

## **BAB IV**

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

#### **A. Profil KSPS BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan**

##### **1. Sejarah Berdirinya KSPS BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan**

Pondok pesantren yang didirikan oleh Sayyid Sulaiman pada 264 tahun silam di desa Sidogiri Kec. Kraton Kab. Pasuruan merupakan salah satu ponpes yang mampu mengembangkan konsep ekonomi islam. Satu pengurus Ponpes Sidogiri, Mahmud Ali Zain, menjelaskan kiprah ponpes tersebut dibidang ekonomi diawali dengan keinginan untuk mandiri/ tanpa mengharapkan benantuan pihak lain, dengan mendirikan koperasi pada 1981.

Dalam perkembanganya, pengurus kopontren sidogiri dan beberapa guru Madrasah Miftahul Ulum pondok pesantren Sidogiri pada pertengahan 1997 menyelenggarakan kegiatan usaha dengan fokus simpan pinjam pola syari'ah bernama Baitul Mal wa Tamwil Maslahah Mursala lil Ummah (BMT MMU). Usaha tersebut merespon masalah dari masyarakat sekitar pesantren yang mengatakan mulai terjerat oleh praktik ekonomi ribawi seperti dalam bentuk rentenir. Lalu Dengan memanfaatkan jaringan dari alumni dan guru pondok pesantren Sidogiri, maka dibentuklah Usaha Gabungan Terpadu (UGT). Koperasi BMT Usaha Gabungan Terpadu Sidogiri disingkat "BMT UGT Sidogiri"

Pada tanggal 12 Rabi'ul Awal 1418 H atau 17 Juli 1997 ditetapkanlah pendirian Koperasi BMT MMU Pasuruan yang berkependudukan di kecamatan Wonorejo Pasuruan. Saat itu kantor pelayanan pertama BMT MMU masih sewa dengan ukuran luas  $\pm 16$  m dan modal awal sebesar Rp. 13.500.000,- yang terkumpul dari anggota sebanyak 148 orang, terdiri pada asatidz pengurus dan pimpinan MMU Pondok Pesantren Sidogiri.

Koperasi BMT Usaha Gabungan Terpadu Sidogiri disingkat "Koperasi BMT UGT Sidogiri" mulai beroperasi pada tanggal 5 Rabiul Awal 1421 H atau 6 Juni 2000 M. di Surabaya dan kemudian mendapatkan badan Hukum Koperasi dari Kanwil Dinas Koperasi PK dan M Propinsi Jawa Timur dengan SK Nomor: 09/BH/KWK.13/VII/2000 tertanggal 22 Juli 2000.

Jadi BMT UGT Sidogiri didirikan oleh beberapa orang yang berada dalam satu kegiatan Urusan Guru Tugas Pondok Pesantren Sidogiri (Urusan GT PPS) yang di dalamnya terdapat orang-orang yang berprofesi sebagai guru dan pimpinan madrasah, alumni Pondok Pesantren Sidogiri Pasuruan dan para simpatisan yang menyebar di wilayah Jawa Timur.

Selain itu, misi Koperasi BMT UGT Sidogiri juga diperbarui yaitu mengelola koperasi yang sesuai dengan jatidiri santri, menerapkan sistem syariah yang sesuai dengan standar kitab salaf dan Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN), menciptakan kemandirian likuiditas yang berkelanjutan, memperkokoh sinergi ekonomi antar anggota, memperkuat kepedulian anggota terhadap koperasi, memberikan khidmah terbaik terhadap anggota dan umat dan meningkatkan kesejahteraan anggota dan umat.

Dari semangat dan tekad itulah para pendiri koperasi yang pada waktu itu di motori oleh Ustad H. Mahmud Ali Zain bersama Asatidz madrasah ingin sekali meneruskan apa yang menjadi keinginan KH. Nawawi Thoyib (Alm) agar segera terwujud lembaga yang

diatur rapi dan tertata bagus. Seperti dawuhnya Sayyidina Ali R.A bahwa “Suatu kebaikan yang tidak diatur secara benar akan terkalahkan oleh keburukan yang terencana dan teratur”.

Pada tahun 1996 di Probolinggo, tepatnya di Pondok Pesantren Zainul Hasan Genggong sedang berlangsung acara seminar dan sosialisasi tentang konsep simpan pinjam syariah yang di hadiri oleh KH. Nur Muhammad Iskandar SQ dari Jakarta sebagai ketua Inkopontern, DR. Subiakto Tjakrawardaya Menteri Koperasi dan DR. Amin Aziz sebagai ketua PINBUK (Pusat Inkubasi Bisnis Usaha Kecil) Pusat. Kemudian Ustad H. Mahmud Ali Zain mengajak teman-teman asatidz mengikuti acara tersebut.

Tidak hanya berhenti disitu aja, namun dilanjutkan kegiatan sosialisasi tentang perbankan syariah di Pondok Pesantren Sidogiri yang di hadiri oleh Direktur utama Bank Mu’amalat Indonesia Bapak H. Zainul Bahar yang dilanjutkan dengan pelatihan BMT dengan mengirim 10 orang untuk mengikuti acara tersebut selama 6 hari.

Maka dari panduan dan materi yang telah disampaikan itulah para Asatidz yang terdiri dari Ustad H. Mahmud Ali Zain (saat itu sebagai Madrasah Ibtidaiyah Pondok Pesantren Sidogiri), M. Dumairi Nor (saat itu sebagai Wk. Kepala Madrasah Ibtidaiyah Pondok Pesantren Sidogiri), dan Baihaqi Ustman (saat itu sebagai TU Madrasah Ibtidaiyah Pondok Pesantren Sidogiri) serta beberapa pengurus kepontren sidogiri yang terlibat, berdiskusi, dan bermusyawarah yang pada akhirnya seluruh tim pendiri sepakat untuk mendirikan koperasi BMT yang diberi nama *Baitul Mal-wat tamwil* masalah lil ummah Pasuruan di singkat BMT MMU.<sup>1</sup>

Menurut sumber dan pelaku langsung, 13.500.000,- pada waktu itu untuk dapat memutar dan memproduktifkan dana tersebut sangat banyak sekali hambatan, rintangan dan lingkungan sekitar. Namun sedikit para pendiri tersebut tidak ada yang putus asa atau menyerah bahkan menjadikan semangat untuk terus maju. BMT MMU Pasuruan tanggal 14

---

<sup>1</sup><http://www.bmtugtsidogiri.ac.id>, diakses pada tanggal 29 Mei 2021

September 1997 disahkan sebagai Koperasi Serba Usaha dengan Badan Hukum Koperasi nomor 608/BH/KWK.13/IX/97.

Setelah Koperasi BMT MMU berjalan selama dua tahun maka banyak masyarakat Madrasah diniyah mendapat bantuan guru dari Pondok Pesantren Sidogiri lewat Urusan Guru Tugas (UGT) mendesak mendorong untuk didirikan koperasi dengan skop yang lebih luas yakni skop Koperasi Jawa Timur. Pada tanggal 5 Robiul Awal 1421 H atau 6 Juni 2000 M. Koperasi BMT Usaha Gabungan Terpadu Sidogiri disingkat “Koperasi BMT UGT Sidogiri” mulai beroperasi di Surabaya dan kemudian mendapatkan badan hukum Koperasi dari Kanwil Dinas Koperasi PK dan M Provinsi Jawa Timur dengan SK Nomor. 09/BH/KWK.13/VII/2000 tertanggal 22 Juli 2000. BMT UGT Sidogiri didirikan oleh beberapa orang yang berada dalam satu kegiatan Urusan Guru Tugas Pondok Pesantren Sidogiri yang didalamnya terdapat orang-orang yang berprofesi sebagai guru dan pimpinan madrasah, alumni Pondok Pesantren Sidogiri Pasuruan dan Para Simpatisan yang membayar di wilayah Jawa Timur.

Koperasi BMT UGT Sidogiri Cabang membuka beberapa unit pelayanan anggota di kabupaten/kota yang dinilai potensial. BMT UGT Sidogiri saat ini telah berusia 17 tahun dan sudah memiliki lebih dari 227 unit layanan Baitul Maal Wat Tamwil/Jasa keuangan syariah. Dari sini ada dua Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKSM) yang berlatar belakang Pondok Pesantren Sidogiri. Yaitu koperasi BMT MMU dan koperasi BMT UGT. Koperasi BMT MMU beroperasi di kabupaten Pasuruan dengan memiliki 12 unit pelayanan, delapan antara lain merupakan BMT dengan usaha simpan pinjam pola syariah dan tiga unit merupakan unit usaha rill. Sedangkan koperasi BMT UGT, sebagaimana izin yang diperoleh, beroperasi di kabupaten/kota di Jawa Timur.

Unit pelayanan pertama Koperasi UGT beroperasi dari Surabaya, salah satu cabangnya yaitu BMT UGT Pamekasan. Tahun 2006 KSPS BMT UGT Sidogiri Cabang

Pamekasan mulai beroperasi sesuai intruksi dari pusat. Salymn Faishal saat itu ditunjuk oleh pengelola pusat untuk menjadi kepala cabang KSPS BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan dengan modal awal dari pusat.

## **2. Badan Hukum KSPS BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan**

Dari segi legalitas, koperasi syariah tercantum dalam UU No. 25 tahun 1992 tentang perkoperasian. Saat ini keberadaan koperasi syariah didasarkan pada Keputusan Menteri (Kepmen) Koperasi dan UKM Republik Indonesia No. 91/Kep/M.KUKM/IX/2004 tentang Petunjuk Pelaksanaan Kegiatan Usaha Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS). Kemudian selanjutnya di terbitkan instrumen pedoman standar operasi manajemen KJKS/UJKS koperasi, pedoman penilaian kesehatan KJKS/UJKS koperasi dan pedoman pengawasan KJKS/UJKS koperasi. Adapun bentuk badan hukum BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan merujuk pada pusat dengan No. 09/BH/KWK.13/VII/2000 (22 Juli 2000)<sup>2</sup>

## **3. Tujuan Berdirinya KSPS BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan**

Koperasi tersebut bermaksud menggalang kerja sama untuk membantu kepentingan ekonomi anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya dalam rangka pemenuhan kebutuhan dan bertujuan memajukan kesejahteraan anggota dan masyarakat serta ikut membangun perekonomian nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat madani yang berlandaskan Pancasila dan UUD 1945.

## **4. Visi dan Misi KSPS BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan**

### **1. Visi**

---

<sup>2</sup><http://www.bmtugtsidogiri.co.id>, diakses pada tanggal 29 Mei 2021

- a. Terbangunnya dan berkembangnya ekonomi umat dengan landasan Syariah Islam.
- b. Terwujudnya budaya ta'awun dalam kebaikan dan ketakwaan dibidang sosial ekonomi.

**2. Misi**

- a. Menerapkan dan memasyarakatkan Syariat Islam dalam aktifitas ekonomi.
- b. Menanamkan pemahaman bahwa sistem syariah dibidang ekonomi adalah adil, mudah dan maslahah.
- c. Meningkatkan kesejahteraan Ummat dan anggota.
- d. Melakukan aktifitas ekonomi dengan budaya STAF (shiddiq, jujur, tabligh, komunikatif, amanah, dipercaya, fatonah/profesional).
- e. Memberantas riba yang telah menjerat serta mengakar dimasyarakat

**5. Struktur Organisasi BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan**

Struktur organisasi yang terdapat pada BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan terdiri atas :

- a. Kepala Cabang (KCB) : Fathorrahman
- b. Kepala Bagian Simpan Pinjam (KBS) : Abdul Hakki
- c. Kepala Bagian Legal Remedial (KBL) : M. Junaidi Yazid
- d. Kasir : Edi Suwanto
- e. Account Officer Simpan Pinjam (AOSP) : Abdul Hakki

Ach Sanusi

Ali Sofyan

Ansori. S

Holisoddin

Mahfudz

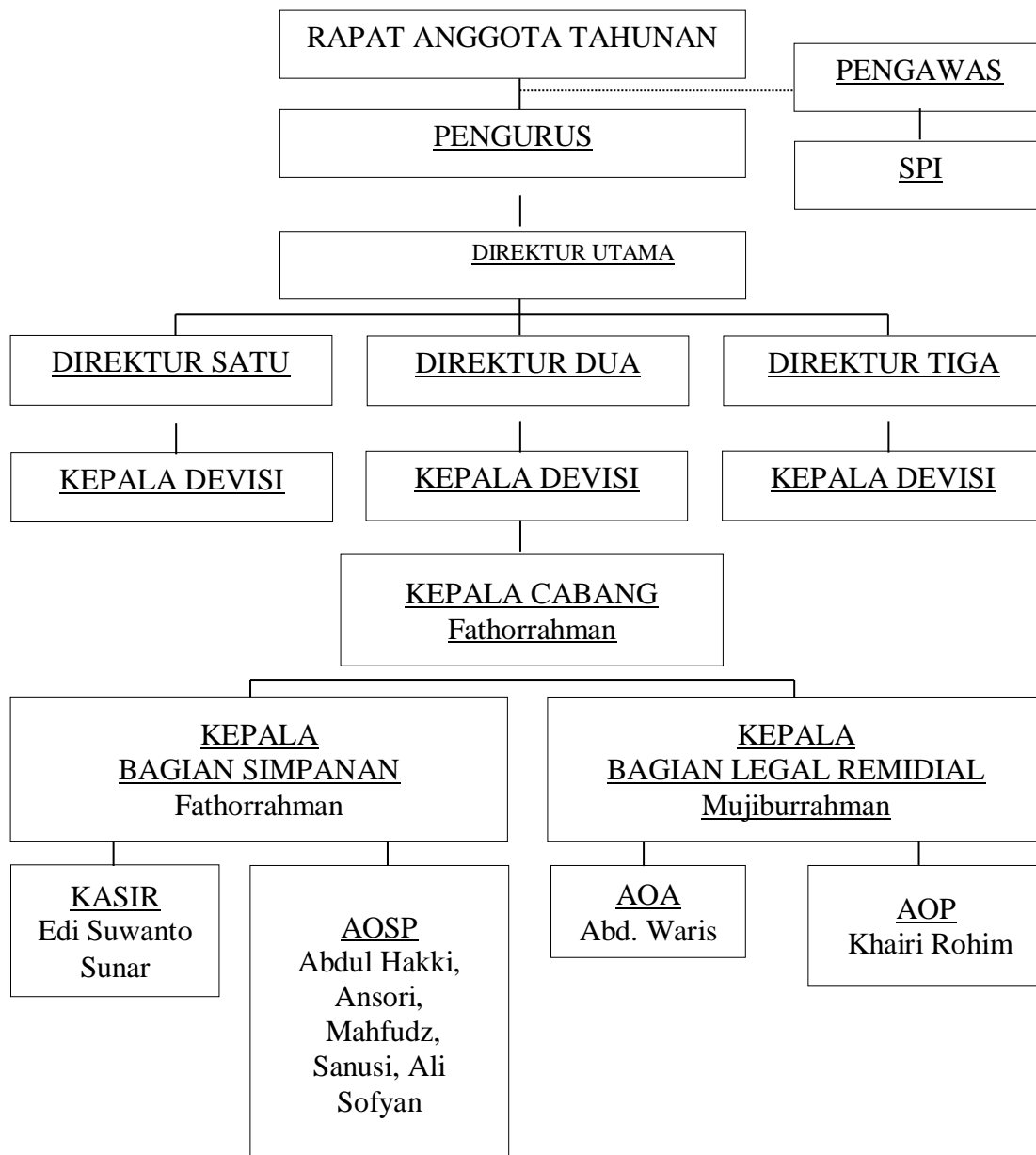
Muzakki

f. Account Officer Analisis (AOA) : Abd. Waris Anwar

g. Account Officer Pembiayaan (AOP) : Mujiburrahman, Khai

**Gambar 4.1**

**Struktur Organisasi KSPS BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan**



**a. Jaringan Kantor BMT UGT Sidogiri cabang Pamekasan**

- 1) Kantor BMT UGT Sidogiri capemProppo
- 2) kantor BMT UGT Sidogiri capem Pegendingan
- 3) Kantor BMT UGT Sidogiri capem Tlanakan
- 4) Kantor BMT UGT Sidogiri capem Pegantenan
- 5) Kantor BMT UGT Sidogiri capem Pasean
- 6) Kanor BMT UGT S idogiri capem Waru
- 7) Kantor BMT UGT Sidogiri capem Pakong

**c. Legalitas BMT UGT Sidogiri**

|                 |  |
|-----------------|--|
| Tanggal Berdiri | :5 Rbiul Awal 1421 h/6 Juni 2000                               |
| Badan Hukum     | :09/BH/KWK. 13/VII/2000  |
| TDP             | :13.26.2.64.00100  |
| SIUP            | :517/099/424.061/2003  |
| NPWP            | :02.082.190.6-624.000  |
| Alamat          | :Jl. Sidogiri Barat RT 03 RW 02 Kraton<br>Pasuruan 67151 Jatim |
| Telp./Fax       | :(0343) 423521/(0343) 423571                                   |
| E-mail          | :bmt.ugt.pusat@gmail.com<br>bmt_ugt_pusat@yahoo.co.id          |

**6.produk tabungan si mantap**

Tabungan adalah simpanan berdasarkan akad *wadi'ah* atau investasi dana berdasarkan *mudharabah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan syariah, yang penarikannya



dapat dilakukan dengan syarat dan ketentuan tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet, giro, dan atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.<sup>3</sup>

Secara muamalah, pemilik modal (*shohibul maal*) menyerahkan modalnya kepada pedangang atau pengusaha (*mudharib*) untuk digunakan dalam aktivitas perdagangan atau usaha. Keuntungan atas usaha perdagangan yang dilakukan oleh *mudharib* itu akan dibagi hasilkan dengan *shahibul maal*. Pembagian hasil usaha ini berdasarkan kesepakatan yang telah dituangkan dalam akad.<sup>4</sup>

Sedangkan mengenai tabungan si mantap adalah tabungan umum berjangka dan nilai tertentu, serta mendapatkan kupon undian umroh dengan system di undi, yang dimana akad yang digunakan menggunakan akad yang berprinsip syariah yad amanah (Akad yang dimana yang bertanggung jawab dari segala kerusakan atau kehilangan barang yang terjadi pada barang tersebut). Produk tabungan si mantap merupakan produk tabungan terbaru yang di luncurkan oleh BMT UGT sidogiri, tabungan si mantap ini memiliki keunikan di antaranya dengan kita menabung dengan minimal 1 juta rupiah kita bisa berkesempatan mendapatkan hadiah umroh secara gratis dengan cara di undi, maksudnya disini minimal setoran awal di tabungan si mantap ini sebesar 1 juta rupiah dan itu mendapatkan kupon hadiah umroh yang akan di undi selama tiga kali setiap akhir tahunnya.

Pada saat ini produk tabungan si mantap yang ada di BMT UGT sidogiri cabang Pamekasan ini sedikit mengalami penurunan yang di akibatkan kurang meratanya informasi dan pemahaman masyarakat tentang produk tabung si mantap.

Adapun ketentuan-ketentuan yang di tetapkan pada isi edaran brosur tabungan si mantap antara lain:

---

<sup>3</sup> M. Nur Rianto Al Arif, *pengantar Ekonomi Syariah Teori Dan Praktik* (Bandung Puataka Setia, 2015), 345.

<sup>4</sup> Ismail, *perbankan syariah*, (Jakarta:Kencana Prenada Media Grup, 2011), 83.

- 1) KSPS BMT UGT Sidogiri adalah lembaga keuangan yang bergerak dibidang simpanan dan pembiayaan dengan system syari'ah dalam hal ini disebut kopras.
- 2) Tabungan si mantap adalah tabungan umum berjangka dan nilai tertentu serta mendapatkan kupon berhadiah undian umroh secara gratis.
- 3) Tabungan si mantap menggunakan akad berdasarkan prinsip syari'ah yad amanah dengan nisbah 40% anggota dan 60% BMT.
- 4) Tabungan si mantap berhadiah 100 paket umroh gratis dengan system di undi.
- 5) Setoran awal tabungan si mantap sebesar Rp. 1.000.000, dan mendapatkan 1 kupon undian umroh setiap kelipatannya.
- 6) Di tabungan si mantap juga mendapatkan athaya (bonus bagi hasil) sebesar Rp 2.000, setiap bulannya.<sup>5</sup>

## **A. Paparan Data**

Pada bagian paparan data ini Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti akanmemaparkan dan melaporkan hasil penelitian baik dari wawancara, observasi dan dokumentasi.

### **1.Data Hasil Wawancara**

a.Bagaimana Strategi Promosi dalam Upaya Meningkatkan jumlah anggota Produk Tabungan Si Mantap di BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan

Produk Tabungan si mantap merupakan produk tabungan dengan jangka waktu dan nilai tertentu serta mendapatkan kupon dengan sistem undian. yang dimana akad yang digunakan adalah akad berdasarkan prinsip syariah wadiah yadhomanah. oleh karena itu untuk memasarkan produk ini harus memiliki strategi promosi yang baik. keunikan produk tabungan si mantap ini terletak di pemberian kupon dengan sistem undian dan memberikan

---

<sup>5</sup>Brosur Edaran Tabungan SI Mantap BMT UGT Sidogiri indonesi.

anggota dengan berbagai fasilitas yang kami sediakan antara lain berkesempatan mendapatkan 100 umroh gratis, ber-*tabarruk* kepada sesama, *athoya* kompetitif, dan santunan menarik.

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil wawancara lapangan berikut merupakan penjelasan dari Bapak Abdul Hakki yang merupakan karyawan bagian simpanan di BMT Sidogiri Cabang Pamekasan mengenai tabungan si mantap

“Produk Tabungan Si Mantap ini merupakan tabungan yang menggunakan sistem berjangkaserta anggota yang menabung akan mendapatkan kupon dengan sistem undian umroh..Akad yang digunakan menggunakan akad prinsip syariah wadiah yadhomanah. Produk tabungan si mantap ini juga memiliki undian hadiah yang dimana hadiah akan diundi setiap tahun dengan rincian tahun pertama, di bulan desember 2019 sebanyak 30 paket umrah, tahun kedua di bulan desember 2020 sebanyak 35 paket umrah, sedangkan di tahun ketiga di bulan desember 2021 sebanyak 35 paket umroh. bagi anggota yang mampu bergabung yang ingin menjadi anggota di tabungan si mantap ini ini harus mengisi form pembukaan tabungan simantap, harus menyetujui akan tabungan si mantap dan menyerahkan foto copy KTP atau paspor yang masih berlaku”<sup>6</sup>

Sementara hal senada yang juga di sampaikan oleh Bapak Ali Sofyan AOSP BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan juga memberi penjelasan mengenai produk tabungan si mantap.

“produk Tabungan si mantap ini dek, merupakan tabungan baru yang ada di BMT UGT Sidogiri cabang pamekasan karena baru ada pada 2 tahun yang lalu yakni tahun 2019. Dan tabungan si mantap ini masih membutuhkan anggota yang banyak agar tabungan si mantap ini semakin banyak diminati serta tetap berjalan seperti produk tabungan yang lain yang ada di BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan. Tabungan si mantap ini aman dan mudah serta bebas dari riba dan juga ada pemantauan perkembangan dana setiap bulanan”.<sup>7</sup>

Dari Paparan penjelasan nara sumber di atas dapat diketahui produk tabungan si mantap merupakan produk tabungan yang menggunakan sistem berjangkaserta anggota yang menabung akan mendapatkan kupon dengan sistem undian umroh..Akad yang digunakan

---

<sup>6</sup> Abdul Hakki, AOSP bagian simpanan BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan, wawancara langsung (16 Mei 2021, jam 12.00)

<sup>7</sup> Ali Sofyan, AOSP bagian simpanan BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan, wawancara langsung (16 Mei 2021, jam 12.45 WIB)

menggunakan akad prinsip syariah wadiah yadhomanah. Dan produk Tabungan si mantap ini dek, merupakan tabungan baru yang ada di BMT UGT Sidogiri cabang pamekasan karena baru ada pada 2 tahun yang lalu yakni tahun 2019.

BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan dalam mengoptimalkan produk tabungan si mantap harus menjalin komunikasi dengan para tokoh masyarakat yang mampu dan berkecukupan. BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan juga menjalankan kegiatan usahanya selalu mengutamakan kepuasan nasabah diantaranya memberikan pelayanan terbaik (prima) kepada para nasabah atau anggotanya seperti halnya produk simpanan produk tabungan si mantap yang juga berhadiah umroh dengan sistem undian.

Dalam sebuah kegiatan promosi yang dilakukan oleh BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan untuk menginformasikan produk yang dilakukan oleh BMT UGT Sidogiri yaitu menggunakan jenis brosur atau jenis publikasi lainnya. Seperti yang sudah dijelaskan oleh Bapak Abdul Hakki yang merupakan karyawan bagian simpanan di BMT Sidogiri Cabang Pamekasan mengenai strategi promosi dalam produk tabungan si mantap

“Dalam mempromosikan produk tabungan si mantap ini, BMT UGT Sidogiri yang pertama melakukan silaturahmi kepada orang-orang terdekat, keluarga, teman, ke masyarakat luas dan ke tokoh-tokoh masyarakat dengan menggunakan periklanan (*Advertising*) seperti brosur-brosur edaran produk yang ada di BMT UGT Sidogiri khususnya di tabungan si mantap. Dengan mendatangi langsung ke rumah masyarakat atau tokoh-tokoh masyarakat yang mampu atau sanggup bergabung di tabungan si mantap. Kemudian berkomunikasi dengan baik dengan para nasabah atau anggota dan menjelaskan serta mempromosikan produk yang ada di BMT khususnya Produk Tabungan si mantap. Serta memberikan penjelasan mengenai produk tabungan si mantap dari segi keuntungannya dan keunggulannya. Dalam mempromosikan produk tabungan si mantap harus benar-benar ekstra sabar karena tidak semua masyarakat ingin bergabung di produk tabungan si mantap ini. Jadi pihak karyawan harus benar-benar mempromosikan produk tabungan simpanan agar dari pihak anggota maupun masyarakat atau tokoh-tokoh masyarakat mau bergabung dengan BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan”<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup>Abdul Hakki, AOSP bagian simpanan BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan, wawancara langsung (16 Mei 2021, jam 12.00)

pernyataan yang disampaikan oleh Bapak Ali Sofyan selaku AOSP BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan juga memberi penjelasan mengenai Strategi Promosi produk tabungan si mantap.

“mempromosikan produk tabungan si mantap juga saya lakukan dengan melakukan sosialisasi ke kerabat terdekat, masyarakat maupun ke rumah-rumah terdekat saya juga melakukan pelayanan penerapan *personal selling* dengan langsung mendatangi ke kerabat atau kemsyarakat yang mampu atau berkecukupan. Dan saya juga memantau situasi terhadap anggota yang sedang sibuk dengan pekerjaannya di kantor atau di rumahnya saya tunggu sampai kondisi benar-benar nyaman baru kita mendatangi dengan membawa brosur serta persyaratan menjadi anggota dengan membawa formulir pembukaan tabungan si mantap yang ditandatangani oleh pengurus lembaga atau ketua, menyetujui akad tabungan si mantap dan menyerahkan foto copy KTP/SIM/paspor yang masih berlaku agar nanti dari pihak yang mau bergabung tidak direpotkan lagi datang ke kantor BMT UGT Sidogiri. Selain itu mempromosika lewat brosur karyawan BMT juga bisa harus mempromosikan lewat dengan media sosial seperti halnya Whashapp, Line, Facebook, Instagram dan media sosial lainnya, dengan mengikuti sesuai dengan perkembangan zaman di era globalisasi moderen yang ada pada saat ini.”<sup>9</sup>

Pernyataan yang di sampaikan oleh bapak Ach sanusi bagian Account officer simpan pinjam (AOSP) BMT UGT Sidogiri cabang Pamekasan juga memberi penjelasan mengenai strategi promosi produk tabungan si mantap.

“Dalam melakukan strategi promosi tabungan si mantap biasanya saya sebagian besar menerapkan promosi secara langsung kepada kerabat terdekat, teman-teman, masyarakat, atau tokoh-tokoh masyarakat. akan tetapi saya harus melakukan pendekatan dengan menganalisa target sasaran apakah sanggup bergabung di tabungan si manta papa tidak, karena storan awal tabungan si mantap ini cukup besar sehingga saya harus pintar-pintar memilih orang agar mau menjadi nasaah di tabungan si mantap ini.”<sup>10</sup>

---

<sup>9</sup>Ali Sofyan, AOSP bagian simpanan BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan, wawancara langsung (16 Mei 2021, jam 12.45 WIB)

<sup>10</sup>Ach sanusi, AOSP bagian simpanan BMT UGT Sidogiri cabang Pamekasan, wawan cara langsung (9 Juni 2021, jam 12. 25 WIB)

Pernyataan yang di sampaikan oleh bapak Ansori. S bagian Account Officer simpan pinjam (AOSP) BMT UGT Sidogiri cabang Pamekasan juga memberi penjelasan mengenai strategi promosi produk tabungan si mantap.

“Begini dek, saya selaku karyawan BMT UGT Sidogiri cabang pamekasan saat melakukan strategi promosi tabungan si mantap biasanya saya memilih orang-orang yang sanggup bergabung di tabungan si mantap ini. Karena banyak orang yang tertarik atau mau bergabung di tabungan si mantap ini, tetapi terkendal dananya karna banyak masyarakat yang mengeluh terhadap setoran awal tabungan si mantap ini yang memberatkan masyarakat yang mau bergabung. Biasanya memberikan motivasi-motivasi terhadap masyarakat sehingga masyarakat terpengaruh dan mau bergabung di tabungan si mantap ini.”<sup>11</sup>

Pernyataan yang di sampaikan oleh bapak Holisoddin bagian Account Officer simpan pinjam (AOSP) BMT UGT Sidogiri cabang pamekasan juga memberi penjelasan mengenai strategi promosi tabungan si mantap.

“Saat saya melakukan strategi promosi tabungan si mantap ini saya menggunakan media cetak seperti brosur yang saya edarkan kepada teman saya, kerabat terdekat, masyarakat maupun kepada tokoh-tokoh masyarakat. Setelah saya mengedarkan brosur tersebut saya menjelaskan tentang tabungan si mantap ini dengan jelas agar orang atau target sasaran tersebut bisa lebih paham terhadap tabungan si mantap sehingga syukur-syukur orang tersebut bisa tertarik dan bergabung di tabungan si mantap ini.”<sup>12</sup>

Pernyataan yang di sampaikan oleh bapak Muzakki bagian Account Officer simpan pinjam (AOSP) BMT UGT Sidogiri cabang pamekasan juga menjelaskan mengenai strategi promosi tabungan si mantap.

“salah satu cara yang saya gunakan saat melakukan strategi promosi tabungan si mantap ini dek, biasanya saya lakukan lewat pendekatan kepada santri-santri alumni Sidogiri yang ada di pamekasan ini karena para alumni sntri Sidogri banyak tersebar luas di semua daerah di pamekasan ini. Karena itu menjadi salah satu cara mempromosikan atau mensosialisasikan produk yang ada di BMT khususnya tabungan si mantap”<sup>13</sup>

---

<sup>11</sup>Ansori, S, AOSP bagian simpanan BMT UGT Sidogiri cabang Pamekasan, wawan cara langsung (9 Juni 2021, jam 12. 45 WIB)

<sup>12</sup>Holisoddin, AOSP bagian simpanan BMT UGT Sidogiri cabang Pamekasan, wawan cara langsung (9 Juni 2021, jam 01.00 WIB)

<sup>13</sup>Muzakki, AOSP bagian simpanan BMT UGT Sidogiri cabang Pamekasan, wawan cara langsung (9 Juni 2021, jam 01.15 WIB)

Pernyataan yang terakhir yang di sampaikan oleh bapak Mahfudz bagian Account Officer simpan pinjam BMT UGT Sidogiri cabang pamekasan juga menjelaskan mengenai strategi promosi produk tabungan si mantap.

“Strategi promosi yang dilakukan saya terhadap tabungan si mantap ini, biasanya saya bersilaturahmi datang langsung ke rumah-rumah masyarakat, kerabat terdekat, maupun tokoh-tokoh masyarakat, selanjutnya saya menjelaskan tentang produk tabungan si mantap ini dengan baik dan sopan kemudian saya mempengaruhi masyarakat agar bisa tertarik dan ingin bergabung di tabungan si mantap. Adapun strategi lain yang saya gunakan akan tetapi harus sesuai dengan prinsip syariah yaitu tidak ada paksaan.”<sup>14</sup>

Oleh karena itu Dari penjelasan di atas dari pihak karyawan dari BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan dapat dikatakan bahwa strategi Promosi Produk Tabungan si mantap yaitu menggunakan strategi promosi periklanan (*Advertising*) dengan melakukan penyebaran Brosur yang di dalam brosurnya terdapat produk simpanan, produk pembiayaan khususnya produk (Si mantap), yang berupa cetakan maupun dari media sosial lainnya. Kegiatan promosi Yang kedua yaitu menggunakan promosi penjualan pribadi (*sales promotion*), dengan melakukan kegiatan promosi dengan menghampiri langsung ke kerabat terdekat, masyarakat, tokoh-tokoh masyarakat, keluarga dan anggota nasabah.yang menabung. dengan melayani dan menawarkan produk tabungan Si mantap secara langsung dan menjelaskan produk simpanan tabungan dengan baik, jelas dan sopan santun. Dari keuntungan dari sistem ini nasabah akan semakin memudahkan mendapatkan pelayanan, informasi, dan penawaran terkait dengan produk dan kebutuhan yang mereka butuhkan. Yang ketiga Promosi Penjualan (*Sales Promotion*) dengan cara para alumni berperan penting dalam mempromosikan produk BMT ke daerah rumahnya masing-masing dan itu akan banyak masyarakat yang lebih menganal lagi dari BMT UGT Sidogiri yang ada di pamekasan. Juga banyak dari alumni di

---

<sup>14</sup>Mahfudz, AOSP bagian simpanan BMT UGT Sidogiri cabang Pamekasan, wawan cara langsung (9 Juni 2021, jam 01.30 WIB)

pamekasan dan itu sangat luas disetiap daerah itu pasti ada alumni dari sidogiri dengan di bentuk menjadi IASS ikatan alumni santri sidogiri , dan yang terakhir Publisitas (*Publisy*).

b.Faktor-faktor penghambat dalam strategi promosi dalam upaya meningkatkan jumlah anggota Produk Tabungan si mantap.

Pada hakikatnya dalam melakukan kegiatan strategi Promosi produk pasti ada faktor penghambat.Karena aspek tersebut merupakan hal yang perlu di perhatikan secara serius karena penentu keberhasilan dari sebuah kegiatan strategi promosi yang telah dilakukan oleh pihak BMT pada produk tabungan si mantap. Berikut penjelasan dari Bapak Abdul Hakki selaku AOSP karyawan bagaian simpanan, beliu juga memberikan penjelasan mengenai penurunan jumlah anggota dari priode tahun 2019 sampai tahun 2021.

“jadi begini dek, dalam sebuah perusahaan pasti akan ada halangan dan ada juga keberhasilan dalam sebuah perusahaan khususnya lembaga keuangan syariah yang ada di BMT UGT Sidogiri saat ini. Sepertihalnya Faktor Penghambat dalam strategi promosi produk tabungan si mantap yaitu yang pertama kurang meratanya informasi tentang tabungan si mantap dan juga tabungan si mantap ini kan terbilang masih baru, sehingga masyarakat kurang mengetahui tentang tabungan si mantap. Faktor penghambat yang kedua yaitu kadang informasi yang di sampaikan itu masyarakat kurang memahami sehingga masyarakat tidak tertarik menabung di tabungan si mantap. Faktor penghambat yang ketiga banyak masyarakat yang mau bergabung di tabungan si mantap ini tapi terkendala pada nilai nominal yang besar sehingga memberatkan anggota atau masyarakat yang mau menabung di tabungan si mantap, apa lagi di saat pandemi covid -19 yang terjadi pada saat ini”.<sup>15</sup>

Penjelasan berikutnya juga disampaikan oleh Bapak Ali sofyon bagian AOSP mengenai faktor penghambat dalam upaya meningkatkan jumlah anggota produk tabungan si mantap.

”produk tabungan si mantap ini kan tabungan berjangka dimana hadiah umroh itu di undi selama 3 kali dari tahun 2019 sampai tahun 2021 jadi Faktor penghambat yang pertama yaitu tabungan si mantap ini sudah berjalan selama duatahun maka hadiah umroh yang akan di undi sudah tersisa satu kali yaitu di tahun 2021 ini itu juga menjadi salah satu faktor penghambat sehingga masyarakat yang mau bergabung di tabungan si mantap ini berkurang atau mengalami penurunan, faktor penghambat yang ke dua yaitu kurangnya informasi tentang tabungan si mantap ini sehingga

---

<sup>15</sup>Abdul Hakki, AOSP bagian simpanan BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan, wawancara langsung (10 November 2020, jam 12.45)



masyarakat kurang mengetahui tentang tabungan si mantap, dan faktor penghambat yang ketiga masyarakat yang mau bergabung di tabungan si mantap ini terkendala akan biaya setoran awal yang sebesar satu juta rupiah sehingga akan memberatkan calon anggota atau masyarakat yang ingin menabung di tabungan si mantap ini.”<sup>16</sup>

Penjelasan berikutnya juga disampaikan oleh bapak Ach Sanusi bagian Account Officer Simpan pinjam BMT UGT Sidogri cabang pamekasan mengenai faktor penghambat dalam upaya meningkatkan jumlah anggota produk tabungan si mantap.

“Faktor penghambat di tabungan si mantap ini, biasanya banyak orang yang kliru memahami tentang produk tabungan si mantap, seperti di pembagian hadiahnya banyak masyarakat mengira 100 undian umroh yang akan di undi masyarakat mengira system undiannya itu hanya berlaku di pamekasan, sehingga banyak masyarakat yang kecewa atau kurang puas terhadap produk tabungan si mantap ini”<sup>17</sup>

Penjelasan yang di sampaikan oleh bapak Ansori. S bagian Account Officer simpan pinjam BMT UGT Sidogiri cabang pamekasan juga memberi penjelasan mengenai faktor penghambat dalam upaya meningkatkan jumlah anggo produk tabungan si mantap.

“Di tabungan si mantap ini mempunyai setoran awal yang telah di tentukan oleh BMT UGT Sidogiri cabang pamekasan sebagai syarat menabung di produk tabungan si mantap ini. Setoran awal di tabungan si mantap ini sebesar Rp, 1.000.000, banyak masyarakat yang megeluh dengan ketentuan setoran awal yang relative mahal sehingga itu menjadi salah satu faktor penghambatnya, banyak masyarakat yang ingin bergabung di tabungan si mantap ini tetapi terkendala dana yang cukup besar ini, sehingga karyawan seperti saya harus pintar memilih masyarakat yang setidaknya bisa bergabung di tabungan si manta ini.”<sup>18</sup>

Penjelasan yang disampaikan oleh bapak Holisoddin bagian Account Officer simpan pinjam BMT UGT Sidogiri cabang pamekasan juga memberi penjelasan mengenai faktor penghambat dalam upaya meningkatkan jumlah anggota produk tabungan si mantap.

“Mengenai faktor penghambat di tabungan si mantap ini banyak masyarakat yang belum mengetahui tentang adanya produk tabungan si mantap ini, karena produk si mantap ini masih terbilang masih baru sehingga ini menjadi salah satu faktor penghambatnya juga, selain itu biasanya masyarakat banyak yang mengeluh terhadap setoraan awal ketika ingin bergabung di tabungan si mantap, perekonomian

---

<sup>16</sup>M. Junaidy Yasid, kepala bagian legal BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan, wawancara langsung (10 November 2020, jam 13.25)

<sup>17</sup>

<sup>18</sup>Ansori. S, AOSP bagian simpanan BMT UGT Sidogiri cabang Pamekasan, wawan cara langsung (9 Juni 2021, jam 01.45 WIB)

masyarakat sekarang banyak yang menurun yang di akibatkan oleh dampak penyakit covid-19 banyak masyarakat yang memikir kembali saat mau bergabung di tabungan si mantap ini karna masih banyak kebutuhan yang harus mereka penuhi.”<sup>19</sup>

Penjelasan yang disampaikan oleh bapak Muzakki bagian Account Officer simpan pinjam BMT UGT Sidogiri cabang pamekasan juga memberikan penjelasan mengenai faktor penghambat dalam upaya meningkatkan jumlah anggota produk tabungan si mantap.

“Yang saya ketahu tentang faktor penghambat produk tabungan si mantap ini, banyak sekali masyarakat yang ingin bergabung di tabungan si mantap ini akan tetapi juga banyak masyarakat yang belum cukup mempunyai dan saat ingin bergabung di tabungan si mantap, sehingga masyarakat kurang tertarik terhadap tabungan si mantap ini dan memilih tabungan lain yang ada di BMT UGT Sidogiri cabang pamekasan yang sekiranya merka mampu dan cocok bergabung di tabungan tersebut.”<sup>20</sup>

Penjelasan terakhir yang disampaikan oleh bapak Mahfudz bagian Account Officer simpan pinjam mengenai faktor penghambat dalam upaya meningkatkan jumlah anggota produk tabungan si mantap.

“Faktor penghambatnya yang sudah ada secara umu seperti setoran awal yang relatif tinggi, kurangnya informasi, banyak masyarakat yang keliru memahi sehingga faktor penghambat di tabungan si mantap ini menjadi salah satu tantangan BMT UGT Sidogiri agar bagaimana kedepannya karyawan-karyawan agar lebih mempromosikan produk tabungan si mantap ini di masyarakat, menerpakan srategi yang lebih baik sehingga masyarakat bisa tertarik atau mau bergabung di tabungan si mantap ini.”<sup>21</sup>

Dari penjelasan beberpa narasumber diatas dapat kita ketahui bahwa faktor penghambat dalam promosi produk tabungan si mantap antara lain: yang pertama kurang meratanya informasi tentang produk tabungan si mantap ini, yang kedua banyak masyarakat yang kurang paham dengan tabungan si mantap, dan yang terakhir nominal yang besar pada setoran awal sehingga memberatkan yang ingin bergabung di tabungan si mantap.

---

<sup>19</sup>Holisoddin, AOSP bagian simpanan BMT UGT Sidogiri cabang Pamekasan, wawan cara langsung (9 Juni 2021, jam 02,20 WIB)

<sup>20</sup>Muzakki , AOSP bagian simpanan BMT UGT Sidogiri cabang Pamekasan, wawan cara langsung (9 Juni 2021, jam 02.45 WIB)

<sup>21</sup>Mahfudz, AOSP bagian simpanan BMT UGT Sidogiri cabang Pamekasan, wawan cara langsung (9 Juni 2021, jam 03,15 WIB)

### C. Temuan Penelitian

Setelah peneliti melakukan penelitian dengan mengumpulkan data melalui wawancara, pengamatan, dan dokumentasi kemudian peneliti memaparkan sesuai dengan penjelasan yang diperoleh dari lapangan, sehingga peneliti menemukan beberapa hal sebagai bentuk temuan penelitian. Beberapa hasil temuan yang dilampirkan dalam bentuk tulisan adalah sebagai berikut:

#### 1. Strategi promosi dalam upaya meningkatkan jumlah anggota produk tabungan si mantap pada BMT UGT sidogiri cabang Pamekasan.

Strategi promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik anggota dan mempertahankan anggota tersebut. salah satunya tujuan strategi promosi yaitu untuk menginformasikan segala jenis produk yang di tawarkan oleh BMT UGT sidogiri cabang Pamekasan untuk berusaha menarik calon anggota atau masyarakat untuk menabung bekerjasama dengan di tabungan si mantap. Oleh karena itu penerapan strategi promosi yang dilakukan oleh BMT UGT sidogiri cabang Pamekasan dalam mempermosikan produk tabungan si mantap dengan menggunakan strategi promosi periklanan (*Advertising*), penjualan pribadi (*personal selling*), promosi penjualan (*sales promotion*), dan publisitas (*publicity*). dari hasil penelitian yang bisa diketahui strategi promosi yang dilakukan BMT UGT sidogiri produk tabungan si mantap.

##### a. Yang pertama dengan menggunakan strategi promosi peiklanan (*Advertising*).

Strategi ini sangat mudah dilakukan oleh BMT UGT sidogiri dengan cara media cetak maupun dari media online. Adapun media cetak yang digunakan oleh BMT UGT Sidogiri cabang pamekasa yaitu dengan menggunakan lembaran brosur produk BMT khususnya produk tabungan si mantap yang di desain bagus dan semenarik mungkin yang isi dari brosur meliputi ketentuan dan persyaratan menjadi anggota baru. Sedangkan dari media online yang diguakan BMT UGT sidogiri yaitu

dengan media facebook dan whatsapp dengan mengikuti perkembangan zaman pada saat ini para karyawan BMT masuk ke grup yang ada di facebook dan langsung mempromosikan produk-produk yang ada di BMT, setelah itu anggota yang baru bisa bergabung langsung di grup Facebook BMT UGT sidogiri cabang Pamekasan, sedangkan promosi lewat whatsapp yaitu dengan cara setiap pihak karyawan BMT memiliki file produk yang ada di BMT dan langsung mempromosikan lewat whatsapp masing-masing dengan di sebar ke semua grup yang ada di whatsappnya. Untuk media elektronik seperti televisi BMT UGT Sidogiri cabang Pamekasan masih belum menggunakannya dan hal tersebut harus mendapat izin dari pusat serta hal tersebut pada dasarnya tanggung jawab untuk mempromosikan iklan di televisi.

b. Yang kedua, dengan cara menggunakan strategi promosi penjualan pribadi (personal selling). Strategi ini merupakan strategi yang sering digunakan oleh BMT UGT sidogiri cabang Pamekasan dengan cara mendatangi secara langsung (*door to door*) dengan melakukan pendekatan secara langsung dengan bersilaturahmi datang langsung ke rumah masyarakat, kerabat, maupun tokoh-tokoh masyarakat. Seperti halnya produk tabungan si mantap pihak BMT datang langsung ke rumah-rumah masyarakat secara sopan dan baik, kemudian pihak karyawan BMT menjelaskan langsung tentang produk tabungan si mantap ke masyarakat dan mengajak bergabung untuk menjadi anggota bekerja sama dalam simpanan tabungan si mantap. Jadi intinya dari penjualan pribadi ini yaitu dengan menjelaskan secara langsung tentang produk tabungan si mantap untuk memberikan informasi yang baik dan juga bisa menarik atau mempengaruhi kepada target agar bisa membeli atau mau bergabung di tabungan si mantap ini.

- c. Yang ketiga, dengan menggunakan strategi promosi penjualan (*salespromotion*), dengan cara hubungan BMT dengan para santri alumni sidogiri atau disebut IASS ikatan alumni santri sidogiri yang sangat melekat. karena alumni berperan penting dalam mempromosikan produk BMT ke daerah rumahnya masing-masing dan itu akan banyak masyarakat yang lebih mengenal lagi dari BMT UGT sidogiri yang ada di Pamekasan. juga banyak dari alumni di Pamekasan dan itu sangat luas di setiap daerah itu pasti ada alumni dari sidogiri strategi ini untuk meningkatkan produk-produk yang ada di BMT UGT sidogiri cabang Pamekasan agar mendapatkan banyak anggota khususnya di produk tabungan si mantap.
- d. Yang keempat dengan menggunakan strategi promosi publisitas (*publicity*). Strategi ini untuk mendukung sebuah pemasaran dan publikasi dalam memasarkan sebuah produk maka dibutuhkan sebuah peranan dari public relations hal tersebut untuk mengkomunikasikan dan menumbuh kembangkan kesadaran konsumen terhadap produk yang di promosikan serta hubungan masyarakat yang bisa menekan biaya promosi kedepannya misalnya dengan terjalin komunikasi informasi dari mulut ke mulut dalam kehidupan masyarakat tentang produk tabungan si mantap ini. banyak kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh BMT UGT Sidogiri cabang Pamekasan seperti bersilaturahmi dengan mendatangi undangan-undangan acara dan menjalin hubungan social yang baik dengan etika yang baik dalam kehidupan masyarakat. BMT UGT Sidogiri cabang Pamekasan juga menjalani silaturahmi dengan para santri alumni sidogiri atau disebut Ikatan Alumni Santri Sidogiri (IASS) dimana memiliki hubungan persaudaraan yang sangat besar, karena para alumni juga berperan penting dalam mempromosikan produk-produk BMT di sekitar rumahnya masing-masing dari hal tersebut akan banyak masyarakat yang lebih mengenal lagi

BMT UGT Sidogiri yang ada di Pamekasan karena banyak juga dari alumni di Pamekasan dan itu sangat luas di setiap daerah.

## **2. Faktor-Faktor penghambat dalam upaya meningkatkan jumlah anggota produk tabungan si mantap**

Pada dasarnya dalam kegiatan strategi promosi produk khususnya produk tabungan si mantap pasti tidak semua produk akan berjalan lurus dengan target kantor BMT, pasti ada kendala baik dari faktor penghambat. oleh karena itu salah satu faktor tersebut merupakan hal yang perlu di perhatikan secara serius oleh pihak BMT UGT sidogiri cabang Pamekasan karena penentu keberhasilan dari suatu pemasaran produk tabungan si mantap itu dari hasil sukses tidknya strategi promosi yang dilakukan oleh pihak BMT.

Adapu faktor penghambat dalam promosi produk tabungan si mantap antara lain:

- 1) yang pertama, kurang meratanya strategi promosi terhadap tabungan si mantap, Salah satu faktornya karena kurangnya strategi pemasaran yang dilakukan oleh BMT UGT Sidogiri cabang pamekasan, banyak anggota yang belum mengetahui akan adanya tabungan si mantap ini. Tidak adanya pamphlet atau banner yang menjelaskan informasi akan tabungan si mantap ini, Karena informasi tabungan si mantap ini hanya melalui penyebaran brosur yang tidak menyeluruh dimana penyebaran brosur tersebut hanya dilakukan saat karyawan BMT melakukan transaksi tabungan lain ke rumah-rumah anggota, sehingga banyak anggota lain yang telah menjadi anggota di BMT UGT Sidogiri cabang pamekasan tidak mengetahui akan adanya tabungan si mantap ini.
  - a. berabung di tabungan si mantap. Dengan cara lebih gencar melakukan promosi khususnya di tabungan si mantap ini

- b. Yang kedua, informasi yang disampaikan banyak masyarakat yang keliru memahaminya salah satunya masyarakat belum mengerti pada pola pembagian undiannya, itupun juga mejadi salah satu faktor penghambat yang di alami BMT UGT Sidogiri cabang amekasan sehingga BMT UGT sidogiri harus menjelaskan lebih detail terhadap system produk tabungan si mantap sehingga masyarakat bisa lebih memahami dan mempengaruhi masyarakat agar bergabung di tabungan si mantap ini.
- c. Faktor yang ketiga yaitu, nominal setoran awal anggota yang mau bergabung di tabungan si mantap yang harus di persiapkan relatif tinggi yaitu sebesar Rp. 1.000.000, banyak masyarakat atau calom amggota yang mengeluh terhadap setoran awal di karenakan banyak masyarakat yang berkecukupan pas-pasan sehinga hal ini menjadi salah satu faktor penghambat.

## **D.Pembahasan**

Dalam pembahasan penelitian ini, peneliti akan memaparkan hasil penelitian tentang strategi promosi dalam upaya meningkatkan jumlah anggota tabungan si mantap di BMT UGT Sidogiri cabang Pamekasan.

### **1.Strategi promosi dalam uapaya meningkatkan jumlah anggota tabungan si mantap di BMT UGT Sidogir cabang Pamekasan**

Strategi merupakan kegiatan marketing mix yang terakhir kegiatan ini merupakan kegiatan yang sangat penting. Dalam kegiatan ini setiap lembaga /bank berusaha memeperomosisikan seluruh produknya dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung. Tanpa promosi jagan diharapkan nasabah dapat mengenal dan mengetahui lembaga tersebut apalagi produk-produknya. Oleh karena itu promosi adalah sarana yang paling ampuh untuk menarik dan memepertahankan nasabahnya. Salah satu tujuan promosi bank adalah menarik calon nasabah baru, kemudian promosi juga berfungsi mngingatkan nasabah akan produk, promosi juga akan meningkatkan citra bank dimata para nasabahnya.<sup>22</sup>

Pada hakikatnya Promosi merupakan suatu bentuk komunikasi pemasaran dan informasi tentang produk dari lembaga keuangan syariah dan perusahaan untuk mempengaruhi konsumen untuk membelinya. Kegiatan promosi di pandang oleh konsumen olsebagai aspek sosial dan fisik dari lingkungan yang dapat mempengaruhi konsumen. Kegiatan promosi juga dilakukan untuk menginformasikan, membujuk dan mengingatkan pelanggan target mengenai perusahaan dan bauran pemasarannya. Di dalam promosi kita tidak hanya juga sekedar berkomunikasi ataupun menyampaikan informasi, tetapi juga menginginkan komunikasi yang mampu menciptakan suasana keadaan atau keadaan dimana para nasabah bersedia memilih produk sehingga tujuan diharapkan tercapai, upaya kegiatan promosi untuk menentukan proposi berupa periklanan, promosi penjualan, pejualan pribadi dan publisitas.

Penerapan strategi promosi pada produk tabungan si mantap di BMT UGT Sidogiri cabang Pamekasan ini sebagian besar menerapkan promosi secara langung kepada target sasaran yang telah di tentukan. Target pertama yang pertama kali menerima informasi atau

---

<sup>22</sup> Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2010), 170.



promosi tentang produk tabungan si mantap yaitu seperti kerabat terdekat, teman, masyarakat, atau tokoh-tokoh masyarakat.

Selain dengan hubungan emosional, karyawan BMT juga melakukan pendekatan kondisional dimana yang menjadi target sasaran utama yaitu kerabat terdekat, masyarakat, atau tokoh-tokoh masyarakat. Karyawan BMT harus pintar memilih target dengan cara memahami keadaan finansial atau memilih masyarakat yang se mestinya mampu untuk bergabung di tabungan si mantap ini. Adapun cara- cara lainnya tetapi harus sesuai dengan prinsip syariah tidak ada paksaan. Selain melakukan promosi secara langsung BMT juga melakukan promosi secara tidak langsung seperti memberikan pelayanan terbaik pada anggota tersebut sehingga banyak hal positif yang menyebar dari mulut ke mulut secara tidak langsung menarik perhatian masyarakat.

Ekonomi Islam juga menerapkan promosi yang dilakukan untuk menawarkan, menginformasikan menjual produk atau jasa. Menurut Muhammad Syakir Sula bahwa promosi yang syari'ah (islami) merupakan suatu proses bisnis (pemasaran) yang keseluruhan prosesnya menerapkan nilai-nilai islami dan sebagai suatu strategis yang mengarahkan proses penciptaan penawaran dan perubahan value dari suatu inisiator kepada stekholdernya, yang keseluruhan prosesnya sesuai dengan prinsip islam karena lembaga tersebut saja berdasarkan landasan hukum islam.

Menurut Philip Kotler dalam bukunya *Marketing Management Promotion Mix* atau bauran promosi adalah total aktifitas komunikasi sebuah perusahaan yang terdiri dari: periklanan (*Advertaising*), promosi penjualan (*sales promotion*), penjualan pribadi (*Personal selling*), publisitas (*Public Relation*)

a. Periklanan (*Advertaising*)

Menurut Kotler, periklanan adalah setiap bentuk presentasi dan promosi non personal yang memerlukan biaya tentang gagasan, barang atau jasa oleh seponsor

yang jelas iklan adalah sarana promosi yang digunakan oleh perusahaan dalam hal ini adalah nama produk, manfaat produk, harga produk, serta keuntungan-keuntungan produk dibandingkan produk sejenis yang ditawarkan oleh pesaing. Tujuan promosi lewat iklan adalah berusaha untuk menarik dan mempengaruhi nasabah lama serta calon nasabahnya. Agar iklan yang dijalankan dapat efektif dan efisien maka dilakukan program promosi pemasaran yang tepat. Strategi periklanan yang dilakukan oleh BMT UGTS idogri cabang Pamekasan sebagian besar seperti media cetak seperti brosur-brosur dan majalah, sebagian lagi dengan mempostingnya secara random di berbagai platform media social seperti facebook, instagram, dan whatsapp maupun secara khusus di medsos tersebut seperti memposting atau menyebarkan file gambar brosur produk tabungan si mantap di grup khusus pelaku usaha, grup bisnis, dan grup-grup lainnya yang sesuai dengan karakteristik produk tersebut. Namun sayangnya untuk media elektronik seperti televisi BMT UGT Sidogiri cabang Pamekasan belum menerapkannya dan itu juga perlu izin khusus dari pusat terlebih lagi hal tersebut merupakan tugas dari pusat untuk mempromosikan produk di BMT UGT Sidogiri.

Pada dasarnya di BMT ini media brosur tersebut sering di gunakan sebagai support atau media pendukung ketika melakukan promosi langsung di luar kantor. Media brosur ini memiliki beberapa tujuan dan mafaat seperti membentuk citra organisasi, penyebaran informasi, pengumuman penjualan khusus (iklan penjualan). Anjuran untuk melakukan sesuatu (iklan anjuran) dan intinya menarik nilai target sasaran agar mau menggunakan produk ini.

Setelah saya melakukan observasi di BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan, bahwasanya BMT UGT Sidogiri sudah melaksanakan periklanan (Advertising) melalui media cetak dan media sosial seperti brosur untuk media cetak dan WA, facebook, serta instagram untuk media sosial.

b. Promosi penjualan (*Sales Promotion*)

Menurut Kotler *sales promotion* adalah berbagai kumpulan alat-alat insentif yang sebagian besar berjangka pendek, yang dirancang untuk merangsang pembelian produk atau jasa tertentu dengan lebih cepat dan lebih besar oleh konsumen dan pedagang. Di samping promosi lewat iklan, promosi lainnya dapat dilakukan melalui promosi penjualan. Tujuan promosi penjualan adalah untuk meningkatkan penjualan atau untuk meningkatkan jumlah nasabah. Promosi penjualan dilakukan untuk menarik nasabah untuk segera membeli setiap produk atau jasa yang ditawarkan, kegiatan penjualan yang bersifat jangka pendek tidak dilakukan secara berulang serta tidak rutin ditunjukkan untuk mendorong lebih kuat mempercepat respon pasar yang ditargetkan sebagai alat lainnya dengan menggunakan bentuk yang berbeda karena waktu singkat dan agar nasabah tertarik untuk membeli, maka perlu diadakan promosi penjualan yang semenarik mungkin. Promosi penjualan dapat dilakukan melalui pembeli diskon, kontes, atau sampel produk.<sup>23</sup> Promosi penjualan yang diterapkan oleh BMT UGT Sidogiri cabang Pamekasan disini ialah dengan program-program dan gebrak khusus. Salah satu bentuk program khusus promosi penjualan dalam mempromosikan produk tabungan simantap ini yaitu antara lain gebrak hadiah yaitu mendapatkan hadiah berupa umroh secara gratis dengan diundi. Intinya promosi penjualan mengsosialisasikan dan memberikan dorongan kepada target sasaran untuk membeli atau menggunakan produk dari BMT tersebut.

Setelah saya melakukan observasi di BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan, bahwasanya BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan sudah melakukan promosi penjualan (*Sale Promotion*) dengan cara program-program dan gebrak khusus, yang salah satunya terdapat dalam produk simantap yaitu gebrak hadiah gratis umroh. Intinya

---

<sup>23</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Pranada Media Grup, 2004), 159.

promosi penjualan mengsosialisasikan dan memberikan dorongan kepada target sasaran untuk membeli atau menggunakan produk dari BMT khususnya di tabungan si mantap.

c. Penjualan pribadi (*personal selling*)

Menurut Kotler, *personal selling* atau penjualan pribadi merupakan presentasi personal oleh engga penjualan sebauah peushann dengan tujuan menghasilkan trnsaksi penjualan dan membangun hubungan dengan pelanggan. Dalam dunia perbankan penjualan pribadi secara umum yang dilakukan oleh seluruh pegawai bank, mulai dari *clening service*, satpam sampai dengn pejabat bank. Bentuk *personal selling* tersebut dapat di katagorkan sebagai berikut:

- 1) *Door to doorselling* mendatangi langsung rumah-rumah target yang menjadi target BMT disini merupakan orang-orang terdekat yang memiliki hubungan e,osional dengan karyawan baik itu keluarga, kerbat, tetangga, tokoh-tokoh masyarakat maupun pegawai-pgawai tertentu. Dimana memang target sasaran tersebut tidak membutuhkan tabungan ini, setidaknya nanti ada harapan informasi ini bisa merambat melalui mulut ke mulut.
- 2) *Mall order Email* pengiriman informasi produk bahkan biasanya di sertakan promo. promosi seperti ini jarang dilakukan oleh BMT dan biasanya diterapkan pada target yang pernah menjadi anngota pengguna produk ini sebelumnya dengan harapan target tersebut bisa tertarik untuk menggunakan ulang produk tersebut.
- 3) *Telephone selling*, promosi yang digunakan melalu media social media di aplikasi hp android dengan target yang lebih luas dan promosi dengan cara ini juga baiasanya digunakan untuk menawarkan program baru kepada target yang pernah menjadi anggota pengguna produk ini sebelumnya.

- 4) *Direct Selling* atau melakukan penjualan langsung kepada calon pembeli promosi personal selling seperti ini yang sering dilakukan oleh BMT UGT Sidogiri cabang Pamekasan yaitu dengan masyarakat, tokoh-tokoh masyarakat dan orang yang memiliki kebutuhan yang berkecukupan setelah itu melakukan pendekatan dengan memahami target sasaran, memperhatikan atau menganalisa bagaimana produktivitasnya, keuangan bagaimana setiap harinya orang tersebut mau menjadi nasabah tabungan si mantap ini baik dengan memengaruhi motivasi-motivasi bisnis dengan cara lainnya tetapi tetap harus sesuai dengan prinsip syariah tidak ada paksaan, selain melakukan promosi secara langsung.

Dalam melakukan komunikasi penjualan ini sering dengan wiraniaga, wiraniaga adalah individu yang mewakili perusahaan kepada pelanggan, berkomunikasi, menjual, melayani, mengumpulkan informasi, dan membangun hubungan.<sup>24</sup> Untuk memasarkan produk ini merupakan tugas khusus bagian AOSP tetapi semua karyawan bukan berate tidak harus mempromosikannya juga, tetap juga mempromosikan saat ada kesempatan tertentu dan pada karyawan juga semua sudah dibekali dengan ilmu kemampuan untuk mempromosikan produk-produk di BMT ini. Kegiatan promosi yang dilakukan secara personal tersebut dapat berguna untuk menarik minat nasabah baru untuk menjadi pengguna anggota produk tabungan si mantap karena karyawan BMT dapat langsung bertatap muka dengan nasabah atau calon nasabah sehingga dapat langsung menjelaskan tentang produk tabungan si mantap ini. Secara rinci petugas BMT dapat langsung mempengaruhi nasabah dengan berbagai argumentasi logis yang dimiliki oleh BMT sehingga membuat situasi seolah mengharuskan target sasaran tersebut mendengarkan, memperhatikan, dan menanggapi,

---

<sup>24</sup> Onny Fitriana Sitrorus, *Strategi Promosi Pemasaran*, (Jakarta: Universitas Muhamadiyah, 2017), 55.

dan lalu menjalin hubungan yang akrab antara pihak BMT yang diwakili oleh petugas pelayanan dengan target sasaran.

Setelah saya melakukan observasi di BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan, bahwasanya BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan sudah melakukan promosi penjualan Pribadi (*Personal Selling*) dengan cara langsung bertatap muka dengan nasabah atau calon nasabah sehingga dapat langsung menjelaskan tentang produk tabungan yang mantap ini. Secara rinci petugas BMT dapat langsung mempengaruhi nasabah dengan berbagai argumentasi logis yang dimiliki oleh BMT sehingga membuat situasi seolah mengharuskan target sasaran tersebut mendengarkan, memperhatikan, dan menanggapi, dan lalu menjalin hubungan yang akrab antara pihak BMT yang diwakili oleh petugas pelayanan dengan target sasaran.

d. Publisitas (*Public Relation*)

Menurut Kotler, *public Relation* bertugas untuk hubungan masyarakat untuk mendapatkan publisitas yang menguntungkan, membangun citra yang bagus, dan menangani rumor atau berita yang tidak menguntungkan. Menurut Rambat "Hubungan masyarakat merupakan kiat pemasaran yang penting lainnya, dimana perusahaan tidak hanya harus berhubungan dengan pelanggan, pemasok dan penyalu, tetapi juga harus berhubungan dengan kumpulan kepentingan public yang lebih besar, program hubungan masyarakat yang dilakukan oleh BMT UGT Sidogiri cabang Pamekasan disini ialah antarlain publikasi, seperti menghadiri undangan-undangan secara menjalin hubungan social yang baik dengan etika yang baik dalam kehidupan masyarakat serta juga membuat acara-acara tertentu. BMT UGT Sidogiri cabang Pamekasan juga menjalin hubungan dengan para alumni santri sidogiri atau disebut ikatan alumni santri sidogiri (IASS) yang jumlahnya sangat banyak khususnya di kabupaten Pamekasan. Hubungan masyarakat juga bisa

menekan biaya promosi kedepannya misalnya dengan terjalin komunikasi informasi dari mulut kemulut dalam kehidupan masyarakat tentang produk tabungan si mantap ini.

Kegiatan-kegiatan hubungang masyarakat yang dilakukan oleh BMT UGT Sidogiri cabang Pamekasan disini berperan dalam membangun ctra BMT ini.Mendukun aktifitas lainnya, mengatasi permasalahan, dan mempengaruhi public yang spesifik.

Setelah saya melakukan observasi di BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan, bahwasanya BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan sudah melakukan promosi Publisitas (*Public Relation*) dengan cara program hubungan masyarakat yang dilakukan oleh BMT UGT Sidogiri cabang Pamekasan disini ialah antarlain publikasi, seperti menghadiri undangan-undangan secara menjalin hubungan social yang baik dengan etika yang baik dalam kehidupan masyarakat serta juga membuat acara-acara tertentu. BMT UGT Sidogiri cabang Pamekasan juga menjalin hubungan dengan para alumni santri sidogiri atau disebut ikatan alumni santri sidogiri (IASS) yang jumlahnya sangat banyak khususnya di kabupaten Pamekasan.Hubungan masyarakat juga bisa menekan biaya promosi kedepannya misalnya dengan terjalin komunikasi informasi dari mulut kemulut dalam kehidupan masyarakat tentang produk tabungan si mantap ini.

### **1. Faktor-Faktor Penghambat Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Anggota Produk Tabungan Si Mantap Di BMT UGT Sidogiri cabang Pamekasan.**

Perusahaan dalam menjalankan usahanya pasti juga mengalami hambatan.Sperti juga di BMT UGT Sidogiri cabang Pamekasan dalam melaksanakan promosi pemasaran pasti mengalami hambatan. Sepeti halnya dalam kegiatan strategi promosi produk khususnya

produk tabungan si mantap ini, pasti tidak semua produk berjalan dengan mulus sesuai target kantor BMT. Pasti ada kendala yang salah satunya yaitu faktor penghambat tersebut, salah satu faktor tersebut merupakan hal yang perlu diperhatikan oleh pihak BMT UGT Sidogiri cabang Pamekasan karena penentuan keberhasilan sukses tidaknya strategi promosi yang dilakukan oleh pihak BMT.

Saat ini produk tabungan si mantap yang ada di BMT UGT Sidogiri cabang Pamekasan sedikit mengalami penurunan, yang diakibatkan kurangnya informasi dan pemahaman terhadap produk-produk yang ada di BMT UGT Sidogiri cabang Pamekasan khususnya di tabungan si mantap ini. Banyak masyarakat yang belum mengerti dengan sistem undian tabungan si mantap ini, selain itu banyak masyarakat yang ingin sekali bergabung di tabungan si mantap ini tetapi setoran awal yang cukup tinggi sehingga itu menjadi salah satu keluhan masyarakat. Hal ini menjadi kendala bagi masyarakat yang tidak memiliki dana sampai angka ketentuan yang ditetapkan BMT, namun mereka ingin menabung di tabungan si mantap ini.

Adapun faktor penghambat dalam promosi produk tabungan si mantap yaitu:

- 1) Kurang Meratanya Strategi promosi terhadap tabungan si mantap** Salah satu faktornya karena kurangnya strategi pemasaran yang dilakukan oleh BMT UGT Sidogiri cabang pamekasan, banyak anggota yang belum mengetahui akan adanya tabungan si mantap ini. Tidak adanya pamflet atau banner yang menjelaskan informasi akan tabungan si mantap ini, Karena informasi tabungan si mantap ini hanya melalui penyebaran brosur yang tidak menyeluruh dimana penyebaran brosur tersebut hanya dilakukan saat karyawan BMT melakukan transaksi tabungan lain ke rumah-rumah anggota, sehingga banyak anggota lain yang telah menjadi anggota di BMT UGT Sidogiri cabang pamekasan tidak mengetahui akan adanya tabungan si mantap ini.



## **2) Informasi yang di sampaikan banyak masyarakat yang keliru memahami**

Terkadang banyak masyarakat yang keliru memahami salah satunya masyarakat belum mengerti tentang pola pembagian undiannya, itupun menjadi salah satu faktor penghambat yang dialami BMT UGT Sidogiri cabang Pamekasan dalam memasarkan produk tabungan si mantap. Sehingga BMT UGT Sidogiri cabang Pamekasan harus menjelaskan lebih detail mengenai system tabungan si mantap ini, sehingga masyarakat bisa lebih memahami dan mempengaruhi masyarakat agar isa bergabung atau menabung di tabungan si mantap.

## **3) Ketentuan Nominal Tabunga Si Mantap Yang Terbilang Tinggi**

Tabungan si mantap merupakan tabungan berjangka yang dimana tabungan si mantap ini. Setoran awal yang terbilang lebih tinggi sehingga masyarakat terbebaskan ketika ingin bergabung di tabungan si mantap. setoran awal tabungan si mantap ini yaitu sebesar Rp, 1.000.000, dan mendapatkan 1 kupon hadiah umroh di setiap kelipatannya

Hal ini menjadi kendala bagi masyarakat yang ingin bergabung di tabungan si mantap, Banyak masyarakat yang ingin bergabung di tabungan si mantap tetapi terkendala setoran awal yang relatif tinggi. BMT UGT Sidogiri cabang Pamekasan harus pintar memilih target sasaran seperti halnya masyarakat yang berkecukupan atau memiliki penghasilan yang cukup.