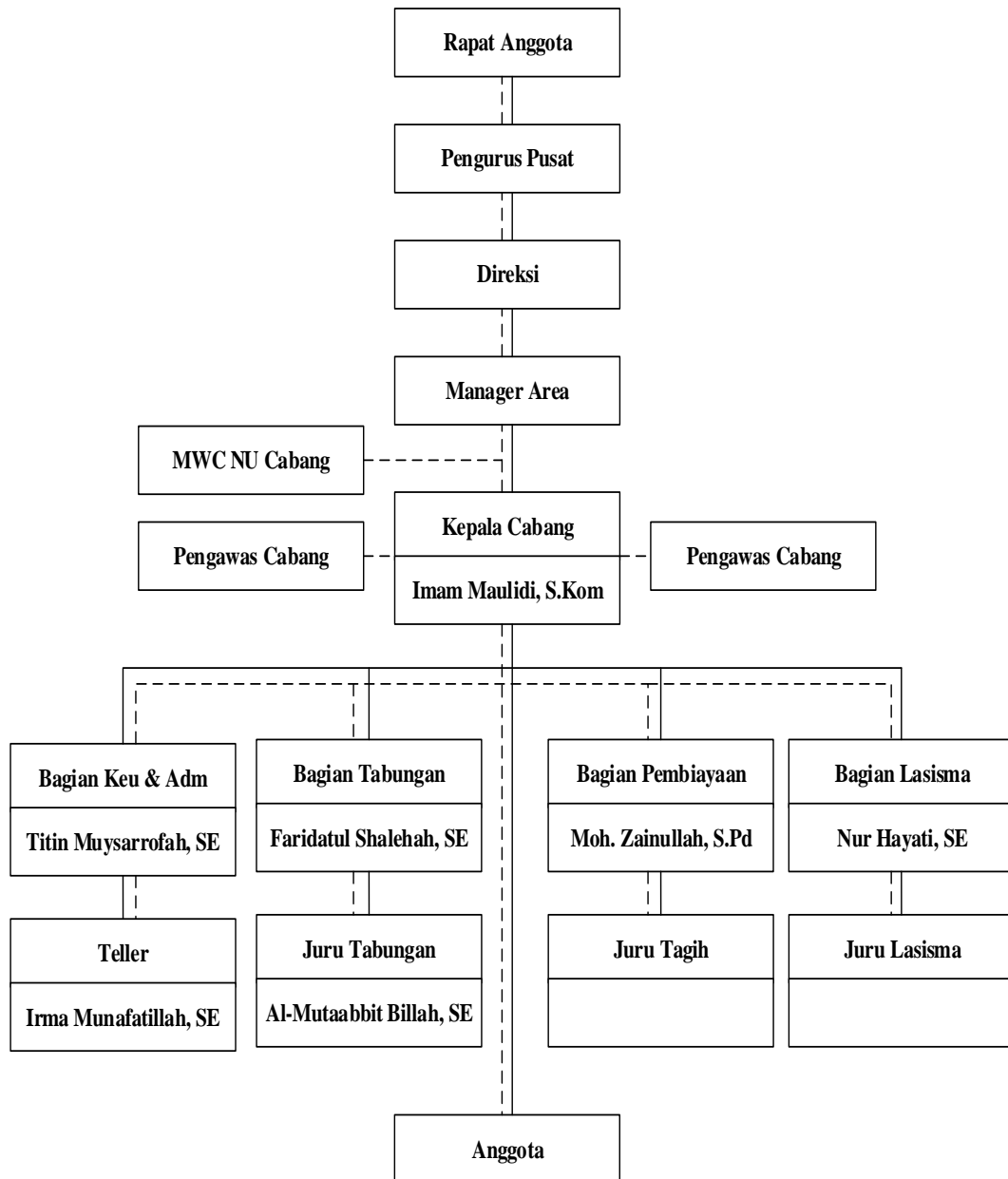
- |                                     |                           |
|-------------------------------------|---------------------------|
| a) Kepala Cabang                    | : Imam Maulidi, S. Kom    |
| b) Bagian keuangan dan administrasi | : Titin Muysarrofah, SE   |
| c) Teller                           | : Irma Munafatilah, SE    |
| d) Bagian tabungan                  | : Faridatul Shalehah, SE  |
| e) Juru tabungan                    | : Al-Mutaabbit Billah, SE |
| f) Bagian pembiayaan                | : Moh. Zainullah, S. Pd   |
| g) Bagian lasisma                   | : Nur Hayati, SE          |

---

<sup>75</sup> Ibid.

**Gambar 4.1**

**Struktur Organisasi KSPPS BMT NU Cabang Galis**



Sumber : Dokumentasi pengurus KSPPS BMT NU Cabang Galis

Keterangan

Garis Intruksi : .....

Garis koordinasi : \_\_\_\_\_

## 5. Produk Tabungan SIBERKAH (simpanan berjangka *mudharabah*)

KSPPS BMT NU Cabang Galis memiliki produk simpanan, setiap masyarakat yang ingin menabung harus sudah terdaftar menjadi anggota BMT NU dengan cara mengisi formulir pendaftaran dan menyerahkan tanda pengenal, baik itu berupa KTP, KK, Kartanu, dan sebagainya, mengisi form aplikasi atau registrasi di kantor cabang atau secara online melalui aplikasi BMT NU keren serta uang untuk saldo awal tabungan dan biaya administrasi pembukaan tabungan, membayar biaya administrasi pembukaan tabungan Rp. 5.000 (simpanan non SIAGA) dan Rp. 10.000 (simpanan SIAGA).

Karakteristik dan ketentuan umum:

- a) SIBERKAH merupakan tabungan yang hanya dapat ditarik dalam jangka waktu minimal 12 bulan (1 tahun).
- b) Jumlah setoran awal dan setoran berikutnya minimal Rp.500.000.
- c) Nisbah bagi hasil (per bulan) 65% .
- d) Biaya pembukaan rekening Rp.5.000.<sup>76</sup>

### B. Paparan Data

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti yang didapatkan dilapangan baik dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi, maka dapat dipaparkan sebagai berikut:

#### 1. Bagaimana implementasi strategi promosi dalam pemasaran produk simpanan berjangka *mudharabah* di BMT NU Cabang Galis.

Peneliti melakukan penelitian dengan menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk mendapatkan data strategi promosi dalam

---

<sup>76</sup> Ibid.



pemasaran produk SIBERKAH (simpanan berjangka *mudharabah*). Tujuan dari peneliti untuk mengetahui bagaimana implementasi strategi promosi dalam pemasaran produk SIBERKAH (simpanan berjangka *mudharabah*) di BMT NU Cabang Galis.

Berdasarkan data yang didapat dari hasil wawancara di lapangan berikut paparan penjelasan dari Bapak Imam Maulidi selaku kepala Cabang BMT NU Cabang Galis mengenai produk simpanan berjangka *mudharabah*.

“Produk SIBERKAH (simpanan berjangka *mudharabah*) ada di BMT NU Cabang Galis tepatnya pada saat BMT NU Cabang Galis didirikan yaitu pada tanggal 31 Mei 2015 yang menjadi keunggulan dari produk SIBERKAH ini pada bagi hasilnya yang besar yakni dengan bagi hasil 65% bagi anggota dan 35% bagi pihak BMT NU Cabang Galis dengan setoran awal minimal Rp. 500,000 dengan jangka waktu minimal 1 (satu) tahun baru anggota bisa mendapatkan bagi hasilnya dari uang yang telah disimpan di BMT NU Cabang Galis.”<sup>77</sup>

Dari hasil wawancara tersebut peneliti dapat memberi kesimpulan bahwa dalam produk SIBERKAH (simpanan berjangka *mudharabah*) mempunyai keunggulan pada bagi hasilnya yang besar dan ada ketentuan jangka waktunya.

Berdasarkan hasil wawancara di lapangan dengan Ibu Faridatul Shalehah selaku bagian tabungan yang mempromosikan produk SIBERKAH (simpanan berjangka *mudharabah*) menjelaskan bagaimana implementasi strategi promosi dalam pemasaran untuk produk simpanan berjangka *mudharabah* di BMT NU Cabang Galis.

“Kalau produk SIBERKAH (simpanan berjangka *mudharabah*) dalam mempromosikan produk tersebut biasanya saya lebih fokuskan kepada orang yang memiliki uang numun uangnya itu di endapkan seperti orang yang baru mendapat arisan kadang orang yang baru mendapatkan uang dari arisan untuk pemakaian uangnya masih belum tau mau di kemanakan jadi saya ambil kesempatan di situ untuk menawarkan produk SIBERKAH agar uang tersebut ditaruh di BMT NU Cabang Galis dan mendapatkan bagi

---

<sup>77</sup> Wawancara dengan Bapak Imam Maulidi tanggal 16 April 2021 di Kantor BMT NU Cabang Galis

hasilnya juga oleh sebab itu kita harus menjelaskan lebih detail bahwa produk SIBERKAH itu seperti ini cuma kan kita sebelum menjelaskan produk harus pendekatan langsung kepada orang tersebut agar orang tersebut mau dan minat untuk menabung di BMT."<sup>78</sup>

Dari hasil wawancara tersebut peneliti dapat memberi kesimpulan bahwa dalam mempromosikan produk SIBERKAH, karyawan pada bagian tabungan BMT NU Cabang Galis memilih untuk menawarkan produknya kepada masyarakat yang baru mendapatkan uang dan belum tahu uangnya mau dikemakan.

Hal yang sama juga disampaikan oleh Bapak Imam Maulidi selaku kepala cabang di BMT NU Cabang Galis dalam wawancara mengenai strategi promosi dalam pemasaran produk simpanan berjangka *mudharabah* di BMT NU Cabang Galis.

“Dalam mempromosikan produk SIBERKAH kami lebih memfokuskan kepada masyarakat yang tidak memiliki usaha seperti pegawai yang uangnya tidak digunakan dalam jangka pendek karena orang yang memiliki usaha atau bisnis tidak akan menaruh uangnya di BMT NU para pengusaha tersebut akan menginvestasikan uangnya ke bisnisnya jadi dalam mempromosikan produk SIBERKAH kami lebih memfokuskan kepada masyarakat yang tidak mempunyai usaha dan uangnya tidak dibutuhkan dalam jangka pendek.”<sup>79</sup>

Dari hasil wawancara tersebut peneliti dapat menyimpulkan bahwa dalam mempromosikan produk SIBERKAH lebih memfokuskan kepada masyarakat yang tidak memiliki usaha atau bisnis.

Berdasarkan hasil wawancara dengan karyawan di BMT NU Cabang Galis dengan Ibu Faridatul Shalehah selaku bagian tabungan yang mempromosikan produk SIBERKAH (simpanan berjangka *mudharabah*) menjelaskan mengenai strategi promosi dalam pemasaran produk simpanan berjangka *mudharabah*.

---

<sup>78</sup> Wawancara dengan Ibu Faridatul Shalehah tanggal 16 April 2021 di Kantor BMT NU Cabang Galis.

<sup>79</sup> Wawancara dengan Bapak Imam Maulidi tanggal 16 April 2021 di Kantor BMT NU Cabang Galis.

“Dalam mempromosikan produk SIBERKAH kita melihat dulu geografis dari masyarakat tersebut se umpamanya mereka juga ingin membutuhkan produk tabungan seperti SIBERKAH ini maka kita hadir untuk apa yang diinginkan oleh masyarakat soalnya tidak semua masyarakat itu memahami produk SIBERKAH karena produk ini bukan seperti produk seperti biasanya karena memiliki jangka waktu dan ada setoran minimumnya yang terpenting dalam mempromosikan produk ini harus melalui dengan pendekatan emosional kita harus mengetahui bagaimana ekonominya itu sendiri dan kebutuhannya hal seperti itu yang lebih saya fokuskan kepada masyarakat.”<sup>80</sup>

Dari hasil wawancara tersebut peneliti dapat menyimpulkan bahwa dalam mempromosikan produk simpanan berjangka *mudharabah* melihat apa yang dibutuhkan oleh masyarakat dengan menggunakan pendekatan emosional dan faktor ekonominya.

Adapun tambahan penjelasan dari Ibu Faridatul Shalehah dalam wawancara mengenai metode promosi yang digunakan dalam strategi promosi produk SIBERKAH (simpanan berjangka *mudharabah*) di BMT NU Cabang Galis.

“Untuk alat promosi yang digunakan di BMT NU yaitu, periklanan, promosi penjualan, penjualan pribadi, dan publisitas dari empat (4) alat promosi yang digunakan yang paling sering dan efektif dalam mempromosikan produk SIBERKAH yaitu alat promosi penjualan pribadi karena mengkomunikasikan secara pribadi mengenai produk SIBERKAH kepada masyarakat yang menjadi sasaran oleh kami untuk menjadi bagian dari nasabah BMT NU Cabang Galis untuk tiga (3) alat promosi lainnya tersebut hanya membantu dalam memperkenalkan produk metode yang sering dilakukan di BMT NU dalam mempromosikan produk SIBERKAH yang banyak digunakan yaitu penjualan pribadi.”<sup>81</sup>

Dari hasil wawancara tersebut peneliti dapat menyimpulkan bahwa dalam metode promosi yang dilakukan oleh BMT NU Cabang Galis dalam mempromosikan produk SIBERKAH menggunakan alat promosi periklanan, promosi penjualan, penjualan pribadi, dan publisitas.

---

<sup>80</sup> Wawancara dengan Ibu Faridatul Shalehah tanggal 16 April 2021 di Kantor BMT NU Cabang Galis.

<sup>81</sup> Ibid

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Maria Ulfah selaku anggota BMT NU Cabang Galis pada produk SIBERKAH (simpanan berjangka *mudharabah*) mengungkapkan mengenai produk SIBERKAH.

“Saya sudah menjadi anggota di BMT NU Cabang Galis pada produk SIBERKAH (simpanan berjangka *mudharabah*) sejak tahun 2017 saya mengetahui produk SIBERKAH ini melalui brosur yang diberikan oleh karyawan BMT saya tertarik untuk menjadi anggota pada produk SIBERKAH karena bagi hasilnya yang besar serta menggunakan bagi hasil dalam membagikan keuntungannya bukan seperti bank konvensional yang menerapkan bunga.”<sup>82</sup>

Dari hasil wawancara tersebut peneliti dapat menyimpulkan bahwa anggota tertarik menggunakan produk SIBERKAH (simpanan berjangka *mudharabah*) karena bagi hasilnya yang besar dan tidak menerapkan bunga.

Berdasarkan hasil observasi peneliti mengamati terhadap karyawan pada bagian tabungan yang mempromosikan produk SIBERKAH (simpanan berjangka *mudharabah*) yang membagikan brosur yang didalamnya ada produk SIBERKAH (simpanan berjangka *mudharabah*) brosur tersebut dibagikan kepada masyarakat yang datang ke lokasi BMT NU Cabang Galis dan juga dibagikan kepada masyarakat yang berada di sekitar lokasi terdekat BMT NU Cabang Galis, karyawan yang membagikan brosur tersebut juga menjelaskan mengenai produk SIBERKAH (simpanan berjangka *mudharabah*) yang ada dalam brosur tersebut.<sup>83</sup>

## **2. Faktor-faktor apa saja yang menghambat dalam promosi produk simpanan berjangka *mudharabah* di BMT NU Cabang Galis.**

Dalam melakukan kegiatan penelitian peneliti menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk mendapatkan data mengenai faktor yang menghambat dalam promosi produk simpanan berjangka *mudharabah*, tujuan

---

<sup>82</sup> Wawancara dengan Ibu Maria Ulfah tanggal 03 Juni 2021 di Desa Panaguan Kecamatan Larangan.

<sup>83</sup> Hasil observasi tanggal 03 Juni 2021 di BMT NU Cabang Galis.

peneliti yaitu untuk mengetahui apa saja yang menjadi kendala dalam promosi produk simpanan berjangka *mudharabah* di BMT NU Cabang Galis.

Berdasarkan hasil dari wawancara di lapangan dengan Ibu Faridatul Shalehah selaku karyawan bagian tabungan yang mempromosikan produk SIBERKAH (simpanan berjangka *mudharabah*) untuk mengetahui apa yang menjadi hambatan atau kendala dalam promosi produk simpanan berjangka *mudharabah*.

“Kalau kendala yang dihadapi dalam mempromosikan produk SIBERKAH yaitu kan banyak orang yang masih belum memahami produk SIBERKAH kita harus lebih menggunakan bahasa sehari-hari agar mereka itu tau bagaimana produknya sehingga nanti apabila masyarakat sudah mengetahui akad yang digunakan dalam produk SIBERKAH dan sudah dimengerti maka orang tersebut akan mengenal dan tahu pada produk tersebut ini salah satu kendala kita dalam mempromosikan kepada masyarakat mengenai produk SIBERKAH.”<sup>84</sup>

Dari hasil wawancara tersebut peneliti dapat menyimpulkan bahwa kendala yang dihadapi dalam melakukan promosi produk SIBERKAH kepada masyarakat yaitu butuh penjelasan yang rinci untuk memahami produk simpanan berjangka *mudharabah*.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada karyawan BMT NU Cabang Galis dengan Ibu Faridatul Shalehah yang mempromosikan produk SIBERKAH (simpanan berjangka *mudharabah*) mengenai kendala yang dihadapi dalam mempromosikan produk SIBERKAH (simpanan berjangka *mudharabah*) di BMT NU Cabang Galis.

“Faktor yang menjadi penghambat dalam mempromosikan produk SIBERKAH yakni banyaknya kompetitor atau pesaing yang berada di sekitar lokasi BMT NU Cabang Galis seperti BMT UGT Sidogiri Cabang Larangan, Bank BRI Cabang Galis, Bank Jatim Cabang Galis, dll terkadang kebanyakan masyarakat lebih tergiur kepada bunga yang besar yang

---

<sup>84</sup> Wawancara dengan Ibu Faridatul Shalehah tanggal 16 April 2021 di Kantor BMT NU Cabang Galis.

ditawarkan oleh kompetitor tersebut dibandingkan dengan metode bagi hasil yang ditawarkan oleh pihak BMT NU Cabang Galis hal ini yang menjadi penghambat dan tantangan dalam mempromosikan produk simpanan berjangka *mudharabah*”<sup>85</sup>

Dari hasil wawancara tersebut peneliti dapat menyimpulkan bahwa yang menjadi hambatan dalam mempromosikan produk SIBERKAH yaitu banyaknya pesaing atau kompetitor di sekitar lokasi BMT NU Cabang Galis.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan Ibu Muhayanah sebagai anggota pada produk SIBERKAH (simpanan berjangka *mudharabah*) di BMT NU Cabang Galis mengungkapkan saran dan masukan mengenai produk SIBERKAH.

“Untuk produk SIBERKAH ini selaku anggota yang saya rasakan ada beberapa hal yang harus ada tambahan lebih banyak macam dalam penyeteroran nominal awal agar masyarakat yang memiliki uang yang ingin menggunakan pada produk SIBERKAH tetapi uangnya tidak mencapai nominal yang sudah di tentukan mungkin ada opsi lain agar juga bisa ikut menabung pada produk SIBERKAH dengan nominal yang banyak pilihannya dan jangka waktu penarikannya atau bagi hasilnya harus ada tambahan pilihan macam penarikan juga mungkin tidak harus satu tahun bisa lebih atau kurang agar masyarakat bisa memilih apa yang ia butuhkan.”<sup>86</sup>

Dari hasil hasil wawancara tersebut peneliti dapat menyimpulkan bahwa yang menjadi hambatan atau kendala pada produk SIBERKAH (simpanan berjangka *mudharabah*) kurangnya inovasi produk.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Mas’udah Hamid selaku anggota pada produk SIBERKAH (simpanan berjangka *mudharabah*) mengungkapkan beberapa kekurangan pada produk SIBERKAH.

“Yang menjadi kekurangan pada produk SIBERKAH ini menurut saya terletak pada bagian jangka waktunya yang sangat lama untuk bisa dinikmati bagi hasil yang diberikan kepada anggota BMT NU harus ditambah pilihan dalam jangka waktunya agar anggota yang keberatan

---

<sup>85</sup> Ibid.

<sup>86</sup> Wawancara dengan Ibu Muhayanah tanggal 18 April 2021 di Desa Ponteh Kecamatan Galis.

dengan jangka waktu yang lama bisa memilih jangka waktu yang lebih singkat sesuai apa yang menjadi keinginan anggota pada produk SIBERKAH ini .<sup>87</sup>

Dari hasil wawancara tersebut peneliti dapat menyimpulkan bahwa yang menjadi kekurangan pada produk SIBERKAH (simpanan berjangka *mudharabah*) terletak pada jangka waktunya.

### **C. Temuan Penelitian**

Berdasarkan data temuan yang diperoleh dalam penelitian lapangan dengan menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi, peneliti memperoleh beberapa temuan-temuan penelitian yang dapat ditampilkan adalah sebagai berikut:

1. Sasaran promosi dalam mempromosikan produk SIBERKAH (simpanan berjangka *mudharabah*) dari kalangan masyarakat tertentu yang uangnya tidak digunakan dalam jangka pendek.
2. Alat promosi yang digunakan oleh BMT NU Cabang Galis pada produk SIBERKAH (simpanan berjangka *mudharabah*) menggunakan periklanan.
3. Alat promosi yang digunakan oleh BMT NU Cabang Galis pada produk SIBERKAH (simpanan berjangka *mudharabah*) menggunakan promosi penjualan.
4. Alat promosi yang digunakan oleh BMT NU Cabang Galis pada produk SIBERKAH (simpanan berjangka *mudharabah*) menggunakan penjualan pribadi.
5. Alat promosi yang digunakan oleh BMT NU Cabang Galis pada produk SIBERKAH (simpanan berjangka *mudharabah*) menggunakan publisitas.

---

<sup>87</sup> Wawancara dengan Ibu Mas'udah Hamid tanggal 03 Juni 2021 di Desa Polagan Kecamatan Galis.

6. Masyarakat lebih tertarik menyimpan uangnya ke Bank konvensional yang menerapkan bunga.
7. Masyarakat masih banyak yang belum mengetahui keberadaan produk SIBERKAH (simpanan berjangka *mudharabah*) yang ada di BMT NU Cabang Galis.
8. Adanya kompetitor menjadi kendala dalam mempromosikan produk SIBERKAH (simpanan berjangka *mudharabah*).
9. Pada produk SIBERKAH (simpanan berjangka *mudharabah*) tidak bervariasi dalam nominal dan penarikannya.

#### **D. Pembahasan**

Berdasarkan Hasil temuan peneliti dalam penelitian yang di peroleh dari observasi, wawancara, dan dokumentasi di lapangan, temuan penelitian tersebut akan di bahas secara rinci dengan memaparkan strategi promosi dan faktor penghambat dalam mempromosikan produk SIBERKAH (simpanan berjangka *mudharabah*) di BMT NU Cabang Galis.

##### **1. Bagaimana implementasi strategi promosi dalam pemasaran produk simpanan berjangka *mudharabah* di BMT NU Cabang Galis.**

Promosi merupakan bagian hal terpenting dalam pemasaran, peran promosi untuk berkomunikasi dan mempengaruhi calon anggota agar dapat menerima produk-produk yang telah dihasilkan Oleh BMT NU Cabang Galis. Produk SIBERKAH (simpanan berjangka *mudharabah*) ada di lembaga keuangan BMT NU Cabang Galis sejak didirikannya pada tanggal 31 Mei 2015, lalu produk tersebut dapat dinikmati oleh masyarakat yang mulai beroperasi pada tanggal 02 Juni 2015 di BMT NU Cabang Galis. Keunggulan dari produk SIBERKAH



(simpanan berjangka *mudharabah*) terletak dari bagi hasilnya yang besar yaitu 65% bagi anggota dan 35% bagi BMT NU dan akad yang digunakan adalah *mudharabah muthlaqoh* akad perjanjian antara dua pihak yaitu *shahibul maal* dan *mudharib*, yang mana *shahibul maal* menyerahkan sepenuhnya atas dana yang diinvestasikan kepada *mudharib* untuk mengelola usahanya sesuai dengan prinsip syariah, hal tersebut yang menjadikan keunggulan dari produk SIBERKAH (simpanan berjangka *mudharabah*), dengan demikian anggota dapat merasakan kebutuhan dan manfaat yang diinginkan terhadap produk yang dipilihnya. Dalam hal ini produk yang ditawarkan oleh BMT NU Cabang Galis yaitu SIBERKAH (simpanan berjangka *mudharabah*) dalam mempromosikan produknya pihak BMT NU Cabang Galis lebih fokus kepada masyarakat yang memiliki uang tetapi uang tersebut tidak digunakan dalam jangka pendek.

Promosi yang dilakukan oleh BMT NU cabang Galis dalam mempromosikan produk SIBERKAH (simpanan berjangka *mudharabah*) menggunakan empat macam strategi promosi yaitu, periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), penjualan pribadi (*personal selling*), dan publisitas (*publicity*).

a) Periklanan

Strategi promosi yang dilakukan oleh BMT NU Cabang Galis untuk mempromosikan produk SIBERKAH (simpanan berjangka *mudharabah*) menggunakan periklanan, dalam mempromosikan produknya kepada masyarakat, media iklan yang dipakai oleh BMT NU Cabang Galis dalam mempromosikan produk SIBERKAH (simpanan berjangka *mudharabah*) berupa penyebaran lewat brosur, masyarakat dapat mengetahui informasi produk tersebut lewat brosur yang

dibagikan. Brosur merupakan media yang digunakan oleh BMT NU Cabang Galis dalam mempromosikan produk SIBERKAH (simpanan berjangka *mudharabah*), media brosur dibagikan terhadap setiap anggota yang datang ke kantor dan juga kepada masyarakat yang ada disekitar BMT NU Cabang Galis, karyawan BMT NU Cabang Galis yang bertugas melakukan penyebaran brosur yaitu karyawan yang bertugas pada bagian tabungan, sembari melakukan penyebaran brosur karyawan tersebut juga menjelaskan mengenai informasi yang ada pada produk SIBERKAH (simpana berjangka *mudharabah*). BMT NU Cabang Galis menampilkan bentuk brosur semenarik mungkin yaitu dengan susunan layout brosur dengan tata warna, *design*, kata-kata, dan grafis yang menarik agar menimbulkan kesan eksklusif sehingga anggota dan masyarakat tertarik untuk membacanya. Dengan demikian, masyarakat dapat mengetahui produk tersebut berdasarkan informasi yang di dapat dari brosur. Dalam menggunakan alat promosi periklanan yang digunakan oleh BMT NU Cabang Galis, hanya menggunakan satu media, yaitu hanya media brosur dalam menjalankan stretegi promosi periklanan pada produk SIBERKAH (simpanan berjangka *mudharabah*), jangkauan BMT NU Cabang Galis dalam pembagian brosur tersebut hanya dilakukan di kantor dan disekitar lokasi BMT NU Cabang Galis dalam penerapan strategi promosi periklanan yang dilakukan oleh BMT NU Cabang Galis.

#### b) Promosi Penjualan

Promosi penjualan yang dilakukan oleh BMT NU Cabang Galis dalam mempromosikan produk SIBERKAH (simpanan berjangka *mudharabah*) menggunakan strategi jemput bola dalam menjalankan promosi penjualannya, strategi jemput bola yang dilakaukan BMT NU Cabang Galis yaitu seorang

karyawan atau bagian tabungan pada BMT NU cabang Galis mendatangi anggota pada produk SIBERKAH (simpanan berjangka *mudharabah*) yang hendak melakukan transaksi menabung, hal tersebut merupakan pelayanan prima yang diberikan oleh BMT NU Cabang Galis dalam menjalankan promosi penjualan yang diterapkan pada produk SIBERKAH (simpanan berjangka *mudharabah*), strategi jemput bola tersebut dapat memudahkan anggota dalam melakukan transaksi seperti menyimpan uangnya, dengan adanya kemudahan tersebut anggota akan lebih puas dan loyal terhadap BMT NU Cabang Galis, adanya hal baik yang dilandasi kepercayaan kepuasan layanan bagi anggota maka situasi perkembangan pasar tidak akan menjadi permasalahan bagi BMT NU Cabang Galis dalam mempromosikan produknya.

#### c) Penjualan Pribadi

Strategi promosi yang dilakukan oleh BMT NU Cabang Galis dalam mempromosikan produk SIBERKAH (simpanan berjangka *mudharabah*) menggunakan alat promosi penjualan pribadi, dengan menggunakan metode penjualan pribadi yang diterapkan oleh BMT NU Cabang Galis dalam mempromosikan produk SIBERKAH (simpanan berjangka *mudharabah*) dilakukan dengan cara berkomunikasi langsung terhadap masyarakat atau dengan cara tatap muka antara karyawan BMT NU Cabang Galis pada bagian tabungan dengan calon anggota untuk menawarkan suatu produk untuk memberikan pemahaman kepada calon anggota sehingga kemudian akan menggunakan produk yang diperkenalkan tersebut, penerapan promosi penjualan pribadi yang dilakukan oleh bagian tabungan mendatangi secara langsung calon anggota yang kemungkinan akan menaruh uangnya ke BMT NU Cabang Galis pada Produk

SIBERKAH (simpanan berjangka *mudharabah*) dengan beberapa analisis yang dilakukan terlebih dahulu yaitu masyarakat yang memiliki uang tapi uang tersebut tidak dibutuhkan dalam jangka pendek, hal yang paling sering di datangi oleh karyawan pada bagian tabungan BMT NU Cabang Galis dalam mempromosikan produknya, yakni masyarakat yang baru mendapatkan arisan, pegawai yang baru mendapatkan gaji, dan masyarakat yang telah bergabung menjadi anggota pada produk tabungan lainnya di BMT NU Cabang Galis, metode penjualan pribadi yang diterapkan oleh BMT NU Cabang Galis efektif dan efisien dalam menjalankan strategi promosi untuk mengetahui keinginan, motif, dan perilaku masyarakat dalam meningkatkan jumlah anggota pada produk SIBERKAH (simpanan berjangka *mudharabah*) di BMT NU Cabang Galis. Dalam menggunakan alat promosi penjualan pribadi yang digunakan oleh BMT NU Cabang Galis tertuju langsung kepada masyarakat yang telah menjadi target untuk penjualan pada produk SIBERKAH (simpanan berjangka *mudharabah*) strategi promosi penjualan pribadi tersebut efektif dalam mencari anggota baru yang dilakukan oleh BMT NU Cabang Galis.

#### d) Publisitas

Strategi promosi yang digunakan oleh BMT NU Cabang Galis dalam mempromosikan produk tabungan SIBERKAH (simpanan berjangka *mudharabah*) menggunakan alat promosi publisitas, alat promosi publisitas merupakan metode yang digunakan oleh BMT NU Cabang Galis untuk memperkenalkan produknya ke khalayak umum, untuk membuat masyarakat tahu mengenai kegunaan dan manfaat pada produk SIBERKAH (simpanan berjangka *mudharabah*), promosi publisitas digunakan oleh BMT NU Cabang Galis dalam mempromosikan produknya, untuk

media promosi publisitas menggunakan media intrnet yaitu website untuk mengkomunikasikan informasi kepada masyarakat umum, alat promosi publisitas dengan menggunakan media website yang digunakan BMT NU Cabang Galis dalam mempromosikan produk SIBERKAH (simpanan berjangka *mudharabah*). Dalam menggunakan alat promosi publisitas yang digunakan oleh BMT NU Cabang Galis, hanya dilakukan dengan cara satu arah saja, yang mana publik hanya bisa membaca ataupun melihat produk tersebut tanpa adanya dialog dan interaksi, promosi publisitas tersebut yang digunakan oleh BMT NU Cabang Galis yang digunakan dalam memaparkan informasi terhadap produk SIBERKAH (simpanan berjangka *mudharabah*).

## **2. Faktor-faktor apa saja yang menghambat dalam promosi produk simpanan berjangka *mudharabah* di BMT NU Cabang Galis**

Faktor yang menjadi hambatan yang dihadapi oleh pihak BMT NU Cabang Galis dalam mempromosikan produknya yaitu masyarakat lebih tertarik menyimpan uangnya ke Bank konvensional karena di sana hasil yang didapat sudah diketahui di awal, beda dengan BMT NU Cabang Galis yang berlandaskan syariah pembagian keuntungannya di dapat setelah nisbah bagi hasil dari proses akhir, masyarakat juga masih belum banyak mengetahui keberadaan produk SIBERKAH (simpanan berjangka *mudhrabah*) yang ada di BMT NU Cabang Galis. Dalam menjalankan strategi promosi yang dilakukan oleh KSPPS BMT NU Cabang Galis mengalami beberapa hambatan atau kendala dalam mempromosikan produk SIBERKAH (simpanan berjangka *mudharabah*) hal yang menjadi hambatan atau kendala dalam penerapan strategi promosi sebagai berikut:

a) Inovasi produk

Dalam menjalankan strategi promosi BMT NU Cabang Galis tidak lepas dari hambatan dalam mempromosikan produk SIBERKAH (simpanan berjangka *mudharabah*), hambatan dalam mempromosikan produk SIBRKAH (simpanan berjangka *mudhrabah*) tersebut terletak pada bagian produk SIBERKAH (sipanan berjangka *mudhrabah*) yang tidak bervariasi, di mana nominal penyetoran dan penarikan yang hanya menggunakan satu macam nominal dan penarikan, hal tersebut yang menjadikan masyarakat kurang minat menabung atau menandatangani uangnya pada produk SIBERKAH (simpanan berjangka *mudharabah*) karena nominal penyetoran dan penarikan memiliki jangka waktu yang lama, yang menjadi hambatan tersebut dievaluasi dan inovasi pada produk (simpanan berjangka *mudhrabah*) terkait dalam jangka waktu dan nominal yang diterapkan pada produk SIBERKAH (simpanan berjangka *mudharabah*) pada BMT NU Cabang Galis.

b) Pesaing

Yang menjadi hambatan dalam menjalankan strategi promosi yang dilakukan oleh BMT NU Cabang Galis dalam mempromosikan produk tabungan SIBERKAH (simpanan berjangka *mudharabah*) adalah adanya kompetitor atau pesaing merupakan satu atau beberapa usaha yang mempunyai produk yang sama dengan BMT NU Cabang Glis, pesaing dianggap sebagai tantangan yang harus ditaklukan agar produk yang ditawarkan oleh BMT NU Cabang Galis usaha yang dijalankan menjadi berhasil, pesaing yang berada di sekitar lokasi BMT NU Cabang Galis seperti BMT UGT Sidogiri Cabang Larangan, Bank BRI Cabang Galis, Bank Jatim Cabang Galis, dll. Suatu jenis produk yang sama dengan kompetitor akan

menjadikan persaingan dalam merekrut calon anggota, hambatan atau kendala pihak BMT NU Cabang Galis, terkait inovatif dalam strategi promosi untuk membujuk masyarakat agar menggunakan produknya ketimbang produk kompetitor. Hal tersebut yang menjadi hambatan dalam mempromosikan produk SIBERKAH (simpanan berjangka *mudharabah*).