

BAB IV

PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN, DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah singkat BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang

Berdirinya NU pada tahun 1996 salah satunya adalah didasari oleh semangat mengembangkan. Hal ini dapat dilihat dari sebelum secara formal NU berdiri, terutama dahulu adalah kelompok yang bernama *nahdatul tujar* (kebangkitan ekonomi). Hal ini tidak lepas dari keinginan untuk mengembangkan perekonomian supaya warga NU terlepas dari kemiskinan. Karena warga nahdiyyin mayoritas dari mereka berada digaris kemiskinan.

Ironisnya, pada usia yang ke 84, NU masih sering kalimelupakan ekonomi warganya dan masih belum terbebas dari godaan politik praktis. Secara kasat mata NU telah terlibat dalam politik praktis, bukan politik kebangsaan sebagaimana diamanatkan dalam khilafah 1926 dan ditegaskan kembali dalam muktamar 1984. Hal ini bukanlah adanya tanpa sebab, melainkan akibat dari ketidakmandirian NU sebagai kelompok masyarakat sipil. Seakan-akan ada kaidah yang mengatakan jika tidak bermain mata dengan kekuasaan, NU akan terjebak dalam lumpur kegagalan. Padahal untuk meningkatkan kemandirian NU bisa dilakukan dengan jalan yang lebih terhormat salah satunya dari gerakan ekonomi kerakyatan yang telah diyakini mampu mengantarkan NU secara kelembagaan wilayah kemandirian dan juga kesejahteraan warganya.

Contohnya, program perekonomian, jasa keuangan, pertanian dan kelautan yang selama ini merupakan realitas dari warga NU dan hampir tidak dilihat dengan

serius dan pada akhirnya mereka di lihat oleh kelompok lain yang sudah mempunyai kapasitas dan modal untuk melakukan hal itu.

Salah satu pengalaman NU yang mengembangkan ekonomi warganya yang perlu kita contoh sepanjang penulis yang sudah diketahui yaitu: MWC NU Pragaan dengan usaha grosir pertokoannya sudah meningkatkan omset toko yang di miliki oleh warganya dan terus meningkat kemandirian dana operasionalnya MWC NU Pragaan. *Kedua* MWC ambunten sudah mampu menggerakkan ekonomi warga melewati kesadaran tingkat bersama akan pentingnya pemodalan dengan meningkatkan usaha simpan pinjam di kalangan warga NU. *ketiga* NU Ranting Gapura Timur yang sudah melakukan budi daya ternak sapi bagi warga yang tidak mampu, *keempat* MWC NU Gapura dengan BMT NU-nya sudah mengembangkan model *collective efficiency* dibidang jasa keuangan syariah. Dengan modal Rp.400.000 pada awal berdirinya tahun 2010 sudah dapat mengelola dana warga NU sebesar 2 milyar lebih. Dari 18 anggota yang awalnya berdirinya sudah memiliki 1.914 orang anggota dari 17 kecamatan di wilayah kabupaten sumenep¹

2. Visi dan Misi

a. Visi

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

b. Misi

¹ <https://bmtnujawatimur.com/> diakses pada tanggal 29 mei 2021 pada pukul 12:22

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

3. Badan hukum

Dari segi legalitas, koperasi syariah belum tercantum dalam UU No 25/1992 tentang perkoperasian. Untuk sementara, keberadaan koperasi syariah saat ini didasarkan pada keputusan menteri (kepmen) koperasi dan UKM republic

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 standart operasional manajemen KJKS/UJKS Koperasi, pedoman pengawasan KJKS/UJKS Koperasi

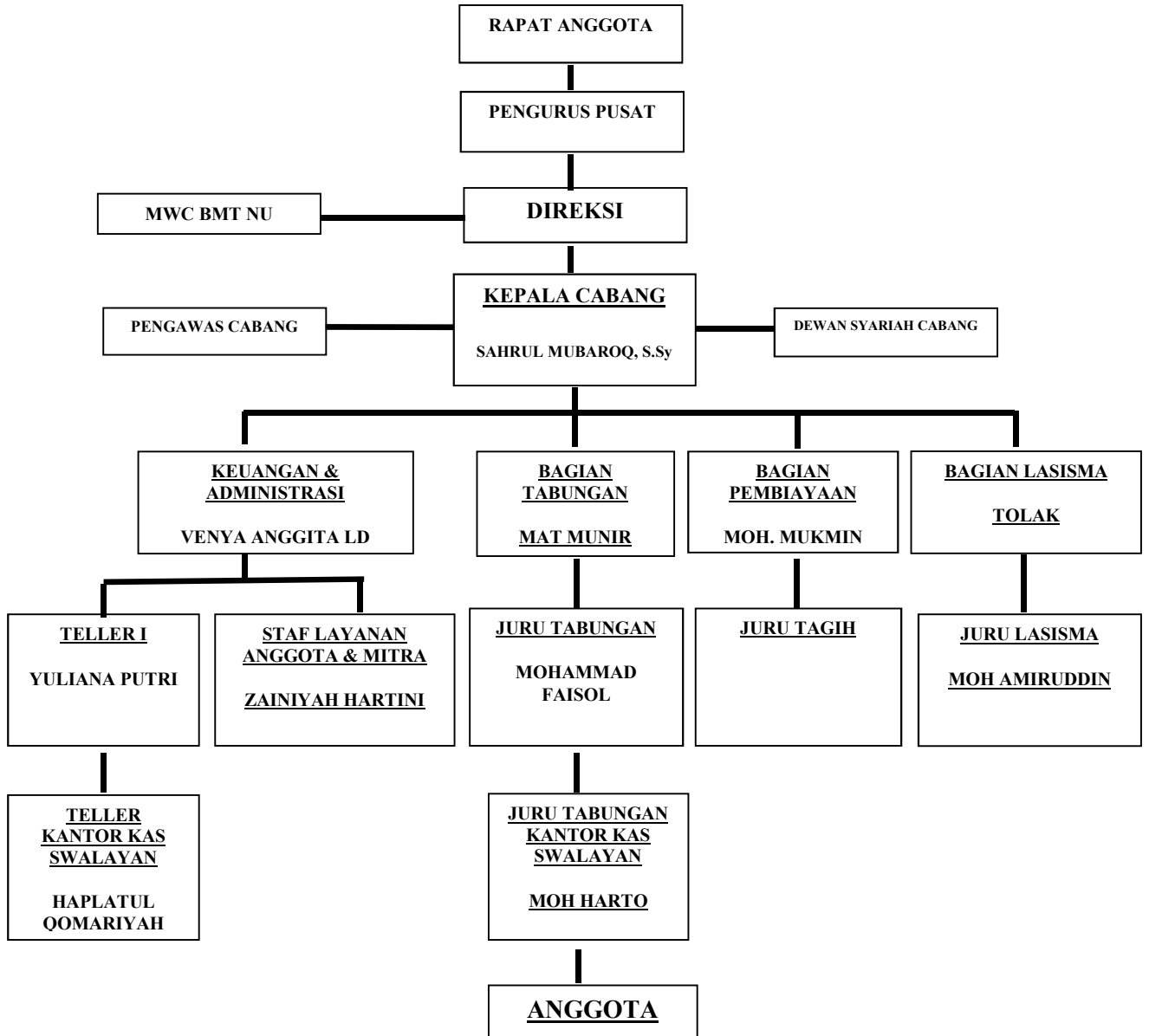
KSPPS adalah koperasi simpan pinjam dan pembiayaan syariah. Baitul maal wat-tamwil saat ini banyak yang berbadan hukum koperasi dan dinamakan koperasi simpan pinjam pembiayaan syariah.² Kegiatan usahanya meliputi simpanan, pinjaman dan pembiayaan sesuai prinsip syariah, termasuk mengelola zakat, infaq/sedekah dan wakaf (peraturan menteri koperasi dan usaha kecil dan menengah republic Indonesia nomor 16/per/M.KUKM/IX/2015 tentang pelaksanaan kegiatan usaha simpan pinjam dan pembiayaan syariah oleh koperasi)

² Ardito Bhinadi, *muamalah syar'iyah hidup Barokah*, (Yogyakarta: Depublishing publisher 2018) 153.

4. Struktur organisasi BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang

Gambar 4.1

Struktur Organisasi KSPP Syariah BMT NU Cabang Camplong



5. Produk-produk pembiayaan di BMT NU Jawa Timur Cabang Campong Sampang.

Produk-produk yang di salurkan kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan sebagai berikut.

1) AL-QARDUL HASAN

Karakteristik dan ketentuan umum

- a) Pembiayaan dengan jasa seikhlasnya.
- b) Pembiayaan tanpa bagi hasil.
- c) Jangka waktu maksima 36 bulan dengann angsuran mingguan, bulanan, 4 bulanan, 6 bulanan.

2) MURABAHAH DAN BA'I BITSAMANIL AJIL

Karakteristik dan ketentuan umum

- a) Pembiayaan dengan pola jual beli barang berdasarkan kesepakatan.
- b) Selisih harga jual merupakan keuntungan BMT NU.
- c) Jangka waktu maksimal 36 bulan dengan angsuran 4 bulanan, 6 bulanan (ba'I bitsamanil ajil) atau cash tempo (murabahah)

3) MUDHARABAH DAN MUSYARAKAH

Karakteristik dan ketentuan umum

- a) Pembiayaan dengan system bagi hasil antar *shohibul maal* (BMT NU) dengan *mudharib* (mitra)
- b) Bagi hasil di itung berdasarkan keuntungan yang sebenarnya dengan bagi hasil berdasarkan kesepakatan (mudharabah) atau sesuai proporsi modal (musyarakah).

- c) Jangka waktu maksimal 36 bulan dengan angsuran bulanan, 4 bulanan, 6 bulanan atau cash tempo.

4) RAHN/ GADAI

Karakteristik dan ketentuan umum

- a) Barang yang bisa digadaikan berupa perhiasan emas dan barang-barang berharga lainnya.
- b) Nilai pinjaman maksimal 92% dari harga barang.
- c) Masa pinjaaman maksimal 4 bulan dan di peranjang maksimal 3 kali.
- d) Biaya taksi dan uji barang di tanggung pemilik barang.
- e) BMT NU mendapatkan Ujroh / ongkos penitipan varanf setiap harinya sebesar Rp. 6,- untuk setiap kelipatan Rp. 10.000,- dari harga barang`

5) PEMBIAYAAN HIDUP SEHATI

Karakteristik dan ketentuan umum

- a) Pembiayaan hidup sehat islami(HIDUP SEHATI) disiapkan bagi anggota yang belum memiliki jamban/WWC/toilet.
- b) Menggunakan akad murabahah.

6) PEMBIAYAAN TANPA JAMINAN (LASISMA)

1. Pembiayaan tanpa jaminan (LASISMA)

Lasisma (layanan yang berbasis jamaah) yaitu pembiayaan kelompok yang dikenal di lembaga keuangan yang didirikan pada tahu 2004. Seluruh cabangnya sudah memiliki banyak kelompok dengan syarat terdiri dari lima hingga 20 anggota yang diberikan FORSA (forum silaturahmi anggota). Pembiayaan yang berbentuk kelompok untuk masyarakat yang ingin

mengembangkan suatu usahanya. Jangka waktu yang diberikan yaitu 12 bulan dengan angsuran mingguan, bulanan atau *cash tempo*.

. Lasisma ditujukan untuk mengentaskan kemiskinan. Lasisma juga diupayakan sebagai jawaban atas kebutuhan ekonomi masyarakat kecil. Bagi masyarakat miskin yang tidak berpendidikan, berurusan dengan Bank adalah suatu persoalan yang sangat rumit Sehingga untuk menghindari kerumitan tersebut, maka kebutuhan modalnya berhubungan dengan rentenir. Sehingga masyarakat terlibat dalam jejaring yang menjadikannya tetap miskin.

Awal dari pembiayaan ini dari banyaknya keluhan masyarakat yang ingin mengajukan pembiayaan akan tetapi tidak memiliki harta yang ingin dijadikan jaminan. Oleh karena itu di bentuklah LASISMA atau pembiayaan tanpa jaminan dengan persyaratan harus memiliki usaha yang berbentuk kelompok. Setiap kelompok terdiri dari 5 orang dan maksimal 20 orang. Memiliki usaha yang berdekatan atau rumah yang berdekatan maksimal radius 50 meter. Plafon yang ditentukan oleh BMT NU di pembiayaan LASISMA yaitu dengan tiga tahap, yang pertama tahap I maksimal Rp 2.000.000,- tahap II maksimal Rp. 4.000.000,- dan tahap III maksimal Rp. 5.000.000,- dengan peningkatan plafon tersebut sudah di tentukan SOP di BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang.

Akad yang digunakan dalam pembiayaan Lasisma yaitu akad *Al-Qardul Hasan* pembiayaan dengan akad ini di berikan tanpa adanya jaminan atau imbalan sesuai dengan ajaran islam yang tidak di bolehkan dalam riba (bunga). Selain itu pembiayaan ini dapat membantu pedagang kecil dan

juga meningkatkan loyalitas anggota kepada lembaga BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang. Manfaat dari akad *Al-qardul hasan* dapat membantu masyarakat dalam kesulitan yang dihadapi dalam hal pemodalannya usaha, sehingga pihak BMT NU memberikan modal dalam jangka pendek.

Sasaran dari pembiayaan Lasisma lebih kepada anggota yang memiliki usaha akan tetapi tidak memiliki barang jaminan untuk dijadikan pengajuan pembiayaan sebagai modal usahanya. Sasarannya yaitu ibu rumah tangga yang memiliki usaha mikro seperti dipasaran dan lain sebagainya, tujuan adanya pembiayaan ini dapat membantu modal para UMKM Di sekitar karena di BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong mayoritas dari kalangan menengah kebawah. Dengan adanya pembiayaan Lasisma ini dapat membantu masyarakat dalam memulai suatu usahanya.

2. Persyaratan

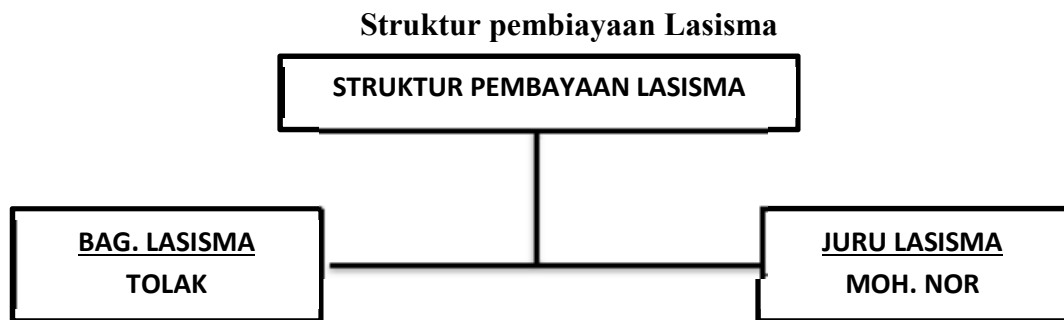
- a. Photocopy KTP/SIM/KARTANU atau identitas lainnya
- b. Mengisi form aplikasi atau reistrasi di kantor cabang atau secara online melalui aplikasi BMT-Q
- c. Membayar administrasi sebesar Rp 10.000,-

3. Persyaratan Anggota aktif

- a. Membayar siaga pokok: Rp 100.000,-
- b. Siaga wajib perbulan: Rp 20.000,-
- c. Siaga khusus: terserah anggota

4. Struktur Pembiayaan Lasisma

Gambar 4.2



B. PAPARAN DATA

1. Strategi pemasaran produk pembiayaan Lasisma yang digunakan di BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang.

Dari hasil data yang di peroleh dari BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang bahwasannya, strategi yang digunakan adalah bauran pemasaran 4P, pihak BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang dirasa memiliki sisi keunikan tersendiri dari pada lembaga-lembaga keuangan lain yang ada di sekitarnya.

Seperti yang dijelaskan oleh bapak Sahrul selaku Ketua Cabang di BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang.

“dari segi produk, sudah jelas beda dengan lembaga-lembaga keuangan yang ada di sekitar lokasi BMT NU ini, di BMT NU dalam segi produk pembiayaan syariah memiliki produk Al-Qardul Hasan, Murabahah dan Ba’i Bitsamanil Ajil, Mudharabah dan Musyarakah, Rahn/Gadai, Pembiayaan Tanpa Jaminan, Pembiayaan Sehidup Sehati.

Bapak sahrul juga menambahkan:

“Dan BMT NU memberikan hasil yang lumayan, guna menarik minat nasabah/ calon anggota untuk berpartisipasi bergabung dengan BMT NU, seperti produk kami yaitu Pembiayaan tanpa jaminan LASISMA, bagi yang

berminat dengan pinjaman pembiayaan ini maka orang tersebut akan ikut serta menjadi anggota, dengan membentuk sebuah kelompok minimal 5 orang maksimal 20 orang dan rumahnya itu harus deket deket dan pinjaman pertama maksimal Rp.10.000.00,- perkelompok dengan pengajuan pertama maksimal Rp. 2.000.00,- dengan akad al qardul hasan menjadikan orang yang ingin bergabung dengan produk pembiayaan lasisma memberikan pembiayaan dengan jasa seikhlasnya dengan jangka waktu maksimal 36 bulan. Yang mana produk pembiayaan ini begitu banyak peminatnya, karna rata-rata masyarakat yang ada di sekitar sini dan yang sudah pernah diajak untuk bersosialisasi itu kebanyakan orang kalangan ekonomi yang rendah, meski dengan demikian dengan sosialisasi kami, mereka banyak menyadari bahwa perekonomian itu sangat penting dan dapat membantu mereka, oleh karena itu dengan mereka yang tertarik dengan ajakan kami maka mereka langsung ikut serta berpartisipasi untuk bergabung dengan pembiayaan di BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang”.

Untuk memperkuat hasil wawancara, selanjutnya saya mewawancarai bagian pembiayaan yaitu bapak Mukmin, hasil wawancaranya adalah sebagai berikut:

“kalo produk di lasisma itu ya pinjaman untuk tahap pertama itu Rp.2.000.000,- untuk tahap kedua itu bisa melebihi tergantung angsurannya, jika angsurannya bagus itu akan diberikan lebih gitu, tapi di lasisma itu dapat pinjaman biasanya ketika angsuran itu juga menawarkan untuk menabung, jika angsurannya mingguan itu dapat nabung perminngggunya gitu, tapi lasisma itu tergantung pertemuan jadi bisa minjam dan bisa menabung jadi dapat dua-duanya begitu”³

Dari hasil penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwasannya BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang dalam melakukan strategi pembiayaan dari segi produk yaitu memperkenalkan produk pembiayaan LASISMA karena produk ini memiliki keunikan dari pada lembaga-lembaga keuangan lainnya yang ada disekitar BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang. Dengan adanya jasa seikhlasnya atau akad al-qardul hasan mampu menarik minat

³ Mukmin, Bagian Tabungan BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang, *wawancara Langsung*, (29 mei 2021) jam 14:40

nasabah/anggota kareba mayoritas masyarakat disana adalah masyarakat dengan penghasilan yang sangat rendah, dan di lasisma selain dapat meminjam juga dapat menabung jadi pembiayaan ini bisa dikatakan membantu dalam menjaga dan mensejahterakan perekonomian pada masyarakat tersebut.

Hal yang sama juga disampaikan oleh Bapak sahrul selaku kepala cabang yaitu sebagai berikut :

“Dan untuk pinjaman pembiayaan Dan tadi sudah dijelaskan bahwa pinjaman pertama yaitu maksimal Rp.10.000.00,- perkelompok jadi tiap orang mendapatkan Rp. 2.000.00,- dan jangka waktu untuk membayar terserah kelompok maksimal 36 bulan dengan jasa seikhlasnya, anggota bebas membayar berapa saja. Jika pembiayaan tersebut lancar maka nominal yang awalnya Rp.2.000.00,- bisa naik menjadi Rp.3.000.00,- jadi ada tahapan-tahapannya”⁴.

Dari apa yang sudah dijelaskan oleh bapak Sahrul dapat disimpulkan bahwa hal tersebut sedikit banyaknya akan menarik masyarakat untuk berpartisipasi terhadap BMT NU, karena dari segi penagihan masyarakat bisa membayar berapa saja sesuai seikhlasnya. Hal ini juga di katakana strategi yang lumayan baik untuk mensejahterakan para anggotanya, sebagaimana hal itu termasuk tujuan dari berdirinya BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang.

Selanjutnya menurut peneliti dirasa lumayan baik, yakni dalam segi promosi, seperti yang diungkapkan oleh bapak Sahrul:

“Promosi yang kita lakukan mungkin tidak sama dengan promosi yang dilakukan oleh lembaga-lembaga keuangan lainnya, yang mana jika lembaga lainnya melakukan promosi lewat iklan dan juga memasang bener dimana-dimana, kami hanya menyebarkan brosur dan menggunakan strategi door to door atau dari rumah kerumah, dan lebih resminya kita sebut silaturahmi, karena menurut kami maupun BMT NU silaturahmi sangat

⁴Sahrul, kepala cabang BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang, *wawancara Langsung*, (29 mei 2021) jam 12:05

penting dan diutamakan, karena dengan hal itu kami bisa lebih dekat dengan masyarakat dan pastinya akan lebih mudah menarik minat mereka untuk bergabung dengan BMT NU”⁵

Untuk memperkuat hasil wawancara saya mewawancarai bagian Teller yaitu Yuliana Putri:

“Iya mbak riris, Selain itu di bmt sini juga Dalam segi promosi itu bisa dikatakan bekerja sama dengan cabang BMT NU Lainnya seperti cabang sampang, bangkalan dan lain-lainnya. Seperti dari mulut kemulut untuk saling mempromosikan produk yang ada di BMT NU”.⁶

Dari segi yang digunakan ialah bauran pemasaran yaitu 4P yang mana sudah dijelaskan diatas, dan BMT NU memiliki cara tersendiri untuk melakukan strategi guna mencapai target . karena strategi ini di BMT NU dirasa memiliki keunggulan tersendiri dari lembaga-lembaga yang ada di sekitar BMT NU tersebut.

Strategi pembiayaan produk lasisma yang digunakan adalah:

a. Kunjungan Langsung Kepada Anggota

Seperti yang diungkapkan oleh bapak Sahrul selaku kepala cabang BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang :

“kunjungan langsung kepada anggota kita riris, karena kita punya anggota yang setiap harinya kita jemput angsurannya. Dan disitu kita kunjungan keanggota menggunakan brosur-brosur atau langsung kunjungahn door to door ke orang-orang untuk memasarkan langsun ke usernya, dan oleh karena itu juga kita bisa dengan mudah mendapatkan kepercayaan dari masyarakat lainnya, sehingga mudah menarik minat mereka terhadap BMT NU”⁷

⁵ Sahrul, kepala cabang BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang,*wawancara Langsung*,(29 mei 2021) jam 12:05

⁶ Yuliana Putri, Bagian Teller BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang,*wawancara Langsung* (29 mei 2021) jam 15:00

⁷Sahrul, kepala cabang BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang,*wawancara Langsung*,(29 mei 2021) jam 12:05

b. Sosialisasi dengan masyarakat yang penduduknya berdekatan

Seperti yang di jelaskan oleh bapak Sahrul :

“kita juga bersosialisasi kepada masyarakat yang penduduk rumahnya berdekatan contohnya seperti di prajjan tempat tinggal bak riris (peneliti) mayoritas disitu rumah nya saling berdekatan dan lumayan banyak warga disana bergabung menjadi anggota lasisma, karena lasisma itu kelompok jadi jika cari lokasi yang berpenduduk pecah-pecah atau berjauh-jauh itu tidak termasuk dalam kategori Lasisma, jadi diusahakan cari lokasi yang berpenduduk padat dan disitu kita langsung melakukan pemasaran dengan media brosur”.

c. Membimbing Tokoh-Tokoh Agama

Seperti yang sudah dijelaskan oleh Bapak Mukmin selaku pemibayaan yang juga berperan sebagai marketing:

“selain kita memasarkan dan mensosialisasikan pada masyarkat kita juga mengajak para tokoh masyarakat riris, seperti para kyai kan di sini mayoritas banyak dekat dengan pondok pesantren, jadi kepercayaan mereka itu penting bagi BMT NU ini, karena dengan hal itu kita juga akan lebih bisa untuk mengajak masyarakat biasa seperti itu riris”⁸

d. Menuntun Para UKM

Seperti yang diungkapkan oleh Bapak Mukmin:

“kita juga mengajak para pendiri UKM-UKM riris, karena pendiri UKM itukan jaringannya luas, jadi kita disini berharap akan ada calon anggota yang percaya dan kami juga berharap dengan strategi ini berkembang dan juga berjalan dari teman dan lainnya.”

Dari pernyataan diatas dapat di simpulkan bahwa strategi promosi yang digunakan dirasa cukup baik, karena BMT NU lebih mengedepankan silaturahmi kepada para nasabah/anggota dengan cara mendatangi kerumahnya

⁸ Mukmin, Bagian Tabungan BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang, *wawancara Langsung*, (29 mei 2021) jam 14:40

langsung dan bisa dikatakan *door to door*. Selain itu bekerja sama dengan BMT lainnya, seperti cabang sampang, pamekasan, bangkalan dan lainnya untuk saling memperkenalkan keunggulan dari setiap cabang BMT NU Jawa Timur. Dan dari layanan jasa seperti antar jemput penagihan, dimana ini dirasa terkesan baik bagi para nasabah/anggota tanpa harus ke lembaga keuangan.

Bapak Mukmin menambahkan lagi:

“persaingan itu memang pasti ada riris, perusahaan satu dengan perusahaan lain, pedagang satu dengan lainnya apalagi seperti lembaga keuangan, akan tetapi pihak BMT NU harus terus semangat dan giat untuk melakukan strategi semaksimal mungkin. Dan juga dari segi tempat disini ada tempat parkir yang luas membuat para anggota nyaman meletakkan kendaraannya, dan juga ruang tunggu yang luas dan juga nyaman”.⁹

Menurut peneliti dari letak BMT bisa dibilang cukup memiliki daya saing yang cukup tinggi karena disekitar lokasi disana juga terdapat beberapa lembaga-lembaga keuangan yang berbasis syariah maupun non syariah seperti yang telah diungkapkan oleh Bapak Mukmin.

“jika masalah tempat seperti tadi yang sudah dijelaskan diatas riris, masyarakat sedikit banyaknya lebih memilih menjadi anggota disini, bukan hanya melakukan pembiayaan saja tetapi juga ada yang melakukan simpan pinjam. Dan bisa jadi karna BMT ini berbasis syariah dan NU, karena mayoritas masyarakat disini juga NU, dan bahkan masyarakat muhammadiyah pun juga ikut serta menjadi anggota di BMT NU ini”.

Dari pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa dari segi tempat BMT NU memiliki tempat parkir yang cukup luas dan ruang tunggu yang cukup luas harum dan nyaman, dimana hal ini menjadikan keunggulan tersendiri bagi BMT NU, meski dibilang banyak pesaing yang ada disekitar lokasi BMT NU tersebut,

⁹ Mukmin, Bagian Tabungan BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang, *wawancara Langsung*, (7 juli 2021) jam 10:08

tapi sedikit banyak masyarakat disekitar bahkan yang agak jauh sekalipun,, lebih banyak menjadi anggota di BMT NU.

Bapak Mukmin menambahkan:

“bisa jadi juga dari kepercayaan dan keyakinan anggota/nasabah tersendiri tentang lembaga keuangan ini, jadi lebih banyak yang memilih atau bergabung menjadi nasabah anggota di BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang”.

Meski dikatakan cukup bersaing, kurang lebihnya banyak masyarakat yang melakukan pembiayaan di BMT NU ini. Karena dari keyakinan dan kepercayaan serta kenyamanan nasabah/anggota menjadikan kita ikut serta berpartisipasi dengan melakukan pembiayaan hingga simpan pinjam di lembaga ini.

Untuk memperkuat hasil wawancara selanjutnya saya mewawancarai Bapak Sahrul sbagai berikut:

“seperti targeting, semua karyawan yang ada di BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang memiliki target tersendiri, pada intinya mereka harus mencapai target bagaimanapun caranya. Yakni demi kelangsungan hidup BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang. Dan karyawan bekerja sama dalam pencapaian target tersebut. Selain itu juga positioning, jika dari posisi sudah bisa di katakana cukup baik karena berada di dekat pasar dengan fasilitas yang cukup baik dari lembaga yang ada di sekitar BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang”¹⁰.

Kesempatan berikutnya saya mewawancarai beberapa anggota pembiayaan Lasisma yang pertama yaitu ibu Suparmi Ningsih yang berasal dari pesisir tambaan camplong mengatakan sebagai berikut:

”saya tertarik dek untuk mengambil pembiayaan Lasisma ini karena pembiayaan yang tanpa jaminan dan untuk membayar angsurannya pun tiap

¹⁰ Sahrul, kepala cabang BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang, *wawancara Langsung*, (07 juni 2021) jam 13:11

minggunya saya tidak usah ke kantor karena sudah ada jasa yang menjemput angsurannya dan di pembiayaan ini kan kelompok dimana akan memberikan suatu keringan dalam angsuran perminggunya gitu dek”¹¹

Begitu juga yang sudah di sampaikan oleh Ibu Su’adah sebagai berikut:

“saya menjadi anggota di BMT ini sudah lama nak saya bukan Cuma meminjam saya juga menabung disini nak, saya mengenal karena ada pihak BMT yang sering mendatangi di desa rumah saya yang melakukan langsung bersosialisasi, pihak BMT mengenal kan tentang produk BMT Termasuk produk pembiayaan lasisma karena produknya menurut saya menarik karena tanpa adanya jaminan disitu juga dari pihak BMT NU yang mendatangi saya kerumah untuk meminta angsurannya jadi saya tidak usah repot-repot untuk ke kantornya nak, dan juga saya disini bergabung di lasisma karena angsuran yang tiap buannya atau mingguannya yang saya bayar itu seikhlasnya saya terserah saya mau bayar berapa saja gitu nak.”¹²

Begitu juga sudah di sampaikan oleh Ibu Jaliyah sebagai berikut:

“ gini mbak saya saya baru-baru ini menjadi anggota BMT NU dan saya mengenal nya karena ada pihak BMT NU yang kerumah saya untuk bersosialisasi, pihak BMT NU memberitahukan tentang produk yang dimilikinya, menjelaskan keuntungan-keuntungannya juga mbak, sehingga saya tertarik untuk bergabung dengan Lasisma akan tetapi ada syaratnya harus kelompok gitu mbak kan layanan yang berbasis jamaah jadi karena kelompok pihak BMT mencari rumah yang berdekatan seperti di desa saya ini mbak (pesisir tambaan), dan selain itu dapat membantu saya dalam memulai suatu usaha gitu mbak.”¹³

Begitu juga sudah di sampaikan oleh Ibu Halimatus sakdiyah sebagai berikut:

“pembiayaan ini tidak ada jaminannya dan berbentuk kelompok yang mungkin dapat memberikan suatu keringan dalam angsuran pun juga membayar seikhlasnya saja mbak, saya bergabung menjadi anggota hanya persyaratannya Cuma menyetorkan KTP dan biayaanya hanya Rp 10.000,-

¹¹ Suparmi Ningsih, Anggota Pembiayaan Lasisma BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang, *wawancara Langsung*, (13 agustus 2021) jam 12:00

¹² Suadah, Anggota Pembiayaan Lasisma BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang, *wawancara Langsung*, (13 agustus 2021) jam 14:15

¹³ Jaliyah Anggota Pembiayaan Lasisma BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang, *wawancara Langsung*, (14 agustus 2021) jam 10:33

dan saldo awal juga Rp 10.000,- untuk bergabung dengan Lasisma kita harus menjadi anggota BMT NU dulu gitu mbak.¹⁴

Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan anggota, maka dapat disimpulkan bahwa anggota puas dalam pelayanan yang sudah diterapkan oleh BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang dan juga dengan adanya produk pembiayaan Lasisma (layanan yang berbasis jamaah) dapat membantu masyarakat/anggota yang ingin memulai suatu usahanya dan dengan adanya akad *Al-Qardul hasan* membuat keringanan dan kemudahan bagi anggota karena angsuran yang di berikan seikhlasnya saja.

Dari hasil Observasi yang dilakukan oleh BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang dapat disimpulkan bahwa di bauran pemasaran yang dilakukan oleh BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang menurut hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti yaitu BMT NU dalam melakukan pemasarannya lebih mengedepankan silaturahmi dengan mendatangi langsung kepada rumah anggota dengan cara memberikan brosur dan menawarkan produk pembiayaan yang di miliki oleh BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang sehingga dalam hal ini dapat membuat Anggota/Masyarakat lebih mudah memahami apa yang telah di sampaikan oleh pihak BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang dan mampu menarik minat Anggota dalam bergabung dengan pembiayaan di BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang.

¹⁴ Halimatus Sakdiyah Anggota Pembiayaan Lasisma BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang, wawancara Langsung, (14 agustus 2021) jam 13:00

2. Pertumbuhan Produk Pembiayaan Lasisma

Jumlah anggota merupakan salah satu tolak ukur pencapaian untuk BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang. Dan pencapaian tersebut tidak lepas dari pengelola pihak BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang yang mampu memasarkan produk sesuai dengan keinginan dan kebutuhan masyarakat/anggota, oleh karena itu, setiap lembaga keuangan memang perlu menetapkan bauran pemasaran untuk melihat peluang pasar supaya tepat sasaran. Strategi yang tepat akan berpengaruh dengan peningkatan dan jumlah anggota/masyarakat.

Pertumbuhan pembiayaan lasisma bisa dilihat dari meningkat tidaknya jumlah anggota dan juga jumlah *outstanding* (nominal pembiayaan) tiap tahunnya, dimana jumlah anggota tiap tahunnya di BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Saampang dari 3 tahun terakhir ini mengalami peningkatan akan tetapi di *outstanding* (nominal pembiayaan) menurun. Berikut data yang di peroleh dari BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang.

Tabel 4.1

Pertumbuhan pembiayaan lasisma dari 2019-2021

No	Tahun	Jumlah Anggota	<i>Outstanding</i> (nominal pembiayaan)
1	2019	231	Rp 596.880.000,-
2	2020	313	Rp 510.291.500,-
3	2021	394	Rp 425.792.500,-

Sumber: BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang

Pada tabel diatas dapat disimpulkan bahwa jumlah anggota pembiayaan produk Lasisma(layanan berbasis jamaah) pada tahun 2019 sebesar 231 anggota dengan *outstanding* Rp 596.880.000,- kemudian pada tahun 2020 jumlah anggota pembiayaan Lasisma mengalami peningkatan sebesar 313 dengan *outstanding* Rp 510.291.500,- dan pada tahun 2021 jumlah anggota pembiayaan Lasisma mengalami peningkatan sebesar 394 dengan *outstanding* Rp 425.792.500,-. Dapat dilihat dari table tersebut bahwa jumlah anggota pembiayaan Lasisma tiap tahun mengalami peningkatan sedangkan *outstanding* (nominal pembiayaan) menurun.

Berikut hasil wawancara dengan Bapak Tolak selaku bagian dari LASISMA di BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang sebagai berikut:

“di produk pembiayaan Lasisma setiap tahun mengalami peningktan akan tetapi dalam *outstanding* nya sekarang menurun seperti itu riris, Karena dengan adanya covid-19sangat mempengaruhi perekonomian masyarakat, naik nya produk pembiayaan lasisma karena adanya akad qardul hasan sehingga masyarakat minat untuk bergabung dengan produk pembiaayaan lasisma ini karena dengan membayar angsuran seikhlasnya membuat masyarakat atau anggota tertarik dengan produk pembiayaan LASISMA ini, akan tetapi sekarang di *outstanding* (nominal pembiayaan) anggota mengalami kesulitan untuk membayar angsuran seperti itu riris karena perekonomian yang terjadi saat ini karena pandemic covid-19 memang tidak stabil”.¹⁵

Hal senada pun diungkapkan juga oleh Bapak Mukmin sebagai berikut:

“pertumbuhan produk pembiayaan lasisma tahun mengalami peningkatan permasalahannya hanya dalam *outstanding* (nominal pembiayaan) biasanya di pembiayaan lasisma ini selalu berkembang mungkin karena adanya covid 19 ini perekeonomian masyarakat tidak stabil sehingga terjadinya penurunan begitu riris, karena di BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang lebih mengedepankan kehati-hatian yaitu pengaman asset yang penting kemanan karena saat ini ekonomi tidak stabil maka karena itu di BMT NU ini lebih berhati-hati hati karena ekonomi lagi tidak stabil karena

¹⁵ Bapak Tolak selaku Bagian Laisma di BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang, wawancara Langsung, (06 oktober) jam 13:11

covid-19 ini sangat berpengaruh pada angsuran, karena di BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang mematuhi protokol yang ada saat ini”¹⁶

Dari penjelasan diatas terkait dengan penurunan pembiayaan lasisma ini yaitu karena dengan adanya covid-19 menjadikan mata pencaharian masyarakat menurun oleh sebab itu angsuran yang ada menjadi tidak stabil.

Dan Bapak Mukmin menambahkan lagi:

“di BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang tetap mematuhi yang dirangkum dengan kata-kata AMAN, LANCAR, MENGUNTUNGKAN riris, **aman** itu untuk pengamatan asset biar tidak terjadi tunggakan, **lancar** biar angsuran lancar setiap minggu, bulan agar lancar, **menguntungkan** itu jadi laba untuk kita, jadi AMAN, LANCAR dan MENGUNTUNGKAN itu harus bersama dan itu menjadi bagian dari prinsip di BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang”.

Dan Bapak Tolak menambahkan lagi:

“seperti yang Bapak Mukmin katakan mbak bahwa di BMT lebih mengedepankan keamanan jadi pada saat pandemi di BMT tidak melakukan pemasaran akan tetapi lebih kepada angsuran karena pihak bmt sendiri tau pada saat pandemi covid 19 anggota atau masyarakat memang kesulitan ekonomi seperti itu mbak”

Untuk memperkuat hasil wawancara saya mewawancarai Ibu Suparmi

Ningsih sebagai berikut:

“ memang benar nak dengan adanya covid-19 ini mata pencaharian kami menurun biasanya saya selalu menyisihkan uang untuk membayar angsuran, sekarang memang sulit nak, karena saya kan di pasar berjualan dan sekarang pasar memang sudah di batasi karena adanya covid-19 ini akan tetapi mulai berjalannya waktu saya bisa membayar angsuran yang kemaren-kemarennnya menunggak itu nak, Alhamdulillah nya saya bergabung di BMT NU dengan menggunakan pembiayaan lasisma itu enak sekali nak, karena kita membayar angsuran seikhlasnya dan kita juga bisa menabung jadi saat saya tidak bisa membayar uang angsuran saya bisa mengambil

¹⁶ Mukmin, Bagian Tabungan BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang, *wawancara Langsung*, (7 juli 2021) jam 10:08

uang yang saya tabung di BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang.¹⁷

Kesempatan selanjutnya saya mewawancarai Ibu Ratih Monika beliau juga salah satu yang bergabung dengan Lasisma(layanan berbasis jamaah) beliau menyampaikan:

“saya mulai mengenal dan bergabung dengan produk pembiayaan Lasisma itu sudah cukup lama dek, karena dulu dari pihak BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang mendatangi kerumah-rumah, kebetulan waktu itu rumah tetangga jadi saya berinisiatif untuk bergabung dan ketika pihak BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang memperkenalkan produknya yaitu produk Lasisma saya jadi tertarik untuk bergabung karena menurut saya menarik, akan tetapi saat pandemic covid-19 ini memang berpengaruh dalam perekonomian saya dek, jadi memang tidak konsisten dalam membayar angsuran gitu dek”.¹⁸

Dari hasil wawancara yang di lakukan oleh peneliti dengan Anggota dapat disimpulkan bahwa adanya pandemi covid-19 sangat mempengaruhi perekonomian masyarakat/anggota sehingga sulit dalam membayar angsuran di BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang.

Dari hasil observasi peneliti di BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang bahwa dilihat dari meningkatnya jumlah anggota pembiayaan lasisma setiap tahunnya dari tahun 2019-2021 hal tersebut tidak lain karena antusias kerja sama antar devisi yang ada di BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang sehingga dapat meningkatkan anggota menjadi lebih banyak lagi dan juga adanya respon yang baik dari anggota, hal ini menunjukkan bahwa strategi bauran pemasaran yang diterapkan oleh BMT NU Jawa Timur Cabang

¹⁷ Suparmi Pembiayaan Lasisma BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang, *wawancara Langsung*, (14 agustus 2021) jam 14:10

¹⁸ Ratih Monika Pembiayaan Lasisma BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang, *wawancara Langsung*, (14 agustus 2021) jam 15:40

Camplong Sampang memang baik, Akan tetapi dengan adanya covid -19 *outstanding*(nominal pembiayaan) menurun.¹⁹

File yang telah di dapat dari BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang

¹⁹ Observasi di BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang, 29 Mei 2021

Tabel 4.2

Data Pertumbuhan Produk Pembiayaan Lasisma

2019

CABANG		CAMPLONG
JUMLAH FORSA		
JUMLAH ANGGOTA FORSA		231
PEMBIAYAAN LASISMA	OUTSTANDING	596.880.000
	TRANSAKSI BLN INI	
TRANSAKSI SIMPANAN LASISMA	SIAGA	
	NON SIAGA	
KOLEKTIBILITAS LASISMA	KOLEK 2 Rp.	
	JUMLAH ORANG	
	KOLEK 3 Rp.	
	JUMLAH ORANG	
	KOLEK 4 Rp.	
	JUMLAH ORANG	
PENANGANAN KOLEK LASISMA	JUMLAH Rp.	
	J.P. ORANG	

Sumber: BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang

Tabel 4.3

Data Pertumbuhan Produk Pembiayaan Lasisma

2020

CABANG		CAMPLONG
JUMLAH FORSA		
JUMLAH ANGGOTA FORSA		313
PEMBIAYAAN LASISMA	OUTSTANDING	510.291.500,-
	TRANSAKSI BLN INI	
TRANSAKSI SIMPANAN LASISMA	SIAGA	
	NON SIAGA	
KOLEKTIBILITAS LASISMA	KOLEK 2 Rp.	
	JUMLAH ORANG	
	KOLEK 3 Rp.	
	JUMLAH ORANG	
	KOLEK 4 Rp.	
	JUMLAH ORANG	
PENANGANAN KOLEK LASISMA	JUMLAH Rp.	
	J.P. ORANG	

Sumber: BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang

Tabel 4.4

Data Pertumbuhan Produk Pembiayaan Lasisma

2021

CABANG		CAMPLONG
JUMLAH FORSA		
JUMLAH ANGGOTA FORSA		394
PEMBIAYAAN LASISMA	OUTSTANDING	425.792.500,-
	TRANSAKSI BLN INI	
TRANSAKSI SIMPANAN LASISMA	SIAGA	
	NON SIAGA	
KOLEKTIBILITAS LASISMA	KOLEK 2 Rp.	
	JUMLAH ORANG	
	KOLEK 3 Rp.	
	JUMLAH ORANG	
	KOLEK 4 Rp.	
	JUMLAH ORANG	
PENANGANAN KOLEK LASISMA	JUMLAH Rp.	
	J.P. ORANG	

Sumber: BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang

C. Temuan Penelitian

Setelah melakukan penelitian kemudian peneliti dapat mengumpulkan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi yang dapat diperoleh beberapa temuan yang didapat dalam penelitain ini yaitu sebagai berikut:

1. Bahwa Di BMT NU jawa timur cabang camplong sampang dalam melakukan pemasaran menggunakan bauran pemasaran yaitu 4p menggunakan strategi produk dengan cara menawarkan produk-produk yang mungkin bisa dikatakan mudah di pahami, dari segi harga cukup menarik dikarenakan untuk pembiayaan di BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang menggunakan akad Al qardul hasan dimana akad

tersebut membayar seikhlas nya saja, selanjutnya promosi di bmt nu jawa timur cabang camplong mendatangi langsung kerumah anggota dengan cara silaturahmi dengan anggota BMT NU Jawa Timur Cabang Cmplong Sampang selain itu strategi yang digunakan adalah dengan menyebarkan brosur-brosur. selanjutnya tempat Penentuan lokasi yang ada di BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang menjadi pendukung sangat penting, dalam hal ini lokasi yang ada di BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang sudah dikatakan strategis karena mencakup seluruh area yang menjadi target yaitu pasar, sehingga berkembang nya BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang sangat pesat.

2. Bahwa Anggota Lasisma (layanan berbasis jamaah) di BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang Dikatakan efektif bisa di lihat dari data yang diperoleh dari BMT NU Jawa timur Cabang Camplong Sampang selalu meningkat setiap tahunnya Akan tetapi di *oustanding* (nominal pembiayaan) bisa di katakan menurun.

D. Pembahasan

Berdasarkan paparan data dan temuan penelitian yang sudah peneliti uraikan diatas, maka pembahasan yang berkenaan dengan strategi pemasaran produk pembiayaan LASISMA di BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang sebagai berikut:

1. Strategi produk pembiayaan Lasisma di BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang

Strategi bauran pemasaran adalah salah satu cara perusahaan dalam langkah pengembangan usahanya guna menarik para konsumen agar tertarik dengan

produknya supaya bisa lebih dikenal di pasaran. Strategi pemasaran sangat penting oleh setiap badan organisasi dalam usaha yang dijalankan agar mencapai suatu target yang sudah ditentukan, dalam teori kotler amstrong bauran pemasaran adalah perangkat pemasaran yang baik meliputi produk, penentuan harga,promosi dan tempat digabungkan untuk menghasilkan suatu respon yang diinginkan dalam pasar sasaran.²⁰

Di BMT U Jawa Timur Cabang Camplong Sampang adalah keuangan syariah yang bergerak dalam salah satu perusahaan, untuk menjalankan aktivitasnya perlu adanya strategi pemasaran untuk memasarkan suatu produk yang dimiliki oleh BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang hal ini sebagai aktivitas pemasaran pembiayaan BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang dengan tujuan untuk meningkatkan jumlah anggota di BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang terutama pada produk Lasisma (layanan berbasis jamaah) apabila strategi yang dilakukan dengan baik maka akan mencapai hasil yang baik juga dan hal itu dapat menjadi peluang untuk dipasarkan.

Di BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang dalam memasarkan produk pembiayaan khususnya pada pembiayaan Lasisma yaitu untuk menarik minat masyarakat/anggota BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang memilih bauran pemasaran yaitu 4P, produk, harga ,promosi dan tempat.

²⁰ Tengku firli musfar “ *manajemen pemasaran bauran pemasaran sebagai materi pokok dalam manajemen pemasaran*”(cv media sains Indonesia,2020) 9

1) Produk

Dalam teori Philip Kotler produk merupakan sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Produk dapat berupa barang seperti buku, kursi, rumah dan sebagainya, dan jasa (tidak terwujud).²¹

Di BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang dalam memasarkan produk dengan cara mendatangi langsung silaturahmi dengan masyarakat/anggota dan bersosialisasi dengan menawarkan produk-produk yang dimiliki oleh BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang khususnya pada produk pembiayaan Lasisma (layanan berbasis jamaah) yang banyak diminati oleh masyarakat/anggota dan sangat membantu masyarakat yang ingin memulai suatu usahanya dengan memiliki kelompok minimal 5 sampai 20 anggota. Dengan membayar uang Rp.10.000,- sudah bisa menjadi anggota di BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang. Dan ada tahapan-tahapan dalam produk pembiayaan Lasisma, dalam tahap pertama anggota mendapatkan uang sebesar Rp. 2.000.000.00,- dan tahap kedua sebesar Rp. 3.000.000.00,- dan tahap selanjutnya sebesar Rp. 5.000.000.00,-. Karena mayoritas masyarakat di desa Camplong dapat dikatakan dari kalangan ekonomi menengah kebawah sehingga dengan adanya produk pembiayaan Lasisma dapat membantu perekonomian masyarakat/anggota untuk memulai suatu usaha.

2) Harga

Dalam *marketing mix* harga merupakan salah satu aspek penting, harga adalah sejumlah uang yang diberikan dalam pertukaran untuk mendapatkan

²¹ Kasmir, Jakfar "studi kelayakan bisnis" (kencana prena media group 2003) 52

suatu barang atau jasa, mengingat harga merupakan salah satu penyebab laku tidaknya produk yang ditawarkan karena penentuan harga menjadi penting untuk diperhatikan, penentuan harga oleh BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang di jelaskan dengan berbagai keinginan dan tujuan yang ingin dicapai.

Penetapan harga yaitu langkah untuk menetapkan harga di pasar untuk memasarkan produk Pembiayaan yang dimiliki oleh BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang yaitu produk pembiayaan Lasisma(layanan yang berbasis jamaah) cukup menarik dari produk pembiayaan yang lainnya karena dengan menggunakan akad *Al-Qardul Hasan* dapat membantu masyarakat/anggota dalam membayar angsuran. BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang dalam menjemput angsuran agar tidak terjadi kesulitan kepada anggota maka BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang melakukan beberapa cara yang pertama, angsuran secara langsung artinya anggota secara langsung dapat membayar angsuran pembiayaan di BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang, yang kedua, anggota tidak perlu datang ke kantor BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang melainkan pihak BMT yang menagih angsuran pembiayaan setiap minggunya. Dan keunikan dari akad ini adalah masyarakat dapat membayar seikhlasnya saja selain itu masyarakat/ anggota tidak perlu mendatangi langsung ke kantor BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang karena sudah ada jasa untuk menjemput angsuran tersebut, hal ini dapat membantu masyarakat dalam memulai usaha dan mengembangkan perekonomian masyarakat/anggota

3) Promosi

Promosi merupakan alat bauran pemasaran yang pemasarannya digunakan dalam perusahaan untuk mencapai sasaran atau target yang diinginkan. Keputusan harga promosi harus disesuaikan dengan produk yang ingin dirancang dan didistribusikan, selain itu juga dapat melakukan promosi dengan membentuk program yang efektif.²²

Promosi terdiri dari berbagai

- a. Hubungan masyarakat
- b. Periklanan
- c. Promosi penjualan

Dalam melakukan strategi promosi yang dilakukan oleh BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang yaitu dengan silahtrurahmi langsung dengan anggota/masyarakat dan menyebarkan brosur-brosur. Dalam melakukan strategi promosi di BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang melakukan hal-hal sebagai berikut:

- a. Kunjungan langsung kepada masyarakat

Dalam melakukan strategi promosi yang dilakukan oleh BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang melakukan kunjungan langsung dan menyebarkan brosur-brosur kepada masyarakat guna meningkatkan minat masyarakat untuk bergabung dengan BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang.

- b. Sosialisasi dengan masyarakat yang berpenduduk berdekatan

Dalam melakukan strategi yang dilakukan oleh BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang bersosialisasi langsung dengan anggota dengan

²² Agustina shinta. *manajemen pemasaran*, (malang:UB press, 2011)67

mendatangkan kerumah anggota/masyarakat yang rumah atau desa yang berdekatan karena dengan hal itu pihak BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang memperkenalkan produk yang dimiliki khususnya produk pembiayaan Lasisma.

c. Membimbing tokoh agama

Dalam melakukan pemasaran di BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang mengajak para tokoh agama untuk bergabung dengan BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang dengan hal itu dapat mudah mengajak masyarakat biasa untuk bergabung dengan BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang.

d. Menuntun para UKM

BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang dalam melakukan strategi pemasaran dengan bergabung dengan para UKM dapat membantu mengembangkan strategi yang dimiliki oleh BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang hal ini dapat memudahkan ketertarikan masyarakat/anggota dalam bergabung dengan produk pembiayaan Lasisma yang ada di BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang.

Di BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang dalam memasarkan suatu produknya menggunakan media cetak seperti penyebaran secara langsung kepada masyarakat atau anggota. Penyebaran brosur media cetak dilakukan dengan menyebarkan brosur ke masyarakat misalnya kerumah-rumah, pasar dan sekitarnya sehingga dalam hal itu dapat meningkatkan minat anggota untuk bergabung di BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang.

Strategi promosi *personal selling* (penjualan perorangan) produk pembiayaan Lasisma yang dilakukan di BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang yaitu mempromosikan langsung kelapangan (*person to person*).

Target promosi produk pembiayaan Lasisma yaitu sosialisasi kerumah-rumah, pasar. Selain itu dengan melakukan strategi *personal selling* sistem promosi tatap muka, karyawan bisa menyakinkan dan merangsang masyarakat untuk meraih minat anggota dalam bergabung di produk pembiayaan Lasisma. Strategi ini juga memudahkan karyawan untuk lebih memahami karakter dari masing-masing masyarakat supaya karyawan bisa tahu masalah yang dihadapi oleh masyarakat.

4) Tempat

Tempat merupakan salah satu aktivitas perusahaan dalam membuat produk yang sudah disediakan untuk konsumen dalam sasaran. Strategi tempat menjadi sangat penting karena saat konsumen membutuhkan produk yang sudah di sediakan oleh perusahaan, oleh karena itu tempatnya jelas dan diketahui oleh banyak masyarakat.

Dalam menentukan tempat di BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang menjadi pendukung yang sangat penting oleh karena itu dapat membantu anggota/masyarakat yang ingin bergabung dengan BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang. Dalam hal ini lokasi tempat yang ada sudah dikatakan strategis karena berada di pinggir jalan raya dan berdekatan dengan pasar dan sudah mencakup seluruh area yang menjadi target BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang. Di dalam kantor BMT NU Jawa Timur

Cabang Camplong Sampang terdapat AC Sehingga membuat masyarakat atau anggota nyaman berada di kantor BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang. Selain itu di dalam kantor BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang sangat bersih dan terawat dan juga harum membuat anggota tidak bosan berada di dalam kantor BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang. Dan untuk area parkir sudah dikatakan nyaman karena di BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang memiliki tempat parkir yang sangat luas sehingga masyarakat atau anggota tidak bingung untuk memarkir kendaraannya.

Hasil diatas sesuai pendapat teori Kotler dan Keller yaitu untuk fase menyediakan nilai, pemasar harus menentukan fitur produk tertentu, harga, promosi dan tempat. Serta mengomunikasikan nilai dengan mendayagunakan tenaga penjualan, promosi penjualan, iklan dan sarana komunikasi lain untuk mengumumkan dan mempromosikan suatu produk.

2. Pertumbuhan Produk Pembiayaan Lasisma(layanan yang berbasis jamaah) di BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang.

Peningkatan pertumbuhan produk pembiayaan Lasisma (layanan yang berbasis jamaah) tidak lain dari hasil kinerja dan kerja keras pihak BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang dengan menggunakan strategi pemasaran bauran pemasaran dan disandingkan dengan strategi persaingan dapat berhasil dalam melakukan pemasarann sehingga pertumbuhan pembiayaan Lasisma(layanan berbasis jamaah) meningkat akan tetapi ada kendala dalam *outstanding* (Nominal pembiayaan).

Dapat di lihat dari data yang di peroleh dari BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang Sebagai berikut.

Tabel 4.5

Pertumbuhan pembiayaan lasisma

No	Tahun	Jumlah Anggota	<i>Outstanding</i> (nominal pembiayaan)
1	2019	231	Rp 596.880.000,-
2	2020	313	Rp 510.291.500,-
3	2021	398	Rp 425.792.500,-

Sumber: BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang

Peningkatan pertumbuhan strategi bauran pemasaran dapat dilihat dari hasil yang dilakukan oleh BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang dalam memasarkan strategi produk, harga, promosi dan tempat, strategi produk yang dilakukan oleh BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang dilihat dari produk pembiayaan yang banyak diminat yaitu produk pembiayaan Lasisma(layanan yang berbasis jamaah) karena tidak menggunakan jaminan sehingga masyarakat/ anggota tertarik dengan produk pembiayaan Lasisma, selain itu dengan menggunakan akad *Al-Qardul Hasan* dengan membayar angsuran seikhlasnya dapat membantu masyarakat dalam memulai suatu usahanya.

Terbukti pada tahun 2019 mengalami peningkatan sebesar 231 anggota dengan *outstanding* Rp. 596.880.000,- dan pada tahun 2020 mengalami

peningkatan sebesar 313 anggota dengan *outstanding* menurun sebesar Rp. 510.291.500,- dan pada tahun 2021 juga mengalami peningkatan sebesar 398 akan tetapi di nilai *outstanding* mengalami penurunan sebesar Rp. 425.792.500,- di sebabkan oleh *covid 19* sangat mempengaruhi masyarakat dalam membayar angsuran

Setiap perusahaan termasuk di BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang pasti berupaya untuk menciptakan, mempertahankan dan meningkatkan jumlah anggotanya. Peningkatan pertumbuhan anggota merupakan salah satu bentuk dari tercapainya tujuan pemasaran di BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang. Sebagaimana teori yang dikemukakan oleh Kasmir dalam bukunya bahwa peningkatan jumlah anggota menjadi tujuan utama menjalankan strategi pemasaran.²³

Menurut peneliti efektivitas mengacu pada hasil dari suatu kegiatan yang telah dicapai, berhasil tidaknya dapat dilihat dari pencapaian tujuan. Jadi definisi efektivitas melihat pada hasil dan tujuan lembaga keuangan yang telah berhasil dicapai. Dalam penelitian ini dapat dilihat berdasarkan pertumbuhan jumlah anggota, sesuai dengan pendapat Edy Sutrisno dalam bukunya yang di maksud pertumbuhan yaitu penambahan hal-hal seperti tenaga kerja, penemuan baru. Suatu perbandingan antara keadaan organisasi masa sekarang dengan keadaan di masa lampau.²⁴

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka dapat diketahui bahwa strategi bauran pemasaran yang diterapkan oleh BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang dikatakan efektif, hal ini terbukti dengan tercapainya tujuan

²³ Kasmir, "pemasaran bank", Jakarta: kencana, 2004 162

²⁴ Edy Sutrisno, "budaya organisasi" (Jakarta: PrenadaMedia Group, 2018) 132

pemasaran dan meningkatnya jumlah anggota produk pembiayaan Lasisma (layanan berbasis jamaah) akan tetapi *outstanding* (nominal pembiayaan) menurun hal ini disebabkan karena adanya pandemic covid-19 mempengaruhi perekonomian masyarakat.