

## **BAB IV**

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

#### **A. Paparan Data**

Paparan data dalam penelitian merupakan diskripsi tentang hasil penelitian yang diperoleh selama berada dilapangan sebagai berikut:

##### **1. Profil KSPPS BMT NU Cabang Pakong Pamekasan**

###### **a. Sejarah Berdirinya KSPPS BMT NU Cabang Pakong Pamekasan**

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

BMT NU Gapura semakin memperluas wilayah penyebarannya dengan mendirikan cabang di beberapa tempat lain hingga ke beberapa kabupaten di Madura. Begitu pula di kecamatan pakong. Hal ini dimaksudkan untuk membantu dan melayani masyarakat yang mengalami kesulitan dalam sektor perekonomian. Berdirinya BMT NU Cabang Pakong juga diharapkan dapat membantu masyarakat dan meningkatkan dalam perekonomian. BMT NU Cabang Pakong merupakan salah satu lembaga keuangan mandiri yang

eksistensinya berada dalam ranah simpan pinjam. Hal ini dapat dilihat dari aktifitas keseharian yaitu menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk tabungan anggota. Tabungan anggota yang terkumpul tidak bersifat statis, karena pihak BMT kemudian menyalurkan kembali kepada anggota atau masyarakat dalam bentuk kredit atau pembiayaan dengan tujuan meningkatkan dan mensejahterakan perekonomian masyarakat setempat.

BMT NU Cabang Pakong merupakan Cabang ke-18 didirikan dan mulai beroperasi pada tanggal 23 Maret 2016 yang bertempat di daerah Bandungan dengan modal awal Rp.800.000.000,00 dengan struktur kepengurusan yang berjumlah 5 orang. Dengan semakin tingginya tingkat kepercayaan masyarakat kepada lembaga keuangan syari'ah, menjadikan BMT NU cabang Pakong untuk mengelola dan menyalurkan dana kepada masyarakat lebih terbuka. Melalui kinerja yang berbasis syari'ah diharapkan BMT NU cabang Pakong mampu menjadi salah satu pendorong bangkitnya perekonomian ditingkat mikro yang berbasiskan syari'ah khususnya di daerah Bendungan dan sekitarnya.

#### **b. Struktur Organisasi KSPP BMT NU Cabang Pakong Pamekasan**

Struktur organisasi adalah suatu jenjang urutan dalam penndelegasian wewenang yang ada di dalam organiasi. Struktur organiasi mutlak diperlukan untuk mencapai hasil yang optimal karena dengan struktur organisasi bagian dalam perusahaan ataupun organisasi.

Struktur organisasi yang terdapat pada BMT NU Cabang Pakong Pamekasan.

**Tabel 4.1**

**Struktur BMT NU Cabang Pakong Pamekasan**

No	Nama	Jabatan
1.	Mohammad Ali, S.E,Sy	Kepala Cabang (KCB
2.	Masfufah, S.E,Sy	Bagian Administrasi
3.	Hasan Basri, S.E,Sy	Bagian Tabungan
4.	Hanafi, S.Pd	Bagian Pembiayaan
5.	Kamilatul Laily, S.H	Bagian Lasisma
6.	Enggar tiyas yulianti,S,Ak	Teller

Sumber: Dokumentasi Struktural BMT NU Cabang Pakong Pamekasan

Yang terlibat dalam *Segmenting, Targeting dan Positioning* dalam pemasaran Produk rahn yaitu semua anggota BMT Nuansa UmatCabang Pakong Pamekasan. Untuk bagian gadai (Rahn) sendiri yang mengkoordinir dan menjadi penanggung jawab adalah bagian pembiayaan yang dimana tugas dari bagian pembiayaan adalah sebagai berikut:

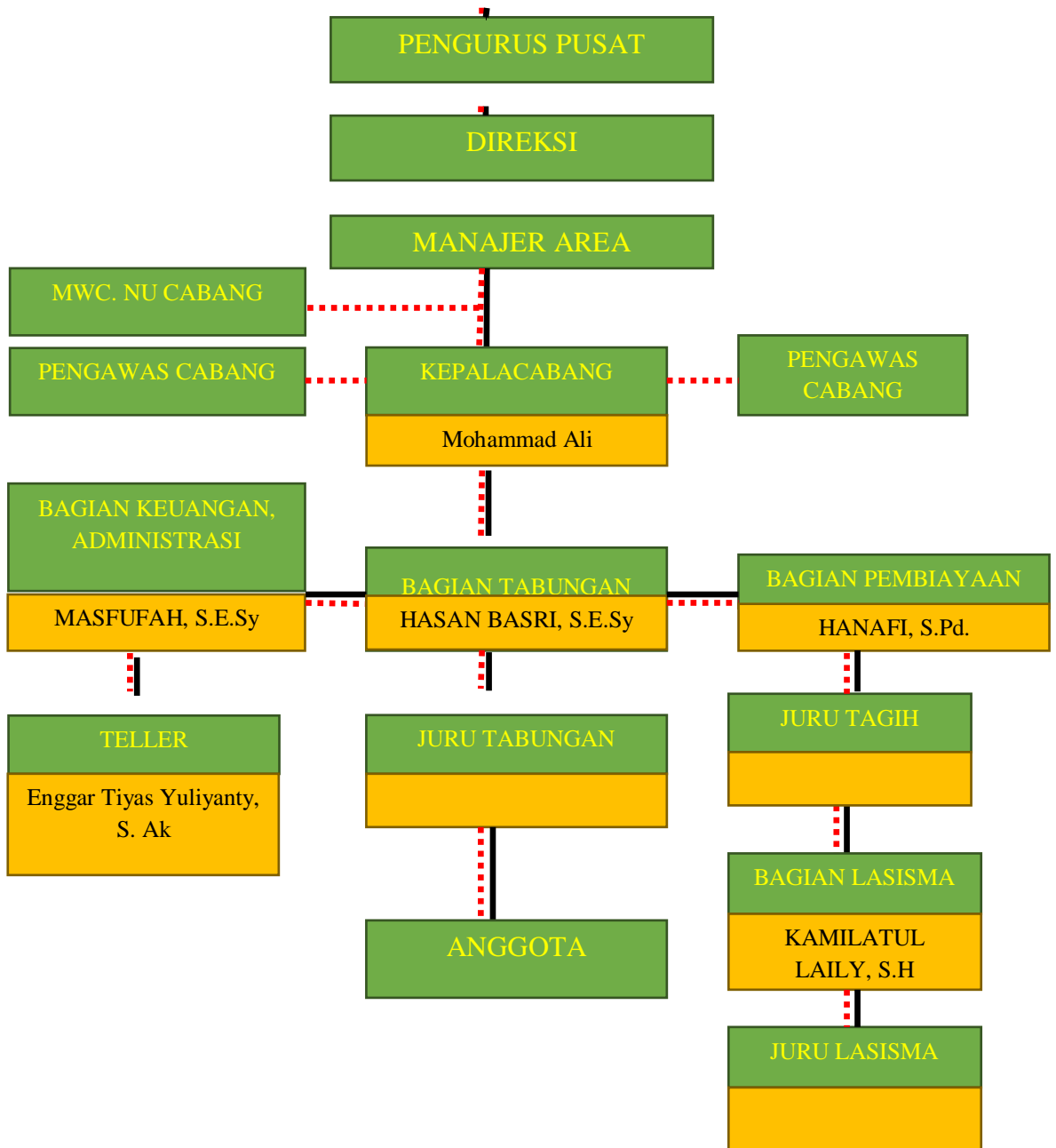
- a) Mengelola administrasi pembiayaan mulai dari pencairan hingga pelunasan.
- b) Penyiapan administrasi pencairan pembiayaan.
- c) Pengarsipan seluruh berkaspembiayaan.
- d) Pengarsipan jaminan pembiayaan.
- e) Penerimaan angsuran dan pelunasan pembiayaan.
- f) Membuat laporan pembiayaan sesuai dengan periode laporan.

- g) Membuat surat teguran dan peringatan kepada mitra yang akan dan telah jatuh tempo.
- h) Membuat surat-surat perjanjian dengan pihak lain.
- i) Melakukan kontrol atas tindak lanjut surat pemberitahuan dan peringatan yang di kirimkan kepada mitra.
- j) Membuat akad perjanjian pembiayaan maupun perjanjian lainnya.
- k) Memberikan nomor rekening mitra pembiayaan.
- l) Melakukan pengamanan atas data-data pembiayaan serta arsip-arsip pendukung.

Gambar 4.1

STRUKTUR PENGELOLA KSPP. SYARI'AH BMT NU

Cabang Pakong Pamekasan



Sumber: Dokumentasi Struktural BMT NU Cabang Pakong Pamekasan

### **c. Produk-Produk BMT Nuansa Umat Cabang Pakong Pamekasan**

Ada 3 produk di BMT Nuansa Umat Cabang Pakong Pamekasan, yaitu produk tabungan, produk pembiayaan dan produk jasa. Produk yang ditawarkan dapat dijabarkan sebagai berikut:

#### **1) Produk Tabungan Syariah**

Produk tabungan syariah yang ditawarkan BMT NU Cabang Pakong Pamekasan adalah sebagai berikut:

- a) Simpanan Anggota (SIAGA)
- b) Simpanan Pendidikan Fathonah (SIDIK Fathonah)
- c) Simpanan berjangka Wadi'ah Berhadiah (SAJADAH)
- d) Simpanan Haji dan Umrah (SAHARA)
- e) Simpanan Lebaran (SABAR).
- f) Tabungan Mudlarabah (TABAH)
- g) Tabungan Ukhrawi (TARAWI)

#### **2) Produk Pembiayaan Syariah**

Produk pembiayaan syariah yang ditawarkan BMT NU Cabang Pakong Pamekasan adalah sebagai berikut:

- a) *Al-Qardul Hasan*
- b) *Murabahah Dan Bai' Bitsamanil Ajil*
- c) *Mudlarabah dan Musyarakah*
- d) *Rahn/Gadai*
- e) Pembiayaan Tanpa Jaminan
- f) Pembiayaan Hidup Sehat

### **3) Produk Jasa Syariah**

Produk jasa syariah yang ditawarkan BMT NU Cabang Pakong Pamekasan adalah sebagai berikut:

- a) Transfer/kiriman uang antar bank dalam negeri maupun luar negeri
- b) Pendaftaran haji dan umrah
- c) Pembayaran tagihan PLN, telephone, internet, pulsa, dll
- d) Pembayaran biaya pendidikan perguruan tinggi

### **4) Layanan Antar Jemput Tabungan dan Pembiayaan**

BMT NU Cabang Pakong Pamekasan juga siap untuk menjemput atau mengantarkan tabungan atau pembiayaan anggota ke rumah, kantor, atau tempat usaha para anggota.

Dari produk yang disebut di atas, yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah produk *Gadai/Rahn* dimana produk ini adalah produk Pembiayaan dengan menyerahkan barang dan atau bukti kepemilikan barang sebagai tanggungan pinjaman dengan nilai pinjaman maksimal 82% dari harga barang. Masa pinjaman maksimal 4 (empat) bulan dan bisa diperpanjang maksimal 3 (tiga) kali. Barang yang diserahkan berupa barang berharga seperti perhiasan emas, berlian, alat elektronik dan sebagainya. Biaya taksir dan Uji barang ditanggung pemilik barang BMT NU Cabang Pakong Pamekasan mendapatkan ujroh/ongkos penitipan barang setiap harinya sebesar Rp 6,- untuk setiap kelipatan Rp 10.000,- dari harga barang tersebut.

Gadai merupakan produk dengan menggunakan sistem penyaluran pinjaman secara gadai yang didasarkan pada penerapan sistem syariah

Islam. Anggota tidak dikenai bunga pinjaman ataupun sewa modalatas pinjaman yang diberikan. Anggota dikenakan biaya administrasi dan jasadipin yang dipungut dengan alasan agunan yang diserahkan anggota wajib disimpan dan dirawat.

## **2. Strategi Pemasaran Pada Produk Gadai Di BMT Nuansa Umat Cabang Pakong Pamekasan**

*Ar-Rahn* (gadai) merupakan salah satu produk unggulan dari BMT Nuansa Umat Cabang Pakong Pamekasan. *Ar-Rahn* adalah skim pinjaman untuk memenuhi kebutuhan dana bagi anggota maupun masyarakat dengan sistem gadai yang sesuai syariah Islam dengan agunan berupa emas, berlian, elektronik, dan kendaraan bermotor.

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil wawancara, berikut merupakan penjelasan dari responden Bapak Mohammad Ali yang merupakan kepala cabang Pakong Pamekasan mengenai produk gadai (*Rahn*).

“Gadai (*Rahn*) adalah Pembiayaan dengan menyerahkan barang dan atau bukti kepemilikan barang sebagai tanggungan pinjaman dengan nilai pinjaman maksimal 80% dari harga barang yang dimana masa pinjaman maksimal 4 (empat) bulan dan diperpanjang maksimal 3 (tiga) kali. Barang yang diserahkan berupa barang berharga seperti perhiasan emasberlian, elektronik, dan kendaraan bermotordan sebagainya biaya taksir dan uji barang ditanggung pemilik barang. *Baitul mal wattamwil* (BMT) NU mendapatkan ujroh/ongkos penitipan barang setiap harinya Rp 6,- untuk setiap kelipatan Rp 10.000,- dari harga barang.”<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup>Mohammad Ali, kepala cabang BMT NU Pakong, wawancara langsung di dalam kantor cabang BMT NU (tanggal 04 Mei'21, jam 10.30-11.00)



Seperti yang kita ketahui bahwa perkembangan perekonomian saat ini sangat pesat, sehingga memicu persaingan yang semakin ketat dalam dunia bisnis. Dalam sebuah perusahaan, termasuk BMT NU Cabang Pakong diperlukan adanya strategi pemasaran yang inovatif, dan terencana agar dapat memenangkan dan dapat bertahan dalam persaingan pasar. Dalam hal ini BMT NU Cabang Pakong merancang strategi pemasaran *Segmenting, Targeting, dan Positioning* yaitu untuk memenangkan pasar dengan menarik minat mitra maupun masyarakat agar menggunakan produk pembiayaan gadai (*rahn*) dan mampu bersaing dengan lembaga keuangan yang lain.

Hal ini diungkapkan oleh Bapak Mohammad Ali yang merupakan kepala BMT NU cabang Pakong Pamekasan menyampaikan:

“Strategi pemasaran *Segmenting, Targeting, dan Positioning* untuk memenangkan pasar, karna dengan menggunakan strategi tersebut produk yang ditawarkan nanti akan tepat sasaran, sesuai dengan kebutuhan mitra maupun masyarakat yang akan mengajukan pembiayaan”<sup>2</sup>

Hal serupa juga disampaikan oleh bapak hanafi selaku bagian pembiayaan di BMT NU cabang Pakong Pamekasan:

“Memang di BMT NU cabang Pakong Pamekasan sebelum menentukan pembiayaan yang akan ditawarkan, terlebih dahulu dikaji dengan Strategi pemasaran *Segmenting, Targeting, dan Positioning*”.<sup>3</sup>

---

<sup>2</sup>Mohammad Ali, kepala cabang BMT NU Pakong, wawancara langsung di dalam kantor cabang BMT NU (tanggal 04 Mei'21, jam 10.30-11.00)

<sup>3</sup>Hanafi, Bagian Pembiayaan BMT NU Pakong, wawancara langsung di dalam kantor cabang BMT NU (tanggal 04 Mei'21, jam 10.30-11.00)

Untuk mencapai pasar sasaran tersebut strategi pemasaran produk gadai syariah yang dilakukan oleh BMT Nuansa Umat Cabang Pakong Pamekasan meliputi:

**a. *Segmenting***

Segmentasi pasar sebagai langkah awal sebelum melakukannya pemasaran merupakan hal yang sangat penting untuk dilakukan. Langkah ini yang berfungsi untuk mempermudah proses pemasaran. Hal berikut disampaikan oleh Bapak Hanafi selaku bagian pembiayaan di BMT Nuansa Umat Cabang Pakong Pamekasan.

“Sebagai proses awal perlu ditentukan terlebih dahulu untuk segmennya, dan untuk segmen pasar di BMT Nuansa Umat Cabang Pakong Pamekasan ini tidak dibagi dalam satu kelompok saja. Karena produk *rahn* ini bisa digunakan oleh siapa saja yang berminat baik dari kalangan menengah atas maupun menengah kebawah. Kita membagi pasar dalam beberapa kelompok dan dengan dibagi-bagi, dengan begitu untuk membantu kita dalam melakukan pemasaran produk *rahn* tersebut.<sup>4</sup>

Hal ini juga diungkapkan oleh bapak Mohammad Ali selaku ketua di BMT Nuansa Umat Cabang Pakong Pamekasan.

“ Nah, untuk segmentasi pasar produk pembiayaan gadai (*rahn*) disitu kita lakukan mulai dari segi geografis, demografis, psikografis, dan tingkah laku. Karena keempat segmen ini sudah sangat mewakili ya. Yang pertama dari segi geografis atau tingkat wilayahnya, tidak semua wilayah dapat kita jangkau, hanya untuk wilayah pakong saja contohnya seperti: Bendungan, Bajang, Somalang, Cenlece, Kelompang Timur, Kelompang Barat, Seddur, Palalang, Lebbhek dan Tebul. Untuk segmentasi demografisnya, berdasarkan penghasilan yaitu mengutamakan masyarakat yang ekonominya menengah ke bawah. Kalau dari segi usia, tentunya usia di atas 19 tahun, kemudian untuk jenis

---

<sup>4</sup> Hanafi, Bagian Pembiayaan BMT NU Pakong, wawancara langsung di dalam kantor cabang BMT NU (tanggal 04 Mei'21, jam 10.30-11.00)

kelaminnya, laki-laki maupun perempuan dan semuanya bisa. Selanjutnya untuk segmentasi psikografis, kita lebih mengarah pada gaya hidup yang biasa-biasa saja. Dan segmentasi tingkah laku, kita mengarah pada respon dari para konsumen kita apakah konsumen merasa senang dengan adanya produk pembiayaan gadai (*rahn*) yang ada di NU cabang Pakong Pamekasan.”<sup>5</sup>

Dan ditambahkan lagi oleh Bapak Hanafi selaku bagian pembiayaan di BMT Nuansa Umat Cabang Pakong Pamekasan.

“Berkenaan dengan segmentasi berdasarkan demografis, untuk segi pendapatan BMT NU Cabang Pakong Pamekasan tidak pandang bulu, masyarakat yang yang berpenghasilan menengah ke atas maupun masyarakat menengah ke bawah dan kalau dari segi umur, di atas 19 tahun dan maksimal 60 tahun.”<sup>6</sup>

Dari data hasil wawancara, peneliti dapat menyimpulkan bahwa segmentasi pasar yang diterapkan pada produk pembiayaan gadai (*rahn*) di BMT Nuansa Umat Cabang Pakong Pamekasan dibagi berdasarkan empat segmen yaitu segmen geografis (dilihat dari wilayahnya), demografis (dilihat dari pendapatannya), psikografis (dilihat dari karakteristik dan gaya hidupnya), dan tingkah laku (dilihat dari respon konsumennya).

---

<sup>5</sup> Mohammad Ali, kepala cabang BMT NU Pakong, wawancara langsung di dalam kantor cabang BMT NU (tanggal 04 Mei'21, jam 10.30-11.00)

<sup>6</sup> Hanafi, Bagian Pembiayaan BMT NU Pakong, wawancara langsung di dalam kantor cabang BMT NU (tanggal 04 Mei'21, jam 10.30-11.00)

## b. *Targeting*

Untuk langkah selanjutnya yaitu identifikasi peluang segmen pasar yang kemudian mengantarkan pada langkah selanjutnya yaitu evaluasi terhadap beragam pilihan segmen yang ada untuk memutuskan segmen yang akan menjadi pasar sasarannya. Dalam menentukan target pasar BMT Nuansa Umat Cabang Pakong Pamekasan tentunya sudah memilih dari segmen yang telah ditentukan sebelumnya. Pasar sasaran penting dilakukan untuk memberikan fokus yang lebih berarti dalam pelayanan mitra. Dalam mengevaluasi segmen pasar, bapak Mohammad Ali selaku ketua di BMT Nuansa Umat Cabang Pakong Pamekasan menyampaikan:

“Untuk mengevaluasi segmen pasar produk pembiayaan gadai (*rahn*), strategi yang kita lakukan yaitu tidak melakukan penetapan pasar yang terfokus pada satu segmen saja, karna kalangan menengah ke atas maupun kalangan menengah ke bawah bisa menjadi target pasar kami. Dan dengan adanya pembiayaan produk gadai (*rahn*) ini mitra tidak merasa terbebani dengan ujroh/ongkos penitipan barang tetapi masyarakat bisa merasa terbantu perekonomiannya.”<sup>7</sup>

Hal senada juga disampaikan oleh Bapak Hanafi selaku bagian pembiayaan di BMT Nuansa Umat Cabang Pakong Pamekasan.

“Sasaran yang kita tuju yaitu kalangan menengah ke atas maupun kalangan menengah ke bawah bisa menjadi target pasar kami. Misalnya seperti petani yang membutuhkan dana untuk membeli pupuk, bibit tanaman, dan lain sebagainya, para pedagang yang membutuhkan modal untuk mengembangkan usahanya, bahkan pengusaha sekalipun. Dengan harapan setelah diberikannya pembiayaan gadai (*rahn*) ini, usaha yang dilakukan semakin berkembang.”<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup>Mohammad Ali, kepala cabang BMT NU Pakong, wawancara langsung di dalam kantor cabang BMT NU (tanggal 06 Mei'21, jam 10.30-11.00)

<sup>8</sup> Hanafi, Bagian Pembiayaan BMT NU Pakong, wawancara langsung di dalam kantor cabang BMT NU (tanggal 06 Mei'21, jam 10.30-11.00)

Dari paparan para informan diatas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa untuk mengevaluasi target pasar strategi yang digunakan oleh BMT Nuansa Umat Cabang Pakong Pamekasan yaitu tidak melakukan penetapan pasar yang terfokus pada satu segmen saja, karna kalangan menengah ke atas maupun kalangan menengah ke bawah bisa menjadi target pasar mereka. Seperti petani, para pebisnis-pebisnis kecil, bahkan pengusaha sekalipun.

### **c. *Positioning***

BMT Nuansa Umat Cabang Pakong Pamekasan memposisikan produk pembiayaan gadai (*rahn*) dimata masyarakat dengan produk gadai (*rahn*) yang diterapkkn di BMT Nuansa Umat Cabang Pakong Pamekasan berdasarkan syariah yang berlandaskan prinsip-prinsip Islam.

Posisi pasar menjadi salah satu cara untuk merebut posisi produk di benak masyarakat. Upaya ini ditujukan oleh perusahaan dengan bertolak dari kebutuhan primer maupun tersier masyarakat. Penentuan posisi pasar sangatlah penting bagi semua perusahaan seperti halnya BMT Nuansa Umat Cabang Pakong Pamekasan. Hal tersebut dikarenakan perusahaan perlu menciptakan citra dari produk yang agar tertanam dalam benak konsumen. Untuk itu, dalam menentukan posisi pasar produk pembiayaan gadai (*rahn*) tidak bisa dilakukan dengan begitu saja tanpa persiapan, tetapi harus penuh pertimbangan dan strategi yang tepat dan jelas. Mengingat bahwa produk gadai (*rahn*) banyak dimiliki oleh lembaga keuangan lain, BMT Nuansa Umat Cabang Pakong Pamekasan harus memposisikan produk pembiayaan gadai

(*rahn*) tepat pada target pasarnya. Dengan tujuan memenangkan pasar dan tidak kalah dengan pesaing yang lain.

Strategi yang dilakukan BMT Nuansa Umat Cabang Pakong Pamekasan dalam memposisikan produk gadai (*rahn*) untuk menarik minat masyarakat sebagaimana yang diungkapkan oleh bapak Hanafi selaku bagian pembiayaan di BMT Nuansa Umat Cabang Pakong Pamekasan.

“Agar citra BMT Nuansa Umat Cabang Pakong Pamekasan baik, langkah awal yang harus dilakukan untuk menerapkan strategi *positioning* yaitu dengan membuat produk yang memang dibutuhkan oleh masyarakat. Strategi selanjutnya yang dilakukan adalah menyampaikan keunggulan dan kelebihan kepada masyarakat bahwa produk pembiayaan gadai (*rahn*) merupakan Pembiayaan dengan menyerahkan barang dan atau bukti kepemilikan barang sebagai tanggungan pinjaman dengan nilai pinjaman maksimal 80% dari harga barang yang dimana msa pinjaman maksimal 4 (empat) bulan dan diperpanjang maksimal 3 (tiga) kali. Barang yang diserahkan berupa barang berharga seperti perhiasan emas, berlian, alat elektronik dan sebagainya. Biaya taksir dan uji barang ditanggung pemilik barang. *Baitul mal wattamwil* (BMT) NU mendapatkan ujroh/ongkos penitipan barang setiap harinya Rp. 6 untuk setiap kelipatan Rp. 10.000 dari harga barang. Selain itu, kita juga menyampaikan prosesnya yang mudah dan cepat.”<sup>9</sup>

Informasi di atas ditunjang dengan pendapat masyarakat yang merespon baik terhadap produk *Rahn* yang ada di BMT Nuansa Umat Cabang Pakong Pamekasan. Suliha anggota di BMT Nuansa Umat Cabang Pakong Pamekasan tahun 2018 dari pakong menjelaskan:

”Saya tertarik dengan pendanaan produk gadai di BMT Nuansa Umat Cabang Pakong Pamekasan. Hal ini disebabkan karna merupakan salah satu alternatif pendanaan yang sangat efektif dan cepat karena tidak memerlukan persyaratan rumit yang dapat menyulitkan anggota dalam pemberian dana. Cukup dengan membawa barang jaminan yang bernilai ekonomis, masyarakat sudah bisa mendapatkan dana untuk kebutuhannya.

---

<sup>9</sup> Hanafi, Bagian Pembiayaan BMT NU Pakong, wawancara langsung di dalam kantor cabang BMT NU (tanggal 06 Mei'21, jam 10.30-11.00)

Dan juga selain bisa menggunakan produk rahn juga sekaligus menjadi anggota di BMT Nuansa Umat Cabang Pakong Pamekasan. Dengan pencairan yang cepat yaitu kurang lebih sekitar 2 (dua) hari sudah cair”.<sup>10</sup>

Hal ini senada dengan hasil pengamatan yang dilakukan oleh peneliti, yaitu mengamati perilaku salah satu anggota BMT Nuansa Umat Cabang Pakong Pamekasan yang bernama Suliha seorang petani yang sedang melakukan pencairan dana pembiayaan produk gadai (*rahn*). Di waktu yang sama pada saat wawancara Suliha mengungkapkan kalau dirinya mengajukan pembiayaan gadai (*rahn*) untuk kebutuhan cocok tanamnya yang membutuhkan dana yang cukup besar. Dan ia mengungkapkan dirinya menggunakan emas untuk jaminannya dengan pencairan dana sebesar Rp 8.500.000,-.

Faridatul hasanah anggota di BMT Nuansa Umat Cabang Pakong Pamekasan mengungkapkan:

“Pada awalnya saya memang tidak pernah menggunakan jasa pembiayaan di bank-bank manapun, karna pendapatan saya yang minim, namun pada akhirnya ada saudara saya yang mengenalkan pembiayaan rahn di BMT Nuansa Umat Cabang Pakong Pamekasan. Awalnya saya menolak karna biasanya yang saya ketahui bunganya cukup besar. Namun akhirnya saya didatangi oleh petugas dan petugaspun menjelaskan kepada saya bahwa ternyata di BMT Nuansa Umat Cabang Pakong Pamekasan tidak menggunakan sistem bunga tetapi menggunakan ujroh/ongkos penitipan barang yang setiap harinya Rp 6,- untuk setiap kelipatan Rp 10.000,- dari harga barang. Dan petugas menjelaskan bahwasannya di BMT Nuansa Umat Cabang Pakong Pamekasan produk *rahn* sudah berdasarkan prinsip syariah, sehingga saya berminat untuk menggunakan produk *rahn* yang ada di BMT Nuansa Umat Cabang Pakong Pamekasan sampai saat ini”.<sup>11</sup>

---

<sup>10</sup> Ibu Suliha, Anggota BMT NU Pakong, wawancara langsung, (tanggal 25 Mei'21, jam 09.40)

<sup>11</sup>Ibu farida, Anggota BMT Nuansa Umat Cabang Pakong Pamekasan, Wawancara Langsung, (07 Mei 2021, Jam 09:45)

Hal demikian juga disampaikan oleh Bapak Abd. Mukit salah satu pengguna produk *rahn* (Gadai) ada di BMT Nuansa Umat Cabang Pakong Pamekasan:

“Alhamdulillah saya sangat senang dengan produk gadai yang ada di BMT Nuansa Umat Cabang Pakong Pamekasan karena sesuai dengan prinsip-prinsip syariah dan juga selain pencairan yang sangat cepat, untuk ujroh/biaya penitipan barangnya tidaklah banyak seperti yang saya bayangkan, sangat membantu sekali untuk orang yang membutuhkan pendanaan cepat seperti saya”.<sup>12</sup>

Dari pemaparan informan diatas, sesuai dengan apa yang tertera dengan brosur yang disebarakan oleh BMT Nuansa Umat Cabang Pakong Pamekasan.

#### Gambar 4.2

##### Brosur Produk Gadai (*Rahn*)



Sumber : Dokumentasi penelitian, 2021

<sup>12</sup>Bapak Abd. Mukit, Anggota BMT NU Pakong, wawancara langsung (tanggal 28 Mei'21, jam 08:15)



Penulis dapat menyimpulkan bahwa dalam memposisikan produk pembiayaan gadai (*rahn*) di BMT Nuansa Umat Cabang Pakong Pamekasan produk gadai (*rahn*) yang diterapkan berdasarkan syariah yang berlandaskan prinsip-prinsip Islam.

BMT Nuansa Umat Cabang Pakong Pamekasan sudah melakukan strategi yang benar yaitu dengan menyampaikan keunggulan produknya yang sudah menjadi ciri khas dan dapat membedakan produknya dari para pesaing. Selain menyampaikan keunggulan produk, hal yang dilakukan BMT Nuansa Umat Cabang Pakong Pamekasan untuk mendapatkan citra baik dari masyarakat yaitu dengan menerapkan pelayanan yang sopan, ramah. Dengan harapan dengan menerapkan hal tersebut, konsumen akan merasa senang dan puas, sehingga konsumen akan merekomendasikan produk gadai (*rahn*) kepada orang lain. Sesuai dengan yang diungkapkan oleh bapak Hanafi selaku bagian pembiayaan di BMT Nuansa Umat Cabang Pakong Pamekasan.

“Selain pembiayaan gadai (*rahn*) yang mampu bersaing, hal lain yang juga penting yaitu memberi kesan baik terhadap anggota yang menggunakan produk gadai. Hal yang dilakukan oleh BMT Nuansa Umat Cabang Pakong Pamekasan adalah dengan memberikan pelayanan yang baik kepada para anggotanya yang mengajukan pembiayaan. Hal berdampak baik bagi BMT Nuansa Umat Cabang Pakong Pamekasan misalnya anggota yang merekomendasikan produk gadai kepada kerabat, atau teman-temannya untuk melakukan pembiayaan gadai di BMT Nuansa Umat Cabang Pakong Pamekasan.”<sup>13</sup>

Dengan pelayanan yang optimal terbukti dapat meningkatkan minat masyarakat untuk menggunakan produk gadai (*rahn*). Dan dengan

---

<sup>13</sup> Hanafi, Bagian Pembiayaan BMT NU Pakong, wawancara langsung di dalam kantor cabang BMT NU (tanggal 06 Mei'21, jam 10.30-11.00)

pelayanan yang optimal juga terbukti dapat memberikan kepuasan tersendiri bagi anggota.

Berikut yang diungkapkan salah satu anggota yang bernama Ibu Suliha, menyampaikan:

“Saya sudah tiga kali mengajukan pembiayaan gadai (*rahn*) di BMT Nuansa Umat Cabang Pakong Pamekasan. Selain prosesnya Cepat, pelayanannya bagus. Karyawannya yang ramah, sopan, dan bertutur kata yang halus.”<sup>14</sup>

Hal ini senada dengan hasil pengamatan yang peneliti lakukan, yaitu mengamati salah satu pengguna produk gadai (*rahn*) yang bernama Suliha yang sedang melakukan pencairan dana. Para karyawan BMT Nuansa Umat Cabang Pakong Pamekasa yang melayani dengan ramah, santun, tutur kata yang halus.

Dari wawancara diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa BMT Nuansa Umat Cabang Pakong Pamekasan benar-benar memperhatikan pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Sehingga memberi kesan baik di benak konsumen. Pelayanan secara optimal terbukti mendapatkan kepuasan dan loyalitas anggota.

---

<sup>14</sup> Ibu Suliha, Anggota BMT NU Pakong, wawancara langsung, (tanggal 25 Mei'21, jam 09.40)

## A. Temuan Penelitian

Dengan mengumpulkan data melalui wawancara, pengamatan, dan dokumentasi kemudian memaparkan sesuai yang diperoleh dilapangan, sehingga peneliti menemukan beberapa hal sebagai berikut:

1. BMT Nuansa Umat Cabang Pakong Pamekasan melakukan pemetaan secara bertahap berdasarkan pemetaan geografis, demografis, dan tingkah laku.
2. Pemetaan pasar dilakukan oleh semua anggota BMT Nuansa Umat Cabang Pakong Pamekasan yang dikoordinir oleh bagian pembiayaan.
3. Secara geografis, peta pasar BMT Nuansa Umat Cabang Pakong Pamekasan terdiri dari beberapa wilayah dan tersebar kurang lebih di 9 (Sembilan) desa.
4. Secara demografis, BMT NU Cabang Pakong Pamekasan tidak pandang kalangan, masyarakat yang yang berpenghasilan menengah ke atas maupun masyarakat menengah ke bawah bisa menikmati produk gadai (*rahn*) di BMT NU Cabang Pakong Pamekasan.
5. Dalam pengelompokan pasar secara psikografis BMT NU Cabang Pakong Pamekasan, berdasarkan gaya hidup dan perilaku menyesuaikan dengan gaya kelas ekonomi menengah kebawah.
6. Dalam elemen tingkah laku, BMT NU Cabang Pakong Pamekasan berdasarkan sikap mitra bisa dilihat dari penggunaan dan reaksi yaitu respon pengguna produk *rahn* yang merasa puas dan senang. Berdasarkan

komitmen yaitu mitra yang sudah menggunakan produk *rahn* dan mengajukan pembiayaan lalu melakukan pengajuan kembali.

7. Untuk pasar sasaran yang dilakukan oleh BMT Nuansa Umat Cabang Pakong Pamekasan dalam memasarkan produknya yakni tidak melakukan penetapan pasar yang terfokus pada satu segmen saja/ strategi penetapan pasar sasaran yang tidak terkonsentrasi.
8. Dalam hal penentuan posisi pasar BMT Nuansa Umat Cabang Pakong Pamekasan menggunakan label syariah dengan sistem sesuai hukum Islam. pemosisian ini ditunjukkan dengan:
  - 1) Bebas dari praktik riba.
  - 2) Proses mudah dan cepat.
  - 3) *Ujroh*/penitipan barang yang relatif murah.
  - 4) Memberikan pelayanan yang optimal, sehingga para anggota merasa puas. Karna kepuasan mitra dapat meningkatkan loyalitas.

## **B. Pembahasan**

Pembahasan ini dijabarkan dalam rangka menjawab fokus kedua yaitu terkait: Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman Strategi Pemasaran Dalam Upaya Menarik Minat Anggota Pada BMT Nuansa Umat Cabang Pakong Pamekasan.

Dalam memasarkan suatu produk pasti ada Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman. Berikut penjelasannya:

### **1. Kekuatan Strategi Pemasaran Produk Gadai (*Rahn*) BMT Nuansa Umat Cabang Pakong Pamekasan**

BMT NU Cabang Pakong Pamekasan mempunyai beberapa kekuatan yang bisa digunakan untuk melakukan strategi pemasaran produk gadai (*rahn*). Kekuatan tersebut adalah sebagai berikut:

#### *a. Brand image*

BMT NU Cabang Pakong Pamekasan sudah banyak dikenal oleh masyarakat. Jadi sudah bukan sebuah lembaga keuangan yang masih baru lagi. Hal tersebut dikarenakan BMT NU Cabang Pakong Pamekasan sebagai lembaga perbankan syariah di sekitaran daerah Pakong Pamekasan. Sehingga untuk mengembangkan dan mengenalkan produk gadai (*rahn*) BMT NU Cabang Pakong Pamekasan juga sudah banyak masyarakat yang mengenalnya.

Eksistensi BMT NU Cabang Pakong Pamekasan dari tahun ke tahun sudah mulai berkembang bahkan jumlah nasabah produk pembiayaan gadai (*rahn*) dari tahun ke tahun semakin meningkat. Berikut merupakan tabel kenaikan nasabah dari tahun 2017-2021.

**Tabel 4.2**  
**Perkembangan Jumlah Anggota Produk Rahn di BMT NU Cabang**  
**Pakong Pamekasan<sup>15</sup>**

No	Tahun	Jumlah Anggota
1.	2017	235
2.	2018	265
3.	2019	295
4.	2020	405
5.	2021	427

Sumber: Data diolah, 2021

Dari data diatas, menunjukan bahwa peminat nasabah *Ar-Rahn* mengalami peningkatan. Dengan dimudahkan dan keunggulan-keunggulan dari produk *Ar-Rahn* yang ditawarkan masyarakat berminat dengan produk *AR-Rahn* tersebut. Dan sampai sekarang perkembangan produk *Ar-Rahn* di *Baitul mal wattamwil* (BMT) NU Cabang Pakong menunjukan peningkatan secara signifikan.

b. *Ujroh*/Biaya titip yang relatif murah

Biaya titip yang relatif murah menjadi salah satu kekuatan dalam melakukan strategi pemosisian produk pembiayaan gadai (*rahn*). Karna dengan biaya titip yang relatif murah masyarakat tidak perlu khawatir akan mahalnnya pada pembiayaan produk gadai (*rahn*). *Ujroh*/ongkos penitipan barang yang setiap harinya Rp 6,- untuk setiap kelipatan Rp 10.000,- dari

---

<sup>15</sup>Data diperoleh berdasarkan uraian yang diberikan oleh Mohammad Ali, Kepala Cabanag BMT NU Cabang Pakong Pamekasan, Wawancara Lngsung (tanggal 04'Mei'21, jam 10:30-11:00)

harga barang. Sehingga kalangan menengah ke bawah seperti pedagang, petani, peternak ayam, bahkan kuli sekalipun tidak perlu khawatir dan bisa melakukan pengajuan pembiayaan gadai.

## **2. Kelemahan Strategi Pemasaran Produk Gadai (*Rahn*) BMT Nuansa Umat Cabang Pakong Pamekasan**

BMT NU Cabang Pakong Pamekasan juga memiliki kelemahan dalam melakukan strategi pemasaran produk gadai (*rahn*). Berikut beberapa kelemahan tersebut:

- a. Terhambatnya kalangan menengah kebawah (petani, pedagang, peternak dan kuli) yang membutuhkan dana dalam jumlah besar

Kelemahan dalam melakukan strategi pemasaran produk gadai yaitu terletak pada target pemasaran yaitu pada kalangan menengah kebawah (petani, pedagang, peternak dan kuli) yang membutuhkan dana dalam jumlah banyak yang melebihi Rp 18.700.000,- harus mendapat rekom dari pusat dan membutuhkan waktu kurang lebih satu minggu untuk melakukan pencairan dan yang diajukan.

- b. Kurangnya sosialisasi kepada masyarakat

Produk gadai di BMT NU Cabang Pakong Pamekasan sudah banyak yang mengetahui tetapi masih ada masyarakat khususnya peternak, pedagang, kuli, dan para petani awam yang belum mengetahui. Mereka masih menganggap produk gadai di BMT NU Cabang Pakong Pamekasan sama seperti produk

gadai di lembaga keuangan konven. Oleh karena itu hal ini juga merupakan salah satu kelemahan yang membutuhkan strategi pemasaran yang jitu dalam mengenalkan produk gadai ke khalayak khususnya daerah Pakong dan sekitarnya.

### **3. Peluang Strategi Pemasaran Produk Gadai (*Rahn*) BMT Nuansa Umat Cabang Pakong Pamekasan**

BMT NU Cabang Pakong Pamekasan juga memiliki beberapa peluang dalam melakukan strategi pemasaran. Berikut beberapa peluang tersebut :

- a. Banyaknya kalangan menengah kebawah (petani, pedagang, peternak dan kuli) yang membutuhkan dana

Peluang dalam melakukan strategi pemasaran produk gadai (*rahn*) yaitu terletak pada strategi target sasarannya dimana kalangan menengah kebawah (petani, pedagang, peternak dan kuli), khususnya petani dan pedagang yang membutuhkan dana untuk mengembangkan usahanya. Seperti untuk kebutuhan pembelian bibit tanaman, pupuk, dan lain sebagainya. Tentunya petani memerlukan dana yang cukup besar untuk membeli apa yang menjadi kebutuhan dalam bercocok tanam. Hal ini menjadi salah satu peluang bagi BMT NU Cabang Pakong untuk menawarkan produk pembiayaan gadai (*rahn*) kepada petani.

- b. Mayoritas masyarakat Pakong yang berlandaskan hukum Islam

Pakong yang mayoritas penduduknya muslim dan berlandaskan hukum-hukum Islam merupakan salah satu peluang bagi BMT NU



Cabang Pakong Pamekasan. Karena masyarakat mulai sadar bahwa bank konvensional dalam penggunaan pembiayaan gadai menggunakan bunga yang berarti riba dan itu merupakan hal yang diharamkan oleh agama. Sehingga saat ini banyak masyarakat yang berpindah dari lembaga keuangan konvensional ke lembaga keuangan syariah, sehingga BMT NU Cabang Pakong Pamekasan harus bisa memanfaatkan peluang ini dengan baik.

#### **4. Ancaman Strategi Pemasaran Produk Gadai (*Rahn*) BMT Nuansa Umat Cabang Pakong Pamekasan**

Ancaman disini dalam melakukan strategi pemasaran meliputi faktor internal dan eksternal. Yang menjadi faktor internal yaitu ketidakmampuan BMT NU Cabang Pakong Pamekasan dalam memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada dalam melakukan strategi pemasaran produk gadai (*rahn*). Sedangkan faktor eksternal yang menjadi ancaman bagi BMT NU Cabang Pakong Pamekasan adalah sebagai berikut:

- a. Banyak masyarakat sekitar yang sudah menggunakan pembiayaan produk gadai di lembaga keuangan lain.

Salah satu ancamannya adalah petani, pedagang, peternak dan kuli. Petani sekitar yang sudah menggunakan produk pembiayaan gadai di lembaga keuangan lain yang serupa. Sehingga dikhawatirkan kalangan menengah kebawah (petani, pedagang, peternak dan kuli) yang menjadi peluang besar dalam melakukan strategi pasar sasaran BMT NU Cabang Pakong Pamekasan sudah dimasuki dan menggunakan produk pembiayaan

gadai di lembaga keuangan lain yang serupa. Karna sudah banyak lembaga keuangan syariah yang telah membuka cabangnya di daerah pakong juga, bahkan ada lembaga keuangan syariah lainnya yang jaraknya sangat berdekatan dengan BMT NU Cabang Pakong Pamekasan. Sehingga dengan hal ini menjadi suatu ancaman bagi BMT NU Cabang Pakong Pamekasan dalam melaksanakan strategi pemasarannya. Karna strategi pemasaran yang dilakukan oleh lembaga keuangan lainnya tidak jauh berbeda bahkan hampir menyerupai dengan strategi yang disusun oleh BMT NU Cabang Pakong Pamekasan. Hal tersebut menjadi ancaman besar bagi BMT NU Cabang Pakong Pamekasan.

Berdasarkan pemaparan diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa: Kekuatan dari strategi pemasaran produk gadai (*rahn*) di BMT Nuansa Umat Cabang Pakong Pamekasan yaitu BMT Nuansa Umat Cabang Pakong Pamekasan memiliki *Brand image* yang bagus dan *Ujroh* yang relatif murah dan BMT Nuansa Umat Cabang Pakong Pamekasan yaitu BMT Nuansa Umat Cabang Pakong Pamekasan menegaskan bahwa produk pembiayaan gadai (*rahn*) diterapkan berdasarkan syariah.

Kelemahan dari strategi pemasaran produk gadai (*rahn*) di BMT Nuansa Umat Cabang Pakong Pamekasan kalangan menengah kebawah (petani, pedagang, peternak dan kuli) yang membutuhkan dana yang cukup besar yang membutuhkan rekom dari pusat dan membutuhkan waktu kurang lebih satu minggu.

Peluang dari strategi pemasaran produk gadai (*rahn*) di BMT Nuansa Umat Cabang Pakong Pamekasan yaitu terletak pada Peluang dalam melakukan strategi pemasaran produk gadai (*rahn*) yaitu terletak pada strategi target sasarannya kalangan menengah kebawah (petani, pedagang, peternak dan kuli) membutuhkan dana untuk mengembangkan usahanya.

Hambatan atau kendala yang dialami oleh BMT Nuansa Umat Cabang Pakong Pamekasan disini disebabkan karena adanya kompetitor yang sudah lebih dulu memasuki dan memasarkan produknya yang menyerupai baik dari kompetitor konven maupun kompetitor syariah yang lain. Sehingga tak semua masyarakat sekitar berminat untuk menjadi anggota di BMT Nuansa Umat Cabang Pakong Pamekasan.