

BAB IV

PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN, DAN PEMBAHASAN

A. Profil BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Guluk-Guluk

1. Sejarah Berdirinya BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Guluk-Guluk

Sayyid Sulaiman merupakan pendiri Pondok pesantren pada 264 tahun silam di desa Sidogiri Kec. Kraton Kab. Pasuruan merupakan salah satu ponpes yang mampu mengembangkan konsep ekonomi islam. Kiprah Ponpes Sidogiri dibidang ekonomi ialah “diawali dengan adanya keinginan untuk mandiri tanpa mengharapkan bantuan pihak lain dengan solusi mendirikan koperasi pada tahun 1981”, menurut penjelasan dari salah satu pengurus Ponpes Sidogiri yaitu Mahmud Ali Zain.

Dalam tahap-tahap perkembangannya, pengurus kopontren sidogiri dan beberapa guru Madrasah Miftahul Ulum pondok pesantren Sidogiri pada pertengahan tahun 1997 mengadakan suatu kegiatan usaha dengan fokus “simpan pinjam yang berpola sesuai dengan syariat islam, atau disebut Baitul Mal wa Tamwil Maslahah Mursala lil Ummah (BMT MMU)”. Usaha tersebut melayani kelu kesah dari masyarakat sekitar pesantren yang mengalami masalah berupa terjerat oleh praktik ekonomi ribawi seperti terjerat hutang-piutang dengan rentenir. Kemudian dengan memanfaatkan jaringan dari alumni serta guru pondok pesantren Sidogiri, maka terbentuklah Usaha Gabungan Terpadu (UGT). BMT

UGT Sidogiri merupakan singkatan dari Koperasi BMT Usaha Gabungan Terpadu 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. Pada saat itu kantor pelayanan awal BMT MMU masih dalam kondisi menyewa bangunan dengan ukuran luas ± 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 atau biasa disebut dengan "Koperasi BMT UGT Sidogiri" mulai beroperasi pada tanggal 5 Rabiul Awal 1421 H atau 6 Juni 2000 M.

di Surabaya, Serta kemudian memperoleh 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 pada satu pekerjaan yakni Urusan Guru Tugas Pondok Pesantren Sidogiri (Urusan GT PPS) yang di dalamnya terdapat orang-orang yang bekerja sebagai guru dan pimpinan madrasah, alumni Pondok Pesantren Sidogiri Pasuruan serta para simpatisan yang menyebar di wilayah Jawa Timur.

Pengurus akan terus berupaya melakukan perbaikan serta pengembangan secara terus-menerus pada semua bidang baik organisasi maupun usaha. Pengurus Koperasi BMT UGT Sidogiri periode 2019-2022 telah merumuskan visi dan misi baru yang lebih membumi dan sejalan dengan jatidiri santri. Visi baru yakni

“Koperasi yang Amanah, Tangguh dan Bermartabat yang kami singkat menjadi (MANTAB)”. Sedangkan, 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 serta meningkatkan kesejahteraan anggota dan umat”.

Dengan adanya tekad yang gigih serta semangat ini para pendiri koperasi yang pada waktu itu di motori oleh Ustad H. Mahmud Ali Zain beserta Asatidz madrasah ingin sekali melanjutkan apa yang menjadi cita-cita KH. Nawawi Thoyib (Alm) agar cepat terwujud lembaga yang diatur rapi serta tertata dengan baik. Seperti perintah 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 kegiatan seminar dan sosialisasi mengenai konsep simpan pinjam syariah yang di hadiri oleh KH. Nur Muhammad Iskandar SQ dari Jakarta selaku ketua Inkopontern, DR. Subiakto Tjakwardaya Menteri Koperasi dan DR. Amin Aziz selaku ketua PINBUK (Pusat Inkubasi Bisnis Usaha Kecil) Pusat. Kemudian Ustad H. Mahmud Ali Zain mengajak teman-teman asatidz ikut berpartisipasi dalam kegiatan tersebut. Tidak hanya berhenti disitu saja, akan tetapi diteruskan kegiatan sosialisasi mengenai perbankan syariah di Pondok Pesantren Sidogiri yang di hadiri oleh Direktur utama Bank Mu’amalat

Indonesia Bapak H. Zainul Bahar yang kemudian diteruskan dengan pelatihan BMT dengan mengirimkan 10 orang untuk berpartisipasi kegiatan tersebut selama 6 hari.

Maka dari petunjuk serta materi yang sudah disampaikan itulah para Asatidz yang melibatkan Ustad H.Mahmud Ali Zain “saat itu sebagai Madrasah Ibtidaiyah Pondok Pesantren Sidogiri”, M. Dumairi Nor “saat itu selaku Wk. Kepala Madrasah Ibtidaiyah Pondok Pesantren Sidogiri”, dan Baihaqi Ustman “saat itu selaku TU Madrasah Ibtidaiyah Pondok Pesantren Sidogiri” serta beberapa pengurus kepontren sidogiri yang terlibat, berdiskusi, dan bermusyawarah yang pada akhirnya semua tim pendiri sepakat untuk mendirikan koperasi BMT yang diberi nama “*Baitul Mal-wat tamwil* masalah lil ummah Pasuruan di singkat BMT MMU”.⁴⁷

Menurut sumber dan pelaku langsung, 13.500.000, pada waktu itu untuk dapat mengelola dana tersebut sangat banyak sekali rintangan, hambatan di lingkungan sekitar. Akan tetapi sedikit para pendiri tersebut tidak ada yang putus asa ataupun menyerah, justru menjadikan semangat untuk terus maju. BMT MMU Pasuruan tanggal 14 September 1997 diresmikan menjadi Koperasi Serba Usaha dengan Badan Hukum Koperasi nomor 608/BH/KWK.13/IX/97.

Sesudah Koperasi BMT MMU berjalan selama dua tahun, banyak masyarakat Madrasah diniyah memperoleh bantuan guru dari Pondok Pesantren Sidogiri melalui Urusan Guru Tugas (UGT) mendesak 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

⁴⁷ <http://www.bmtugtsidogiri.ac.id>, diakses pada tanggal 13 November 2021

Terpadu Sidogiri disingkat “Koperasi BMT UGT Sidogiri” mulai beroperasi di Surabaya dan kemudian memperoleh badan hukum Koperasi dari Kanwil Dinas Koperasi PK dan M Provinsi Jawa Timur dengan SK Nomor. 09/BH/KWK.13/VII/2000 tanggal 22 Juli 2000. BMT UGT Sidogiri didirikan oleh beberapa orang yang berada pada satu kegiatan Urusan Guru Tugas Pondok Pesantren Sidogiri yang didalamnya terdapat orang-orang yang bekerja sebagai guru dan pimpinan madrasah, alumni Pondok Pesantren Sidogiri Pasuruan serta Para Simpatisan yang membayar di wilayah Jawa Timur.

Koperasi BMT UGT Sidogiri Cabang membuka beberapa unit pelayanan anggota di kabupaten atau kota yang dinilai potensial. BMT UGT Sidogiri saat ini telah berumur 17 tahun dan sudah memiliki lebih dari 227 unit layanan Baitul Maal Wat Tamwil atau 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 awal Koperasi UGT beroperasi dari Surabaya, salah satu cabangnya yaitu BMT UGT Sidogiri Cabang Guluk-Giluk. Pada tahun 2015 BMT UGT Sidogiri Cabang Guluk-Giluk mulai beroperasi sesuai intruksi dari pusat. Adi Mulyo saat itu ditunjuk oleh pengelola pusat untuk menjadi kepala cabang BMT UGT Sidogiri Cabang Guluk-Giluk dengan modal awal dari pusat.

2. Baadan hokum BMT UGT Sidogiri Cabang Guluk-Guluk

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)⁴⁸

3. Tujuan Berdirinya BMT UGT Sidogiri Cabang Guluk-Guluk

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

4. Visi dan Misi BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Guluk-Guluk

- 1) Visi
 - a) Menjadi Koperasi yang Amanah, Tangguh dan Bersahabat.
- 2) Misi
 - a) Mengelola Koperasi sesuai dengan jai diri santri.

⁴⁸ <http://www.bmtugtsidogiri.co.id>, diakses pada tanggal 13 November 2021

- b) Menerapkan system Syariah sesuai dengan standar kitab salaf dan fatwa Dewan Syariah Nasional.
- c) Menciptakan Kemandirian Likuiditas yang berkelanjutan.
- d) Memperkokok sinergi ekonomi antar anggota BMT UGT.
- e) Memberikan khidmah terbaik kepada anggota dan ummat.
- f) Meningkatkan kesejahteraan anggota dan ummat.

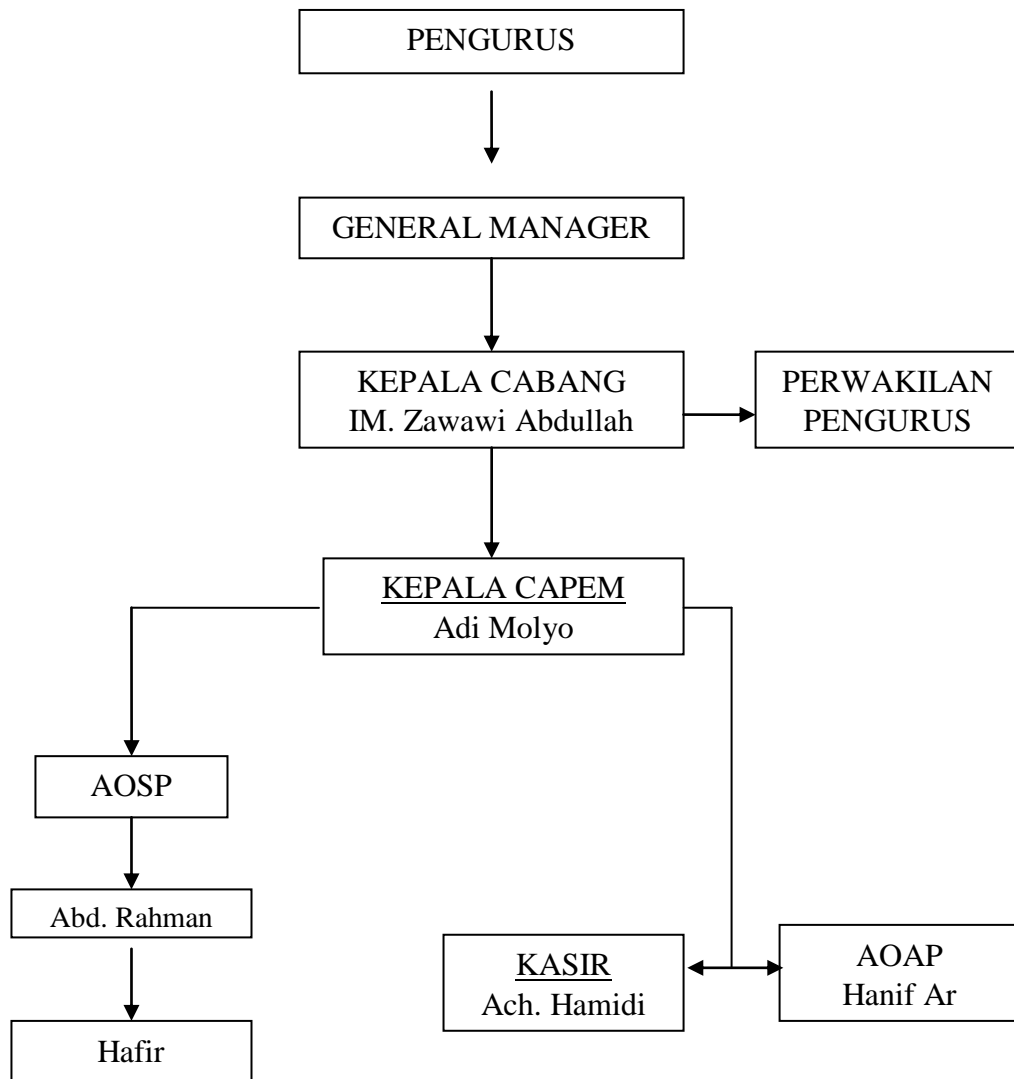
5. Struktur Organisasi BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Guluk-Guluk

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

- a) Kepala Cabang : Adi Molyo
- b) Kasir : Ach. Hamidi As'Ad
- c) *Account Officer* Simpan Pinjam (AOSP) : Abd Rahman
: Hafir
- d) *Account Officer Survey* dan Analisa (AOAP) : Hanif Ar

Gambar 4.1

Struktur Organisasi BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Guluk-Guluk

Keterangan

Garis Intruksi :

Garis Koordinasi :

Sumber : Dokumentasi Struktural BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu

Guluk-Guluk

B. Paparan Data

Pada bagian paparan data ini berdasarkan dengan penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti akan memaparkan dan melaporkan hasil penelitian baik dari segi wawancara, observasi dan dokumentasi.

1) Bagaimana strategi pemasaran yang di lakukan BMT UGT Sidogiri Cabang Guluk-Guluk dalam meningkatkan nasabah tabungan haji ?

BMT UGT Sidogiri merupakan Salah satu lembaga yang menawarkan fasilitas pembiayaan haji. Produk tabunganhaji ini hadir mengingat tidak semua warga Muslim memiliki kemampuan finansial untuk membayar biaya keberangkatan menunaikan ibadah haji. BMT UGT Sidogiri berdasarkan prinsip Islam yang tidak terlepas dari persaingan-persaingan antar bank konvensional. Salah satu hal yang paling mendasar sangat diperlukan dalam strategi pemasaran adalah bagaimana cara dan upaya menarik minat nasabah agar dapat bertahan ataupun jumlahnya meningkat. Diperlukan strategi pemasaran yang tepat untuk meraih kesempatan yang ada dengan sebaik-baiknya. BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Guluk-Guluk, dalam memasarkan Produk Simpanan Haji dan Umroh memerlukan strategi pemasaran yang baik.

Berdasarkan hasil wawancara kepada ketua cabang BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Guluk-Guluk Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil wawancara lapangan berikut merupakan penjelasan dari Bapak Adi Molyo mengenai Penerapan strategi pemasaran yang di lakukan BMT UGT Sidogiri Cabang Guluk-Guluk dalam meningkatkan nasabah tabungan haji .

“Strategi pemasaran yang dilakukan oleh BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Guluk-Guluk khususnya pada produk tabungan haji yaitu dengan menggunakan pasar yang dituju yaitu menggunakan strategi *marketing mix* atau bauran pemasaran untuk menarik minat calon anggota yang terdiri dari empat unsur yaitu: 1) strategi produk (*product*) dapat menarik minat calon anggota dengan menawarkan manfaat dan keuntungan yaitu: a) kemudahan melakukan setoran tabungan haji setiap saat, b) mudah memantau perkembangan dana dengan mendapatkan laporan mutasi transaksi berupa buku tabungan, c) mendapatkan tambahan bagi hasil yang kompetitif, d) pelayanan yang di berikan jempot bola, e) dapat mengajukan dana talangan bagi calon jama’ah haji yang ingin memproleh porsi keberangkatan haji pada tahun yang di rencanakan. 2) strategi harga (*price*) dapat menarik minat calon anggota melalui angsuran pokok dan ujrahnya yang dapat memilih sendiri kemampuan calon anggota sesuai kesepakatan di awal. 3) strategi tempat (*place*) karena letak BMT sendiri sangat strategis ada di pertigaan yang ramai dan juga dekat dengan pasar kemisan hal itulah yang dapat menarik minat calon anggota tabungan haji 4) promosi (*promotion*) media promosi di BMT sendiri menggunakan brosur untuk menarik minat calon anggotan, dengan menggunakan perumusan strategi pemasaran tersebut bertujuan untuk menarik minat calon nanggota tabungan haji”⁴⁹

Hal serupa juga di sampaikan oleh bapak Ach Hamidi karyawan BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Guluk-Guluk mengenai Penerapan strategi pemasaran yang di lakukan BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Guluk-Guluk dalam meningkatkan nasabah tabungan haji

“Strategi pemasaran yang di lakukan BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Guluk-Guluk yang dalam meningkatkan nasabah tabungan haji yaitu tempat BMT UGT Sidogiri Cabang Guluk-Guluk sangat stategis dan juga dekat dengan pasar kemisan hal itulah yang menjadai factor pendukung pemasaran dalam produk tabungan atau pembiayaan yang ada BMT UGT Sidogiri Cabang Guluk-Guluk”⁵⁰

Penjelasan-penjelasan dari karyawan BMT tersebut didukung dengan penjelasan dari anggota yang berhasil saya wawancarai yaitu ibu jumaedah yang merupakan panggota tabungan haji, yang menjelaskan bahwa :

“Begini nak, berawal dari menjadi anggota tabungan. Terus di kasih brosur tabungan haji pada saat itu karyawan BMT menjelaskan keuntungan dan manfaat dari produk tabungan haji tersebut dengan jelas sehingga saya tertarik menjadi

⁴⁹ Adi Molyo, BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Guluk-Guluk, wawancara langsung(6 November 2021, jam 11.05 WIB)

⁵⁰ Ach Hamidi, BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Guluk-Guluk, wawancara langsung(6 November 2021, jam 11.10 WIB)

anggota produk tabungan haji tersebut, Dari tempat koperasi BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Guluk-Guluk strategis dan juga dari BMT tersebut tidak jauh dan akhirnya saya dengan suami saya memutuskan untuk menjadi anggota tabungan haji alhadulillah hasil bertani atau bercocok tanam saya sisihkan untuk tabungan haji”⁵¹

Hal serupa juga di utarakan oleh bapak samsi yang merupakan anggota tabungan haji, yang menjelaskan bahwa :

“Saya memilih menjadi produk tabungan haji di BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Guluk-Guluk sejak ponakan saya menjadi anggota tabungan haji dari situ saya kasih dan pada saat itu saya mngetahui biaya pembukaan awal tabungan haji yang murah hanya Rp. 500.000 di BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Guluk-Guluk , dari produk tabungan haji yang ada BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Guluk-Guluk saya sangat puas , saya merasakan adanya jaminan serta pelayanan yang memuaskan seperti kemudahan dalam pembukaan awal tabungan haji sampan keterangan haji⁵²

Dari Paparan penjelasan narasumber dari pihak karyawan dan nasabah di atas dapat disimpulkan bahwa produk tabungan haji di BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Guluk-Guluk menggunakan strategi pemasaran *marketing mix* untuk menarik minat nasabah dan juga untuk mencapai target pasarnya. Dalam produk tabungan haji ini menggunakan akad mudharabah musyarakah yang dimana para pemilik dana (*shahibbul maal*) dari banyak pihak yang memberikan dananya untuk di kembangkan oleh pihak kedua (Bmt sebagai *mudarib*) pada bidang atau sector yang menghasilkan hasil. Para pemilik dana memberikan ijin kepada pengelola dana untuk menggabungkan dananya menjadi satu, termasuk dana pengelola, pengelola memberikan ijin kepada para pemilik dana menarik dana atau seluruh dana atau sebagian berdasarkan persyaratan. Mereka menggunakan sistem bagi hasil antara nasabah dan pihak BMT tabungan

⁵¹ Jumaedah, Petani dan Pedagang yang menggunakan produk tabungan Haji di BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Guluk-Guluk, wawancara langsung(7 November 2021, jam 08.10 WIB)

⁵² Bapak samsi , Pedagang yang menggunakan produk tabungan Haji di BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Guluk-Guluk, wawancara langsung(24 November 2021, jam 12.0 WIB)

di akad berdasarkan prinsip syariah mudharabah musytarakah dengan nisbah 50% anggota:50% BMT.

2) Faktor apa saja yang mempengaruhi strategi pemasaran tabungan haji pada BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Guluk-Guluk ?

Berdasarkan data yang di peroleh dari hasil wawan cara lapangan berikut merupakan penjelasn dari bapak Ach Hamidi. Sebagai anggota pada BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Guluk-Guluk mengenai Faktor yang mempengaruhi strategi pemasaran tabungan haji pada BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Guluk-Guluk.

“Mengingat masih banyak dari masyarakat Guluk-Guluk yang pendapatannya masih dibawah rata-rata dalam hal memenuhi kehidupannya pokoknya sehari-hari bila mereka juga ingin melaksanakan ibadah haji, mereka harus berpikir bahwa jika mereka naik haji maka mereka akan habis-habisan dalam mengeluarkan ongkosnya. Selain itu ada juga faktor yang menghambat ialah kompetitor sangat bayak di daerah Guluk-Guluk dan juga BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Guluk-Guluk keberadaanya berdekatan dengan kompetitornya serta promosi yang di gunakan hanya menggunakan media brosur saja namun factor pendukungnya juga ada mas seperti masyarakat sekitar BMT mayoritas beragama muslim tentunya kalau muslim semua nya punya niat naik haji begitu mas”⁵³

penjelasan karyawan tersebut juga didukung dengan penjelasan Bapak Adi Molyo yang bertugas sebagai Ketua Cabang Berdasarkan hasil wawancara peneliti menjelaskan tantangan factor yang mempengaruhi dan factor pendukung yang dihadapi dalam memasarkan produk BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Guluk-Guluk:

“Faktor yang mempengaruhi strategi pemasaran tabungan haji pada BMT UGT Sidogiri Cabang Guluk-Guluk yaitu bayaknya pesaing pada produk tabungan haji yang sudah lama ada sebelunya, dan juga masyarakat kurang paham tentang

⁵³ Ach Hamidi, BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Guluk-Guluk, wawancara langsung(25 November 2021, jam 09.10 WIB

produk haji yang ada di pada BMT UGT Sidogiri Cabang Guluk-Guluk, factor pendukungnya setoran awal pada pembukaan tabungan haji sangat ringan serta pembukaan tabungan haji tidak rumit karena bisa dibina langsung oleh pihak BMT⁵⁴

Dari paparan penjelasan narasumber dari pihak ketua cabang dan karyawan di atas dapat di simpulkan bahwasannya factor penghambat yang di hadapi BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Guluk-Guluk terkait ibadah haji, tidak semua masyarakat tersebut mampu melaksanakannya Hal ini dikarenakan banyak faktor yang mempengaruhi pelaksanaan ibadah haji. Faktor yang umum yaitu terkait masalah biaya. Mengingat masih banyak dari masyarakat Guluk-Guluk yang pendapatannya masih dibawah rata-rata, dan juga Semakin banyak pesaing atau competitor dalam bidang tabungan haji dan umroh, sedangkan faktor pendukungnya yaitu masyarakat sekitar hususnya Guluk-Guluk tentunya mayoritas islam pastinya punya niat untuk naik haji begitupun dngan pembukaan tabungan haji tidak rumit,

C. Temuan Penelitian

Setelah penulis berhasil melakukan penelitian untuk pengumpulan data-data baik dengan pengamatan, wawancara, maupun dokumentasi. Setelah itu penulis akan menjelaskan sesuai dengan hasil temuan yang diperoleh dari lapangan. Hasil temuan tersebut akan dijelaskan dalam bentuk tulisan yaitu sebagai berikut:

1. strategi pemasaran yang di lakukan BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Guluk-Guluk dalam meningkatkan nasabah tabungan

⁵⁴ Adi Molyo, BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Guluk-Guluk, wawancara lansung(6 November 2021, jam 11.20 WIB)

haji

Strategi pemasaran produk Tabungan Haji yang di terapkan oleh BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Guluk-Guluk menggunakan *marketing mix* yaitu:

- a) Produk (product)
- b) Harga (price)
- c) Promosi (promotion)
- d) Promosi (promotion)

2. Faktor yang mempengaruhi strategi pemasaran tabungan haji pada BMT UGT Sidogiri Cabang Guluk-Guluk

Adapun yang menjadi faktor penghambat terhadap produk tabungan haji antara lain:

- a) Tidak semua masyarakat Guluk-Guluk mampu melaksanakan ibadah haji hanya sebagian saja.
- b) Banyaknya pesaing atau competitor dalam produk tabungan haji.
- c) BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Guluk-Guluk keberadaanya berdekatan dengan kompetitornya,
- d) Strategi promosi yang di gunakan hanya menggunakan media brosur saja.
- e) Kurangya pemahaman masyarakat tentang produk haji dan umroh

Adapun yang menjadi faktor pendukung terhadap produk tabungan haji antara lain:

- a) Masyarakat daerah Guluk-Guluk mayoritas Islam.
- b) Semua masyarakat Muslim tentunya masyarakat Guluk-Guluk memiliki niat untuk naik haji.
- c) setoran awal pada pembukaan tabungan haji sangat ringan.
- d) Proses pembukaan tabungan haji tidak rumit karena bisa dibina langsung oleh pihak BMT Sidogiri Cabang Pembantu Guluk-Guluk dan juga setoran awalnya sangat ringan.
- e) pembukaan tabungan haji tidak rumit karena bisa dibina langsung oleh pihak BMT

D. Pembahasan

Dalam pembahasan penelitian ini penulis akan menjelaskan hasil penelitian tentang Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Haji Pada BMT UGT Sidogiri Cabang Guluk-Guluk.

1. strategi pemasaran yang di lakukan BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Guluk-Guluk dalam meningkatkan nasabah tabungan haji

Strategi pemasaran Philip Kotler mendefinisikan bauran pemasaran sebagai serangkaian variabel pemasaran terkendali yang dipakai oleh perusahaan untuk menghasilkan tanggapan yang dikendalikan perusahaan, dari pasar sasarannya, bauran pemasaran terdiri atas segala hal yang bisa dilakukan perusahaan untuk mempengaruhi permintaan produknya, yang dikenal dengan (4P), yaitu product, price, lokasi, dan promosi”

Berdasarkan definisi-definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa, Marketing Mix merupakan variabel yang digunakan perusahaan untuk menggerakkan perusahaan mencapai tujuan memuaskan konsumen.

Tabel 1.2

Jumlah perkembangan nasabah BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu

Guluk-Guluk.

No	Tahun	Jumlah
1	2019	2
2	2020	5
3	2021	8

Sumber : Dokumen resmi BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Guluk-Guluk

Produk haji di dilihat dari strategi pemasaran produk dapat dikatakan berpengaruh meskipun BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Guluk-Guluk berdiri pada tahun 2016 masih baru namun perkembangan Produk Haji dapat dilihat dari tabel 1.2 dari peningkatan jumlah anggota tabungan haji ini berpengaruh kepada jumlah anggota BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Guluk-Guluk selalu meningkat dari tahun ketahunya.

Meskipun perkembangan setiap tahunnya tidak terlalu *signifikan* namun BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Guluk-Guluk mampu bertahan dengan persaingan yang cukup ketat. Perkembangan anggota produk tabungan haji pada tahun 2019 sampai tahun 2021 mengalami peningkatan, Ada keyakinan yang

besar bagi pihak pengelola produk tabungan haji, bahwa tabungan haji akan berkembang untuk tahun-tahun berikutnya jika BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Guluk-Guluk melakukan inovasi secara terus menerus serta meningkatkan profesionalitas kerjanya. Dengan dilakukannya hal tersebut suatu saat akan menambah kepercayaan masyarakat terhadap BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Guluk-Guluk dalam mengelola produk tabungan haji

Dalam strategi pemasarannya produk Tabungan Haji yang di gunakan oleh BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Guluk-Guluk, yaitu menggunakan *marketing mix* yaitu sejumlah alat-alat pemasaran yang digunakan koperasi untuk meyakinkan objek pemasaran atau target yang dituju. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi pemasaran produk Tabungan haji yang dilakukan BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Guluk-Guluk meliputi empat variabel dalam bauran pemasaran yaitu:

a) Strategi dalam bidang produk (*product*)

Menurut Kotler dan Amstrong Produk adalah “segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan pemakainya. Produk adalah sebuah output dari perusahaan yang disesuaikan dengan kebutuhan atau permintaan pasar yang akan dituju. Strategi produk meliputi keputusan-keputusan yang berhubungan dengan macam produk yang akan dikeluarkan

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan di pasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Produk terdiri atas barang, jasa, pengalaman, events, orang, tempat, kepemilikan, organisasi, informasi. Jadi produk

bukan hanya dalam bentuk sesuatu yang berwujud saja, tetapi juga sesuatu yang tidak berwujud seperti pelayanan jasa. Semua diperuntukkan bagi pemuasan kebutuhan dan keinginan dari konsumen. Konsumen tidak hanya membeli produk yang dapat memenuhi kebutuhannya akan tetapi juga bertujuan memuaskan keinginannya.

Penerapan strategi pemasaran produk simpanan ataupun pembiayaan yang dilakukan BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Guluk-Guluk adalah dengan menampilkan kelebihan dari produk-produk tersebut, sehingga dapat memenuhi kebutuhan pasar sasaran. Produk adalah segala sesuatu yang bisa ditawarkan di pasar untuk mendapatkan perhatian, permintaan, pemakaian yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan.⁵⁵

BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Guluk-Guluk selain produk haji dan umroh produk yang ditawarkan BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Guluk-Guluk adalah sebagai berikut:

- a. Tabungan
 - 1) Tabungan Haji
 - 2) Tabungan Umroh
 - 3) Tabungan Hari Raya Idul Fitri
 - 4) Tabungan Pendidikan
 - 5) Tabungan Kurban
 - 6) Tabungan Tarbiyah
 - 7) Tabungan Berjangka
 - 8) Tabungan Berjangka Plus,

⁵⁵ www.Marketing.wordpress.com. Diakses pada tanggal 14 November 2021 , pukul 08:07 WIB.

b. Pembiayaan

- 1) Murabahah
- 2) Mudharabah
- 3) Musyarakah
- 4) Qardul hasan
- 5) Ijarah

c. Jasa

- 1) Zizwaf
- 2) Transfer Uang

b) **Strategi harga (*price*)**

Penentuan harga sangat penting untuk diperhatikan karena harga sangat menentukan laku tidaknya produk dan jasa perbankan. Harga yang tepat ialah harga yang terjangkau dan paling efisien bagi konsumen.⁵⁶ Harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Setelah produk yang diproduksi siap untuk dipasarkan, maka perusahaan akan menentukan harga dari produk tersebut. Harga jual merupakan sebuah elemen penting dalam Marketing Mix yang menghasilkan pendapatan penjualan,

Adapun yang menjadi syarat pembukaan tabungan haji di BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Guluk-Guluk adalah dengan cara datang langsung ke koperasi dengan membuka tabungan Haji dengan melakukan hal yaitu:

1) Ketentuan

⁵⁶ Suryono, Kewirausahaan: Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses, (Jakarta: Salemba Empat, 2003), 12

- a. Pembukaan rekening di kantor BMT UGT Sidogiri sesuai domisili/tempat tinggal calon jamaah haji.
 - b. Setoran awal minimal Rp 500.000 dan selanjutnya minimal Rp 100.000.
 - c. Penarikan hanya untuk kebutuhan keberangkatan haji atau karena ada udzur syar'i.
- 2) Ketentuan Pendaftaran Porsi Keberangkatan Haji
- a. Saldo Tabungan Al Haromain minimal Rp 25.000.000.
 - b. Menyerahkan 2 lembar foto kopi KTP suami istri, surat nikah, dan Kartu keluarga
- 3) Persyaratan
- a. Menyerahkan foto kopi KTP yang masih berlaku

c) Strategi dalam bidang tempat (place)

Kotler menyatakan bahwa “Saluran distribusi terdiri dari seperangkat lembaga yang melakukan segala kegiatan (Fungsi) yang digunakan untuk menyalurkan produk dan status pemilikinya dari produsen ke konsumen”. Dari definisi diatas dapat diartikan bahwa saluran distribusi suatu barang adalah keseluruhan kegiatan atau fungsi untuk memindahkan produk disertai dengan hak pemilikinya dari produsen ke konsumen akhir atau pemakai industri. Distribusi berkaitan dengan kemudahan memperoleh produk di pasar dan tersedia saat konsumen mencarinya. Distribusi memperlihatkan berbagai kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk menjadikan produk atau jasa dipe roleh dan tersedia bagi konsumen sasaran.

Menurut Tjiptono, Place merupakan keputusan distribusi menyangkut kemudahan akses terhadap jasa bagi para pelanggan potensial. Pertimbangan dalam menentukan lokasi adalah pelanggan mendatangi lokasi atau penyedia layanan yang mendatangi pelanggan. Tempat merujuk kepada penyediaan produk di tempat yang nyaman bagi pelanggan untuk mendapatkannya. Tempat hampir sama dengan distribusi. Strategi penempatan memberi penekanan kepada aspek saluran distribusi produk yang berfungsi menyampaikan produk pengguna sasaran. Menawarkan produk yang benar di tempat yang benar merupakan tujuan dari strategi ini

Tempat adalah saluran dimana produk tersebut sampai kepada konsumen.⁵⁷ Penetapan tempat yang baik akan menambah kenyamanan nasabah ketika bertransaksi. BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Guluk-Guluk dalam meningkatkan kapabilitas distribusi produk dan layanan didukung oleh tempat atau letak koperasi yang strategis yaitu BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Guluk-Guluk terletak di Lokasi Simpang tiga Guluk-Guluk ini sangat mudah untuk dijangkau karena tempat koperasi yang strategis dekat dengan pasar Kemisan dan juga dekat dengan lokasi Polres Guluk-Guluk. yang merupakan pusat kegiatan perekonomian masyarakat. Banyak keunggulan dari tempat distribusinya yaitu: lokasinya yang berada disekitar pasar, lokasi yang dapat dilihat dengan jelas, lingkungan yang baik untuk mengembangkan bisnis usaha, sarana yang mudah dijangkau oleh sarana transportasi umum. Dan kelebihan dan keunggulan dari tempat lokasi, masyarakat akan dapat mengetahui dan menjangkau dengan mudah keberadaan BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu

⁵⁷ www.marketing.wordpress.com. Diakses pada tanggal 15 November 2021 , pukul 08:07 WIB.

Guluk-Guluk. Sehingga tidak menuntut kemungkinan masyarakat akan lebih mudah tertarik dan bergabung menjadi nasabahnya BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Guluk-Guluk.

Lokasi BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Guluk-Guluk yang memiliki lokasi strategis mempermudah dalam memasarkan produk Simpanan Haji dan Umroh selain dilingkungan pusat perekonomian masyarakat lokasi BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Guluk-Guluk berada di tengah-tengah masyarakat menengah keatas dan mayoritas beragama islam. Walaupun target pasar BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Guluk-Guluk adalah seluruh golongan lapisan masyarakat namun keberadaan lokasi yang strategis mampu mempermudah masyarakat dalam bertransaksi. BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Guluk-Guluk yang berada di lokasi strategis mudah dijangkau oleh masyarakat baik melalui kendaraan umum baik kendaraan pribadi kerana lokasi BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Guluk-Guluk dapat dilalui oleh semua angkutan umum.

d) Promosi (*promotion*)

Promosi adalah bagian dari variabel pemasaran yang memiliki peran sangat penting. Keberadaan promosi adalah semacam jembatan komunikasi antara pihak perusahaan atau manajemen dengan pihak pelanggan atau konsumen pada umumnya.⁵⁸ Tanpa promosi jangan diharapkan nasabah dapat mengenal produk bank, oleh karena itu, promosi adalah sarat paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Salah satu tujuan promosi bank adalah

⁵⁸ Nirwana, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jasa*, (Malang: Penerbit Dioma, 2004), 59.

menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru.

Kegiatan promosi yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat dari produknya dan untuk meyakinkan konsumen sasaran untuk membeli produknya. Dalam hal ini promosi adalah suatu bentuk pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Guluk-Guluk dalam melakukan promosi dari tahun ketahun tidak melakukan inovasi atau dapat dikatakan bahwa stratgi promosi dari tahun ketahun selalu sama. Media promosi yang digunakan BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Guluk-Guluk dalam promosinya menggunakan brosur dan juga menggunakan media promosi yang lebih modern seperti menggunakan media elektronik atau media sosial. Promosi yang dilakukan oleh BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Guluk-Guluk memiliki karakteristik tersendiri dimana BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Guluk-Guluk. Promosi yang dilakukan untuk memasarkan produk tabungan haji dengan cara:

- a. Melalui periklanan (*advertising*), yaitu promosi yang dilakukan dalam bentuk gambar atau kata-kata yang tertuang dalam iklan majalah, spanduk, brosur, dll.
- b. Publisitas (*publicity*), promosi yang dilakukan untuk meningkatkan citra koperasi di depan calon nasabah atau nasabahnya.

- c. Penjualan pribadi (*personal selling*), dilakukan oleh marketing dengan cara *door to door* atau *face to face*

Promosi yang paling sering dilakukan oleh BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Guluk-Guluk adalah dengan membagikan brosur serta menjelaskan kepada nasabah maupun calon nasabah.

2. Faktor yang mempengaruhi strategi pemasaran tabungan haji pada BMT UGT Sidogiri Cabang Guluk-Guluk

a. Factor pendukung

Keberadaan lembaga keuangan syariah di Indonesia masih memiliki peluang yang menggembirakan dan perlu dioptimalkan guna membangun kembali sistem lembaga keuangan syariah yang sehat dalam rangka mendukung program pemulihan dan pendayaan ekonomi nasional.

Adapun yang menjadi faktor pendukung terhadap produk tabungan haji antara lain:

- a. Masyarakat daerah Guluk-Guluk mayoritas islam.
- b. Semua masyarakat Muslim tentunya masyarakat Guluk-Guluk memiliki niat untuk naik haji.
- c. setoran awal pada pembukaan tabungan haji sangat ringan.
- d. Proses pembukaan tabungan haji tidak rumit karena bisa dibina langsung oleh pihak BMT Sidogiri Cabang Pembantu Guluk-Guluk dan juga setoran awalnya sangat ringan.

- e. pembukaan tabungan haji tidak rumit karena bisa dibina langsung oleh pihak BMT

b. Faktor penghambat

BMT adalah lembaga keuangan yang dalam operasionalnya berdasarkan hukum islam. BMT dalam operasionalnya tidak hanya mengalami masalah keuangan saja namun juga menangani kegiatan ke agamaan salah satunya yang penting bagi ummat Islam adalah rukuniman yang ke lima, yaitu naik haji bagi yang mampu, pada umum nya masyarakat Indonesia bagi ummat islam hanya sebagian kecil yang mampu dalam melaksanakanya ibadah haji. factor yang paling umum adalah masalah biaya, mengingat masih bayak masyarakat Indonesia yang hidup di bawah garis kemiskinan. Bagi mereka tidak mudah mengumpulkan uang untuk ongkos naik haji yang mencapai puluhan juta rupiah. Apalagi saat ini, biaya ongkos naik haji semakin mahal dan dari tahun ke tahun mengalami peningkatan. Hal ini tentunya merupakan beban bagi ummat Islam yang ingin melaksanakannya. Terlebih naik haji adalah salah satu rukun Islam yang wajib dilaksanakan oleh ummat Islam.

Adapun manfaat dan keuntungan produk tabungan haji di BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Guluk-Guluk antara lain :

- a. kemudahan melakukan setoran tabungan haji setiap saat,
- b. mudah memantau perkembangan dana dengan mendapatkan laporan mutasi transaksi berupa buku tabungan,
- c. mendapatkan tambahan bagi hasil yang kompetitif,
- d. pelayanan yang di berikan jemput bola,

- e. dapat mengajukan dana talangan bagi calon jama'ah haji yang ingin memperoleh porsi keberangkatan haji pada tahun yang di rencanakan.