

BAB IV

PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Paparan Data

1. Profil Lembaga

a. Sejarah KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan Pamekasan

Baitul Maal Wat Tamwil Nuansa Ummah atau biasa disebut BMT NU berdiri pada tanggal 1 Juli 2004 di kecamatan Gapura, Sumenep. Organisasi ekonomi ini awalnya bernama Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS). Namun, berubah menjadi Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS). Perubahan itu sesuai dengan regulasi baru dari pemerintahan yaitu tanggal 04 Mei 2007 telah resmi terdaftar di akte notaris dengan nomor 10, Badan Hukum : 188.4/11/BH/XVI.26/435.113/2007, SUP : 503/6731/SIUP-K/435.114/2007, TDP : 132125200588, DAN NPWP : 02.599.962.4-608.000 dengan nama Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) *Baitul Maal Wat Tamwil* Nuansa Umat yang disingkat dengan BMT NU Jawa Timur.

KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan merupakan cabang ke 26 yang berdiri pada 03 Oktober 2016 di Desa Tlanakan Kecamatan Tlanakan Kabupaten Pamekasan. KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan berdiri saat MWC NU Tlanakan mempunyai inisiatif untuk mendirikan lembaga keuangan, namun pada saat itu belum terfikirkan untuk membentuk lembaga keuangan yang seperti apa, yang mana tujuannya supaya dapat memberikan penghasilan pada Nahdatul Ulama' (NU) khususnya NU Tlanakan. Kemudian MWC melakukan musyawarah dengan staf-stafnya supaya saat ada acara

maupun kegiatan meminta amal dipinggir jalan. Setelah melakukan penelitian pada masyarakat Tlanakan mereka bisa diajak berkerja sama dan kompak dalam memajukan BMT ini, kemudian MWC ini bernegoisasi dengan BMT NU Jawa Timur pada bulan Agustus 2016. KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan ini berdiri sebagai bentuk pengembangan dari KSPPS BMT NU Jawa Timur (BMT NU Pusat) dan juga dikarenakan di daerah Tlanakan tepatnya di Desa Tlanakan ini juga kekurangan akses permodalan khususnya bagi usaha kecil dan mikro. Dengan demikian berbagai masalah ekonomi di Desa Tlanakan mulai berkurang seiring adanya KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan.¹

b. Visi dan Misi KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan.

1) Visi

Terwujudnya BMT NU yang jujur, amanah, dan profesional sehingga mampu melayani melampaui harapan anggota serta pada tahun 2008 memiliki prestasi di tingkat nasional dengan aset Rp. 20 milyar menuju kesejahteraan anggota yang *Mardhatillah*.

2) Misi

a) Menerapkan prinsip-prinsip syariat dalam kegiatan ekonomi, memberdayakan pengusaha kecil dan menengah, dan membina kepedulian *aghniyaa* (orang mampu) kepada *dhuafaa* (kurang mampu) secara terpola dan berkesinambungan.

b) Memberikan layanan usaha yang prima kepada seluruh anggota dan

¹ Sejarah BMT NU Jawa Timur, diakses dari <https://nugapura.or.id/2017/04/29/mengenal-BMT-NU-1-sejarah-dan-mula-perjalanan/>, diakses pada tanggal 21 Maret 2022.

mitra KSPPS BMT NU.

- c) Mencapai pertumbuhan dan hasil usaha KSPPS BMT NU yang layak serta proporsional untuk kesejahteraan bersama.
- d) Memperkuat permodalan sendiri dalam rangka memperluas jaringan layanan KSPPS BMT NU.
- e) Turut berperan serta dalam gerakan pengembangan ekonomi syariah.

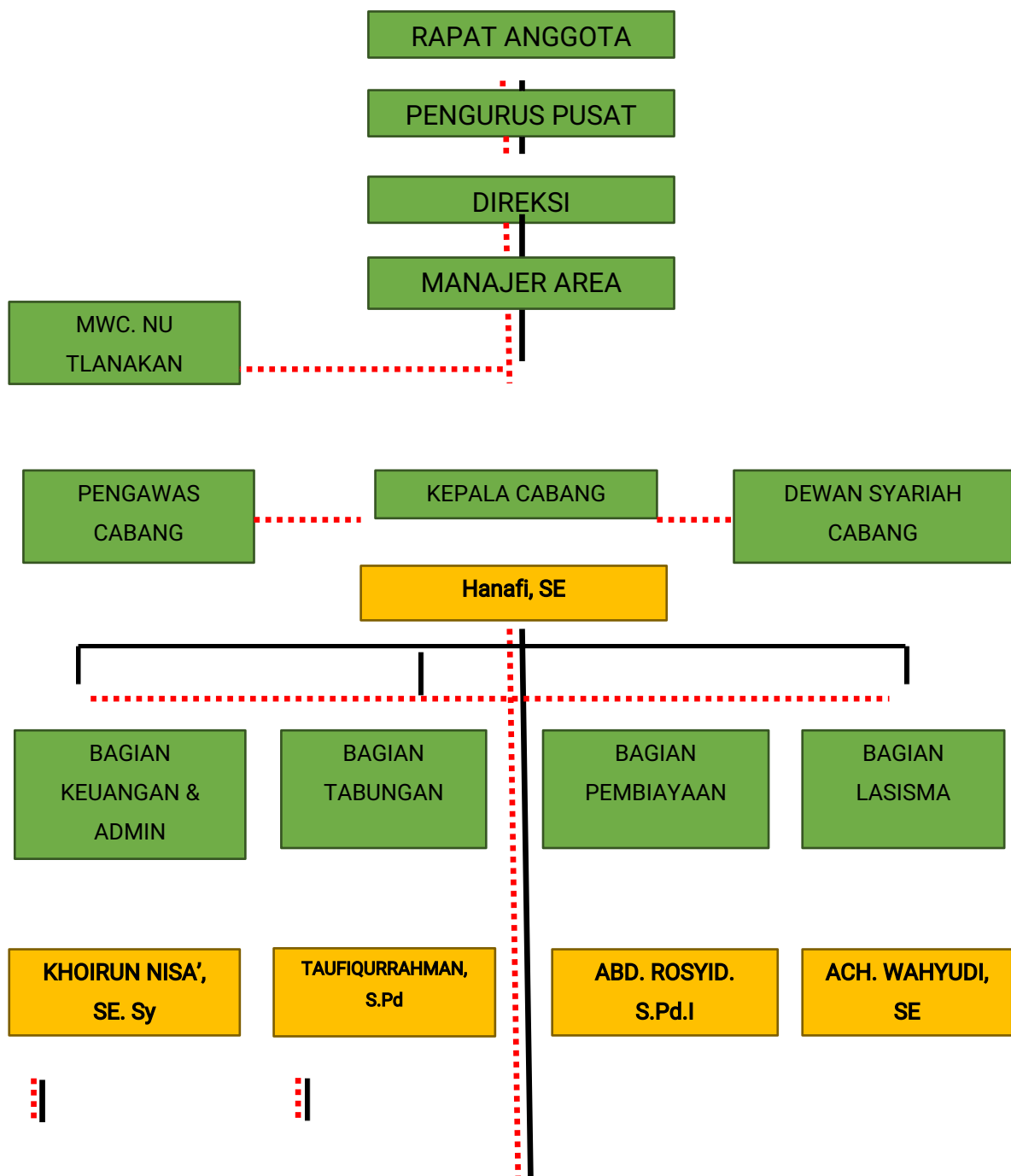
Berdasarkan visi dan misi KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan, para pengelola di lembaga ini telah berupaya dengan semaksimal mungkin untuk melaksanakan amanah dengan baik, sehingga lembaga ini dapat terus berkembang di era globalisasi yang penuh persaingan dan tantangan.

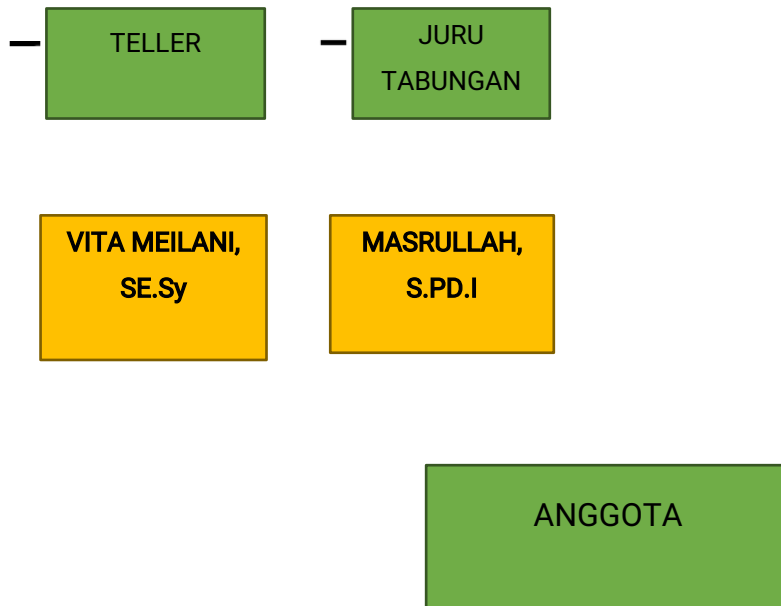
c. Struktur Pengelola KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan

Struktur organisasi merupakan sarana untuk menggambarkan keadaan formal suatu perusahaan untuk mengetahui tugas dan fungsi serta tanggung jawab para karyawan. Dalam melaksanakan tugas dan fungsinya masing-masing struktur organisasi yang ada di KSPPS BMT NU Cabang Tlanakan merujuk pada kegiatan yang dilakukan oleh KSPPS BMT NU Cabang Tlanakan.

Bagan 4.1

Struktur Pengelola KSPPS BMT NU Cabang Tlanakan Pamekasan





Sumber: KSPPS BMT NU Cabang Tlanakan Pamekasan.

d. Produk-produk KSPPS BMT NU Cabang Tlanakan Pamekasan

1) Produk tabungan simpanan:

- a) Simpanan Anggota (SIAGA).
- b) Tabungan Mudharabah (TABAH).
- c) Simpanan Pendidikan Fathonah (SIDIK FATHONAH).
- d) Simpanan Haji dan Umroh (SAHARA).
- e) Tabungan Ukrawi (TARAWI).
- f) Simpanan Lebaran (SABAR).
- g) Simpanan Berjangka Wadiah (SAJADAH).

Tabungan sajadah merupakan simpanan berjangka *wadi'ah* berhadiah,

simpanan dengan ketentuan yang dapat dinikmati diawal dengan memperoleh hadiah langsung tanpa diundi. Tabungan ini menggunakan akad *Wadi'ah Yad-Dhamanah* dan dapat ditarik sesuai dengan kesepakatan bersama diawal.

h) Simpanan Berjangka Mudharabah (SIBERKAH).

2) produk pembiayaan:

a) Ba' Bits Tsamani Al-Ajil (BBA).

b) Murabahah.

c) Mudharabah.

d) musyarokah .

e) Al-Qordhul Hasan.

f) Rahn (Gadai).

g) Lasisma (Layanan Berbasis Jama'ah).

2. Data lapangan

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dari hasil wawancara, pengamatan, dokumentasi, serta informasi mengenai dilokasi penelitian. Maka peneliti akan memaparkan dan menjelaskan data hasil lapangan yang diperoleh selama penelitian di KSPPS BMT NU Cabang Tlanakan Pamekasan.

a. Bagaimana Strategi Promosi Pada Produk Sajadah Di KSPPS BMT NU Cabang

Tlanakan Pamekasan.

Proses kegiatan pemasaran digunakan sebagai salah satu kegiatan perusahaan yang dianggap penting untuk dapat meningkatkan volume penjualan serta memperkenalkan sebuah produk ataupun jasa yang akan ditawarkan kepada masyarakat. Pemasaran merupakan wujud yang paling nyata dan berada dalam semua fungsi yang dilakukan dalam sebuah bisnis. Suatu produk tidak akan dibeli atau dikenal oleh masyarakat, apabila masyarakat tidak mengetahui kegunaan, keunggulan, serta dimana produk dapat diperoleh.

Promosi adalah sebuah usaha dari pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan untuk dapat menginformasikan dan mempengaruhi masyarakat atau pihak lain sehingga tertarik untuk melakukan transaksi pertukaran produk barang atau jasa yang dipasarkan. Tanpa adanya promosi masyarakat akan sulit mengetahui mengenai produk-produk yang disediakan oleh KSPPS BMT NU Cabang Tlanakan Pamekasan. Sehingga pihak dari KSPPS BMT NU Cabang Tlanakan Pamekasan berusaha untuk melakukan promosi produk ataupun jasa yang dimiliki secara langsung ataupun tidak langsung.

Salah satu produk tabungan KSPPS BMT NU Cabang Tlanakan Pamekasan adalah tabungan sajadah merupakan simpanan berjangka *wadi'ah* berhadiah, simpanan dengan ketentuan yang dapat dinikmati diawal dengan memperoleh hadiah langsung tanpa diundi dan tabungan ini menggunakan akad *Wadi'ah Yad-Dhamanah* agar produk tersebut dapat diketahui oleh masyarakat maka perlu adanya informasi mengenai produk tabungan sajadah. Kegiatan promosi yang dilakukan oleh pihak KSPPS BMT NU

Cabang Tlanakan Pamekasan adalah dengan cara memberikan informasi tersebut secara langsung dan tidak langsung. Hal tersebut dinyatakan oleh Bapak Masrullah selaku karyawan lama juru tabungan sajadah, ia mengatakan:

“untuk promosi yang saya lakukan pertama-tama itu mendatangi calon anggota dengan melakukan silaturahmi dan memperkenalkan diri kepada masyarakat bahwa saya ini dari karyawan KSPPS BMT NU Cabang Tlanakan ingin memberitahu masyarakat mengenai produk tabungan sajadah, setelah itu saya memberikan brosur kepada masyarakat tersebut. Kemudian saya menjelaskan mengenai produk tabungan sajadah dari segi keunggulannya. Setelah saya selesai menjelaskan dan meyakinkan masyarakat mengenai kenyamanan dalam menggunakan produk tersebut dengan tujuan meningkatkan jumlah anggota KSPPS BMT NU Cabang Tlanakan, karena calon anggota yang akan menggunakan produk tabungan sajadah secara otomatis akan menjadi anggota KSPPS BMT NU Cabang Tlanakan”²

Hal ini juga dipaparkan oleh Bapak Taufiq selaku karyawan baru juru tabungan sajadah, ia mengatakan:

“Untuk promosi ada 4 strategi yang digunakan, yang pertama adalah dengan menggunakan media periklanan, seperti melalui brosur yang disebar oleh karyawan, serta media sosial seperti status di facebook dan whatsapp yang di upload tiap hari. Yang kedua dengan cara langsung datang pada orang yang sekiranya memiliki uang. Ketiga dengan cara ikut serta dalam pengajian ibu-ibu atau kelompok muslimat dan bisa juga bekerja sama dengan MPC. Kemudian yang keempat melalui mulut ke mulut (*word of mouth*) misalnya si Fahmi sudah menjadi anggota bagian tabungan sajadah, kemudian si Fahmi memberitahu kepada orang lain bahwa dalam menggunakan produk tabungan sajadah ini akan mendapatkan keuntungan di awal”³

Kegiatan promosi yang dilakukan di KSPPS BMT NU Cabang Tlanakan Pamekasan juga disampaikan oleh Bapak Hanafi selaku Kepala Cabang KSPPS BMT NU Cabang Tlanakan Pamekasan, ia mengatakan:

“Untuk strategi promosi yang paling efektif dilakukan di KSPPS BMT NU Cabang Tlanakan Pamekasan adalah personal selling, dimana karyawan

² Masrullah, Karyawan Lama Juru Tabungan Sajadah, Wawancara Langsung (28 Maret 2022).

³ Taufiqurrahman, Karyawan Baru Juru Tabungan Sajadah, Wawancara Langsung (03 Maret 2022).

khususnya juru tabungan sajadah datang kerumah-rumah masyarakat yang sekiranya bisa dijadikan sebagai calon anggota tabungan sajadah atau yang sekiranya memiliki cukup uang. Karena syarat tabungan sajadah adalah simpanan minimal 5 juta rupiah. Dalam mencari calon anggota tabungan sajadah karyawan juga meminta bantuan pada saya sendiri selaku kepala cabang dan juga kyai yang dipercayai oleh masyarakat sekitarnya”⁴

Dari pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa strategi promosi yang dilakukan oleh KSPPS BMT NU Cabang Tlanakan Pamekasan adalah dengan terjun langsung ke lapangan menginformasikan produk yang dimiliki dengan menggunakan media bauran promosi. Media promosi yang pertama melalui periklanan dimana pihak KSPPS BMT NU Cabang Tlanakan membagikan brosur kepada masyarakat dan melalui media sosial seperti facebook ataupun whatsapp. Kedua, untuk mempromosikan tabungan sajadah menggunakan personal selling, yaitu para karyawan mempromosikan produk tabungan sajadah dengan menemui para anggota yang sudah menabung di KSPPS BMT NU Cabang Tlanakan dengan cara menawarkan kepada anggota yang ingin menggunakan produk tabungan sajadah. Selain kepada anggota yang sudah menabung pihak KSPPS BMT NU Cabang Tlanakan Pamekasan juga mempromosikan kepada masyarakat sekitar dengan cara langsung kerumah mereka. ketiga, untuk mempromosikan tabungan sajadah menggunakan publisitas yaitu para karyawan menginformasikan produk tabungan sajadah dengan mengikuti pengajian ibu-ibu dan mengikuti kegiatan muslimat. Keempat, untuk mempromosikan tabungan sajadah menggunakan cara *word of mouth*, yaitu informasi yang didapatkan dari tetangga ataupun kerabat yang mengajak untuk menjadi anggota dari produk tabungan sajadah tersebut.

⁴ Hanafi, Kepala Cabang KSPPS BMT NU Tlanakan Pamekasan, wawancara langsung (29 Maret 2022).

Hasil observasi yang sudah dilakukan peneliti yaitu strategi promosi yang dilakukan oleh bapak Taufik dengan mendatangi rumah-rumah masyarakat khususnya di sekitar Brenta untuk mempromosikan produk tabungan sajadah yang disediakan oleh BMT dan tentunya mengajak masyarakat disana untuk menabung. Salah satu masyarakat yang merasa tertarik untuk menjadi anggota mendaftarkan dirinya kepada bapak Taufik dengan ketentuan syarat yang berlaku, seperti nominal awal tabungan yaitu 5 juta dan memberi tahu KTP. Masyarakat itupun menyetorkan uang sejumlah 10 juta serta KTPnya. Setelah berbincang terkait tabungan sajadah dan hadiah yang akan didapatkannya. Masyarakat itu memilih hadiah berupa TV yang akan diserahkan langsung tetapi bukan di rumah masyarakat itu melainkan di kantor BMT.

Selain menggunakan personal selling, karyawan BMT ini juga melakukan promosi dengan mengikuti kegiatan muslimat tetapi kegiatan ini sudah sangat jarang dilakukan oleh pihak BMT dikarenakan tidak ada waktu

Dalam mempromosikan produk selain menggunakan bauran promosi sebagai medi informasi, KSPPS BMT NU Cabang Tlanakan Pamekasan juga memperhatikan terkait dengan segmentasi pasar, artinya pihak dari KSPPS BMT NU Cabang Tlanakan Pamekasan memilih calon anggota tabungan sajadah yang sekiranya memiliki cukup uang. Hal tersebut disampaikan oleh Bapak Taufiq selaku karyawan baru juru tabungan sajadah, ia mengatakan:

“Dalam memilih calon anggota tabungan sajadah ini, tidak membedakan kalangan entah itu orang kaya atau orang kurang mampu yang penting orang itu punya keinginan untuk menabung. Jadi, sebelum mempromosikannya secara langsung kami ataupun karyawan yang lainnya sudah diberitahu atau mendengar dari masyarakat daerah

tersebut bahwa masyarakat yang tinggal di wilayah A memiliki cukup uang untuk menabung. Jadi misal saya salah sasaran tidak masalah, saya hanya mencoba untuk mencari keanggotaan dan melakukan promosi kepada masyarakat”⁵

Hal senada juga disampaikan oleh Bapak Masrul selaku karyawan lama juru tabungan sajadah, ia mengatakan:

“Sebelum melakukan promosi tabungan sajadah kami menentukan calon anggota dengan melakukan survei kepada calon anggota, yaitu kami memilih calon anggota dimulai dari lingkungan tetangga kami sendiri, kemudian kami juga memilih melakukan promosi kepada tokoh-tokoh masyarakat yang dipercaya”⁶

Selain mengetahui dan mensurvei secara langsung, KSPPS BMT NU Cabang Tlanakan Pamekasan juga menentukan target calon anggota yang akan diajak untuk menggunakan produk tabungan sajadah. Yang menjadi sasaran adalah anggota dari KSPPS BMT NU Cabang Tlanakan Pamekasan. Hal tersebut disampaikan oleh Bapak Hanafi selaku Kepala Cabang KSPPS BMT NU Cabang Tlanakan, ia mengatakan:

“sebelum melakukan promosi kami menentukan sasaran calon anggota untuk mempromosikan produk tabungan sajadah, sasarannya yaitu anggota tabungan dulu, kalau dia menabung sesuai dengan apa yang kita targetkan maka kami melakukan promosi terhadap masyarakat itu mengenai produk tabungan sajadah yang juga disediakan oleh pihak KSPPS BMT NU Cabang Tlanakan Pamekasan”⁷

Pernyataan-pernyataan diatas diperkuat oleh ibu Sunami selaku anggota produk tabungan sajadah, ia mengatakan:

“iya memang benar mbak bahwa pihak KSPPS BMT NU Cabang Tlanakan Pamekasan ini melakukan promosi dengan cara menyebarkan brosur pada rumah masyarakat yang sudah menjadi target. Tetapi sebelum menyebarkan brosur tersebut saya sudah mendengar terlebih dahulu terkait dengan produk tabungan sajadah tersebut dari tetangga saya mbak, tetangga saya ini bilang kalau ada tabungan yang akan

⁵ Taufiq, Karyawan Baru Juru Tabungan Sajadah, Wawancara Langsung (03 Maret 2022).

⁶ Masrullah, Karyawan Lama Juru Tabungan Sajadah, Wawancara Langsung (28 Maret 2022).

⁷ Hanafi, Kepala Cabang KSPPS BMT NU Tlanakan Pamekasan, wawancara langsung (29 Maret 2022).

mendapatkan hadiah, karena saya merasa tertarik jadi saya minta tolong mbak ke tetangga saya untuk menyuruh karyawan datang kerumah saya. Dua hari atau sekitar tiga harian selanjutnya karyawan dari KSPPS BMT NU Cabang Tlanakan Pamekasan tersebut langsung memberikan informasi yang lebih banyak kepada saya, jadinya saya lebih yakin untuk menjadi anggota dari produk sajadah di KSPPS BMT NU Cabang Tlanakan Pamekasan”⁸

Hal senada juga disampaikan oleh ibu Jumaati selaku anggota produk tabungan sajadah, ia mengatakan:

“saya mengenal produk tabungan ini saat saya sedang bertamu mbak di rumah saudara saya, saat itu karyawan dari KSPPS BMT NU Cabang Tlanakan sedang mempromosikan pada saudara saya jadi sekalian saya mendengarkan apa saja penjelasan dari karyawan tersebut. Karena saya penasaran mbak dengan produk tabungan tersebut jadi saya mengajukan beberapa pertanyaan kepada karyawan itu, salah satunya saya menanyakan apa saja syarat untuk menjadi anggota dari produk sajadah tersebut, kemudian saya menanyakan juga bagaimana ketentuan atau kebijakan dari pihak KSPPS BMT NU Cabang Tlanakan Pamekasan ini terkait dengan produk sajadah. Setelah saya berbincang-bincang juga dengan suami saya, suami saya setuju untuk mendaftar menjadi anggota produk sajadah itu”⁹

Hal senada juga disampaikan oleh ibu Ningsih selaku anggota produk tabungan sajadah, ia mengatakan:

“Saya mengetahui produk tabungan sajadah ini dari acara pengajian bulanan ibu-ibu mbak, disana banyak sekali yang membicarakan mengenai produk tersebut. Sehingga saya penasaran dan saya mulai menanyakan terkait produk tabungan sajadah itu, kebetulan pada saat itu salah satu karyawan ada yang mengikuti pengajian bulanan itu mbak. Setelah mendengar penjelasan bahwa produk tabungan sajadah ini adalah simpanan berhadiah yang diperoleh langsung tanpa diundi membuat saya tertarik untuk bergabung menjadi anggota KSPPS BMT NU Cabang Tlanakan Pamekasan. Pihak dari KSPPS BMT NU Cabang Tlanakan Pamekasan pun memiliki pelayanan yang baik, sopan, ketika saya hendak menanyakan terkait produk tersebut karyawannya pun menjawab dengan sabar”¹⁰

⁸ Sunami, Anggota Tabungan Sajadah KSPPS BMT NU Cabang Tlanakan Pamekasan, wawancara Langsung (19 Maret 2022).

⁹ Jumaati, Anggota Tabungan Sajadah KSPPS BMT NU Cabang Tlanakan Pamekasan, wawancara Langsung (20 Maret 2022).

¹⁰ Ningsih, Anggota Tabungan Sajadah KSPPS BMT NU Cabang Tlanakan Pamekasan, wawancara Langsung (22 Maret 2022).

Dari pernyataan-pernyataan para anggota diatas dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan promosi dalam meningkatkan jumlah anggota KSPPS BMT NU Cabang Tlanakan sudah efektif, karena para karyawan dapat menarik minat calon anggota ataupun anggota untuk menggunakan produk tersebut dan tetap bertahan menggunakan produk tabungan sajadah dengan berbagai media yang digunakan, baik itu media bauran promosi seperti menyebar brosur serta mendatangi langsung dan menyampaikan informasi kepada para calon anggota secara tatap muka ataupun media mulut ke mulut (*word of mouth*).

Tentunya pihak KSPPS BMT NU Cabang Tlanakan Pamekasan tidak hanya memperhatikan mengenai penerapan promosi, namun juga memperhatikan pelayanan kepada para anggota, baik itu dari segi sikap, tutur kata, serta sopan santun pada saat bertemu dengan tetap mengucapkan salam. Hal tersebut yang membuat para calon anggota menjadi tertarik untuk bergabungn menjadi anggota KSPPS BMT NU Cabang Tlanakan Pamekasan. Peningkatan jumlah anggota juga dibuktikan dengan semakin bertambahnya anggota dari awal mulai dibentuknya produk tabungan sajadah yang hanya beranggotakan 8 anggota menjadi saat ini 12 anggota tabungan sajadah.

Berdasarkan data yang disajikan pada tabel, dapat diketahui bahwa jumlah anggota produk tabungan sajadah pada tahun 2017-2021 mengalami fluktuasi. Dimana pada tahun 2017 jumlah anggota tabungan sajadah hanya beranggotakan 8 anggota. Pada tahun 2018 mengalami penurunan jumlah anggota yaitu sebanyak 6 anggota. Kemudian pada tahun 2019 jumlah anggota produk tabungan sajadah mengalami peningkatan yaitu bertambah menjadi 15 anggota. Selanjutnya pada tahun 2020 tidak mengalami peningkatan atau

penurunan jumlah anggota atay konstan sehingga jumlahnya tetap 15 anggota. Pada tahun 2021 jumlah anggota produk tabungan sajadah kembali mengalami penurunan yaitu menjadi 12 anggota.

Tabel 4.1

Data jumlah anggota produk tabungan sajadah tahun 2017 s/d 2021

No.	Tahun	Jumlah Anggota Tabungan Sajadah
1.	2017	8 Anggota
2.	2018	6 Anggota
3.	2019	15 Anggota
4.	2020	15 Anggota
5.	2021	12 Anggota

Sumber: KSPPS BMT NU Cabang Tlanakan Pamekasan.

1) Apa Saja Kendala Strategi Promosi Pada Produk Sajadah Di KSPPS BMT NU Cabang Tlanakan Pamekasan.

Strategi promosi yang dilakukan pasti akan ada kendala yang ditemui baik secara langsung maupun tidak langsung. Hal ini sesuai dengan apa yang

dikatakan oleh Bapak Masrul selaku karyawan lama juru tabungan sajadah, ia mengatakan:

“Kalau untuk kendala pasti ada seperti kurang paham dengan lembaga BMT, pengetahuan masyarakat juga kurang untuk diajak bergabung menjadi anggota BMT. Karena lembaga BMT sendiri masih belum banyak dikenal oleh masyarakat, belum menonjolkan keunggulan yang ada di BMT. Kalau tidak sinkron dengan pemahaman dari masyarakat maka akan sulit untuk dimengerti, jadi saya selaku karyawan harus sabar dengan pertanyaan-pertanyaan dari masyarakat tersebut”¹¹

Hal senada juga dikatakan oleh Bapak Taufik selaku karyawan baru juru tabungan sajadah, ia mengatakan:

“Untuk kendala yang saya alami itu kurang tau mana yang memiliki cukup uang untuk bisa dijadikan sebagai anggota, maka dari itu saya sebagai karyawan mempererat hubungan antar masyarakat dan juga tokoh masyarakat di sebuah wilayah itu sangat penting seperti mengikuti kegiatan masyarakat serta pengajian. Tetapi untuk kendala dalam mempromosikan produk ini saya rasa tidak ada”¹²

Hal senada juga dikatakan oleh Bapak Hanafi selaku kepala cabang KSPPS BMT NU Cabang Tlanakan Pamekasan, ia mengatakan:

“Kalau untuk kendalanya mbak saya kurang tau ya, karena disini saya tidak turun langsung tidak ikut melakukan promosi pada masyarakat jadi yang mengetahui secara rinci itu hanya juru tabungan khusus di produk tabungan sajadah. Tetapi jika karyawan juru tabungan tersebut membutuhkan saya untuk datang pada tokoh-tokoh masyarakat saya ikut serta mbak sebagai kepala cabang”¹³

Dari penjelasan diatas menunjukkan bahwa kendala dalam mempromosikan tabungan sajadah ini yaitu kurang pemahaman terkait

¹¹ Masrullah, Karyawan Lama Juru Tabungan Sajadah, Wawancara Langsung (28 Maret 2022).

¹² Taufiq, Karyawan Baru Juru Tabungan Sajadah, Wawancara Langsung (03 Maret 2022).

¹³ Hanafi, Kepala Cabang KSPPS BMT NU Tlanakan Pamekasan, wawancara langsung (29 Maret 2022).

lembaga KSPPS BMT NU Cabang Tlanakan Pamekasan ini dikarenakan lembaga tersebut belum cukup terkenal dikalangan masyarakat dan masih banyak masyarakat juga yang belum mengetahui produk dan keunggulan yang ada di KSPPS BMT NU Cabang Tlanakan Pamekasan, jadi strategi promosi yang dilakukan oleh pihak BMT sangat berpengaruh. Adapun kendala yang disampaikan oleh Ibu Ningsih selaku anggota dari produk tabungan sajadah, ia mengatakan:

“ kalau dari saya pribadi mbak, saya rasa tidak ada kendala ya selama menggunakan produk tabungan sajadah ini. Malah untuk menabung karyawan datang langsung mbak ke rumah saya, jadi saya tidak usah repot-repot buat datang ke BMT yang jaraknya lumayan jauh dari rumah saya mbak. Untuk pelayanannya saya rasa cukup baik kok mbak.”¹⁴

Hal senada juga disampaikan oleh Ibu Sunami selaku anggota tabungan sajadah, ia mengatakan:

“ Kendalanya mungkin khawatir saat saya tiba-tiba butuh uang ya mbak, kan sudah ada ketentuan dan sudah jadi risiko saya bahwa kalau menabung tabungan sajadah ini ada ketentuan waktu untuk pengambilannya mbak. Jadi tidak bisa sewaktu-waktu mengambil uang itu. Hanya itu saja mbak yang di khawatirkan saya selama menjadi anggota tabungan sajadah ini mbak.”¹⁵

Hal senada juga disampaikan oleh Ibu Jumaati selaku anggota tabungan sajadah, ia mengatakan:

“ Jadi gini, selama saya menjadi anggota tabungan sajadah ini saya tidak mengalami kendala ya mbak. Untuk menjadi anggota juga tidak ribet, karena karyawan BMT sangat membantu dan melayani saya sebagai anggotanya mbak. Untuk nominal dari tabungan sajadah ini saya kira tidak terlalu memberatkan mbak dalam ketentuan waktu tertentu, apalagi dalam tabungan sajadah ini saya akan mendapatkan hadiah mbak diawal

¹⁴Ningsih, Anggota Tabungan Sajadah KSPPS BMT NU Cabang Tlanakan Pamekasan, wawancara Langsung (14 April 2022).

¹⁵Sunami, Anggota Tabungan Sajadah KSPPS BMT NU Cabang Tlanakan Pamekasan, wawancara Langsung (14 April 2022).

tanpa diundi juga.”¹⁶

Dari pernyataan-pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa kendala yang dialami oleh anggota tabungan sajadah ini hampir tidak mengalami kendala, hanya saja ada kekhawatiran jika suatu saat anggota ini memerlukan uang tersebut dalam keadaan mendesak sedangkan dalam ketentuan tabungan sajadah ini sudah ditentukan jangka waktunya untuk menarik uang tabungan tersebut.

Hasil pengamatan yang dilakukan peneliti selama penelitian, kendala yang dialami oleh karyawan BMT yaitu saat karyawan menghampiri rumah masyarakat, masyarakat itu bahkan baru mengetahui bahwa ada lembaga BMT yang menyediakan beberapa tabungan seperti tabungan sajadah. Tidak hanya itu, karyawan BMT terkendala dengan sulitnya masyarakat yang ingin menabung dengan alasan nominal yang ditentukan terlalu besar, adanya ketentuan waktu yang pastinya uang tabungan tersebut tidak bisa diambil kapanpun saat diperlukan, dan setelah diamati masyarakat khususnya daerah Brenta Pesisir lebih menyukai instrumen yang lain seperti perhiasan, selain untuk investasi perhiasan juga bisa dijadikan aksesoris jadi masyarakat Brenta lebih menyukai perhiasan daripada menabung di BMT.

B. Temuan Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi selama di lapangan, peneliti menemukan beberapa temuan

¹⁶ Jumaati, Anggota Tabungan Sajadah KSPPS BMT NU Cabang Tlanakan Pamekasan, wawancara Langsung (14 April 2022).

penelitian yang berkaitan dengan strategi promosi produk tabungan sajadah di KSPPS BMT NU Cabang Tlanakan sebagai berikut :

1. Strategi promosi produk tabungan sajadah di KSPPS BMT NU Cabang Tlanakan Pamekasan.

- a. Periklanan, yaitu BMT NU cabang Tlanakan melakukan promosi melalui iklan media sosial.
- b. Penjualan Pribadi, yaitu karyawan BMT NU melakukan promosi dengan tatap muka atau langsung.
- c. *Publicity*, yaitu promosi yang dilakukan dengan mengikuti kegiatan-kegiatan muslimat.

Keunggulan produk tabungan sajadah di KSPPS BMT NU Cabang Tlanakan Pamekasan:

- 1) Keuntungan dari tabungan sajadah ini bisa dinikmati diawal tanpa diundi.
- 2) Menggunakan akad *wadiah yad al-dhamanah*.
- 3) Dapat ditarik pada waktu yang sudah ditentukan.

Syarat menjadi anggota tabungan sajadah di KSPPS BMT NU Cabang Tlanakan Pamekasan:

- 1) Sudah menjadi anggota KSPPS BMT NU Cabang Tlanakan Pamekasan.
- 2) Memiliki KTP.
- 3) Memiliki uang dengan minimal yang sudah ditentukan.

2. Kendala strategi promosi produk tabungan sajadah di KSPPS BMT NU Cabang

Tlanakan Pamekasan.

- a. Kurangnya pemahaman mengenai lembaga BMT NU.
- b. Sulit menemukan masyarakat yang memang berniat untuk menabung serta Kurang adanya sosialisasi dengan masyarakat.
- c. Adanya minimal jumlah awal menabung dan ketentuan waktu
- d. Masyarakat lebih menyukai instrumen lain

C. Pembahasan

Berdasarkan hasil paparan data dan temuan penelitian diatas, peneliti akan memaparkan pembahasan secara detail sesuai dengan fokus penelitian. Pembahasan tersebut sebagai berikut:

1. Strategi Promosi Pada Produk Sajadah Di KSPPS BMT NU Cabang Tlanakan Pamekasan.

Strategi adalah suatu rencana yang diutamakan untuk mencapai tujuan. Melalui strategi, manajemen mengartikan rencana berskala dasar dan berorientasi pada masa yang akan datang untuk berinteraksi dengan lingkungannya untuk mencapai tujuan organisasi. Beberapa koperasi memiliki tujuan yang sama akan tetapi strategi yang dipakai untuk mencapai tujuan yang berbeda.¹⁷ Seperti halnya KSPPS BMT NU Cabang Tlanakan Pamekasan untuk mencapai tujuannya dalam menarik dan mempertahankan calon anggota/anggota memiliki strategi tersendiri dalam menginformasikan produk-produknya.

¹⁷Amirullah, Manajemen Strategi, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015), 53.

Promosi merupakan kegiatan *marketing mix* yang terakhir . jika produk sudah diciptakan, harga sudah ditetapkan, dan tempat sudah disediakan maka agar produk tersebut laku dijual kepada masyarakat, maka masyarakat perlu mengetahui mengenai manfaat, harga, dan dimana produk tersebut dapat diperoleh serta keunggulan dari produk tersebut dibandingkan dengan produk yang dimiliki oleh pesaing. Tanpa adanya promosi jangan diharapkan masyarakat mengetahui keberadaan KSPPS BMT NU Cabang Tlanakan Pamekasan, sehingga promosi merupakan sarana yang paling tepat dalam menarik minat anggota dan meningkatkan jumlah anggota KSPPS BMT NU Cabang Tlanakan Pamekasan.¹⁸

a. Periklanan (*Advertising*)

Periklanan adalah suatu bentuk komunikasi yang digunakan untuk menyebarkan informasi mengenai produk yang dihasilkan oleh bank kepada para masyarakat dengan melalui berbagai media seperti radio, surat kabar, pemasangan *billboard*, pencetakan brosur dan lainnya.¹⁹ KSPPS BMT NU Cabang Tlanakan Pamekasan menginformasikan produk dan jasa melalui tulisan berupa brosur yang disediakan di kantor. Dalam brosur itu dijelaskan mengenai produk dan syarat uang dibutuhkan untuk menggunakan produk tersebut. Dalam penyebaran brosur pihak KSPPS BMT NU Cabang Tlanakan Pamekasan memberikan informasi sebagai perkenalan awal mengenai produk baru yang ada di BMT untuk menarik perhatian para calon anggota dengan mengharapkan calon anggota tertarik sehingga menggunakan produk tabungan sajadah. Penyebaran brosur oleh KSPPS BMT NU Cabang Tlanakan Pamekasan ditujukan kepada masyarakat. Selain itu KSPPS BMT NU Cabang Tlanakan Pamekasan juga

¹⁸ Kasmir, Pemasaran Bank, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), 155.

¹⁹ Ibid, 156.

memasang status media sosial milik pribadi FaceBook yang disebarluaskan melalui group-group yang ada seperti jual beli motor da lainnya.

b. Penjualan Pribadi (*Personal Selling*)

Penjualan pribadi adalah suatu bentuk penyajian secara lisan dan tatap muka dihadapan calon pembeli dengan tujuan untuk menjual suatu produk.²⁰KSPPS BMT NU Cabang Tlanakan Pamekasan melakukan penjualan pribadi ini melibatkan komunikasi pribadi antara karyawan KSPPS BMT NU Cabang Tlanakan Pamekasan dengan calon anggota yang menjadi sasaran yaitu anggota tabungan, masyarakat sekitar kantor, tetangga rumah karyawan. Dengan menggunakan penjualan pribadi pihak karyawan dapat mengetahui dengan mudah apa yang diinginkan, dibutuhkan, serta kesulitan yang sedang dihadapi oleh calon anggota. Karyawan langsung mendatangi rumah calon anggota dan memperkenalkan dirinya sebagai pihak dari BMT NU, kemudian karyawan ini menjelaskan terkait dengan maksud mereka datang kerumah masyarakat tersebut. Setelah masyarakat mengetahui maksud dari pihak BMT NU datang kerumahnya, masyarakat menanyakan terkait dengan tabungan sajadah yang menurut masyarakat tersebut perlu ditanyakan.

c. Publisitas (*publicity*)

Publisitas adalah sejumlah informasi tentang produk atau perusahaan yang disebarluaskan kepada masyarakat melalui kegiatan seperti pameran, *sponsorship*, serta berperan mendukung dalam kegiatan amal.²¹ Dalam hal ini

²⁰ M. Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 155.

²¹ M. Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 161.

pihak KSPPS BMT NU Cabang Tlanakan Pamekasan melakukan promosi kepada para masyarakat dengan cara mengikuti kegiatan seperti pengajian ibu-ibu ataupun bapak-bapak, serta mengikuti kegiatan muslimat. Dalam kegiatan pengajian ini, karyawan melakukan promosi setelah kegiatan pengajian selesai, kemudian pimpinan dari kegiatan pengajian tersebut memperkenalkan pihak dari BMT NU. Pihak BMT mempromosikan tabungan serta keunggulannya serta menjawab pertanyaan yang ditanyakan oleh anggota pengajian. Namun kegiatan ini sudah jarang dilakukan oleh pihak BMT karena BMT tidak ada waktu untuk sosialisai terkait dengan BMT di kegiatan-kegiatan pengajian.

2. Kendala strategi promosi produk tabungan sajadah di KSPPS BMT NU Cabang Tlanakan Pamekasan

Dalam mempromosikan produk tabungan sajadah, KSPPS BMT NU Cabang Tlanakan Pamekasan tak lepas dari adanya kendala-kendala yang dihadapi baik kendala internal maupun eksternal. Berikut adalah kendala-kendala yang dihadapi:

a. Kurangnya pemahaman masyarakat mengenai lembaga BMT NU

Kurangnya pemahaman masyarakat tentang BMT yang juga merupakan lembaga keuangan syariah terbukti dengan jumlah anggota yang masih kurang banyak. Walaupun ada yang menabung di BMT, tetapi kurang mengetahui bahwa BMT merupakan salah satu lembaga keuangan syariah. Hal ini yang membuat masyarakat kurang minat untuk menabung di BMT. Padahal untuk dukungan masyarakat akan optimalisasi peran BMT sangatlah penting, sebab lembaga BMT didirikan dari, oleh dan untuk masyarakat. Segala ide dasar dan tujuan dari didirikannya BMT adalah antara lain untuk kepentingan masyarakat itu sendiri.

Akan tetapi masyarakat masih belum mengetahui dan bahkan belum memahami mengenai BMT, dikarenakan tidak semua masyarakat paham mengenai sosial media. Sedangkan karyawan BMT NU lebih sering melakukan promosi melalui sosial media seperti facebook.

b. Sulit menemukan masyarakat yang memang ingin menabung

Salah satu faktor yang membuat kurangnya minat masyarakat untuk menabung di BMT banyaknya masyarakat yang masih mempercayakan tabungan pada bank konvensional. Saat ini minat masyarakat untuk menabung di bank konvensional lebih besar dibandingkan di lembaga keuangan syariah. Untuk BMT sendiri, minat masyarakat untuk menabung masih kurang karena kurangnya pengetahuan masyarakat terkait BMT, bagaimana sistemnya dan apa saja produknya. Oleh karena itu perlu adanya sosialisasi yang paling mendasar mengenai lembaga mengenai lembaga keuangan syariah terutama mengenai sistem bagi hasil. Dari hasil penelitian di lapangan yang dilakukan oleh pihak BMT terbilang belum maksimal, khususnya produk tabungan. Sebab dari penelitian yang dilakukan kepada warga alasan mereka belum menabung didasarkan oleh ketidaktahuan masyarakat dengan lembaga tersebut serta produk yang disediakan. Sedangkan promosi merupakan suatu hal yang penting untuk perkembangan badan usaha. Tujuan dari promosi yakni untuk mengenalkan produk-produk yang dimiliki sebuah badan usaha kepada masyarakat agar masyarakat memiliki minat untuk membeli serta menggunakan jasa yang ditawarkan pada badan usaha tersebut. Keputusan masyarakat untuk menggunakan dan membeli produk atau jasa yang ditawarkan diawali dengan pencarian informasi terlebih dahulu. Dengan adanya informasi maka akan mempengaruhi keputusan masyarakat untuk menggunakan jasa dan produk yang

ditawarkan. Oleh karena itu, promosi mengenai lembaga BMT perlu ditingkatkan.

c. Adanya minimal jumlah awal tabungan dan ketentuan waktu

Salah satu kendala dalam promosi tabungan sajadah ini dengan adanya minimal jumlah awal tabungan. Dimana masyarakat masih merasa bahwa minimal jumlah awal ini masih terlalu besar, sedangkan tidak semua masyarakat dapat memenuhi syarat tersebut karena penghasilannya tidak sebanyak itu. Masyarakat pun merasa bahwa dengan adanya minimal awal tabungan tersebut membuat masyarakat masih mikir-mikir terlebih dahulu untuk menjadi anggota tabungan sajadah apalagi dengan adanya ketentuan waktu yang dimana tabungan tersebut tidak bisa diambil kapan saja. Masyarakat takut jika suatu saat membutuhkan uang tabungan tersebut, sedangkan tabungan tersebut sudah ada ketentuan yang sudah disepakati dari awal. Hal ini yang membuat masyarakat masih kurang berminat untuk menjadi anggota tabungan sajadah di BMT NU.

d. Masyarakat lebih menyukai instrumen yang lain

Hambatan yang dihadapi oleh BMT NU dalam mempromosikan produk tabungan sajadah adalah nasabah lebih menyukai menggunakan instrumen yang lain seperti perhiasan. Masyarakat menganggap instrumen lainnya mempunyai keunggulan dibandingkan dengan produk tabungan sajadah. Sehingga hal ini membuat produk tabungan sajadah kurang diminati oleh masyarakat. Oleh karena itu, meskipun BMT memiliki ragam produk tabungan, mereka harus tetap memaksimalkan strategi promosi untuk menarik minat masyarakat untuk menjadi anggota BMT NU.

