

BAB IV

PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Tlanakan

1. Latar Belakang Berdirinya BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu

Tlanakan

Selama ini KSPS BMT UGT Sidogiri telah berdiri dan menapakkan kakinya didalam dunia perekonomian Islam di Indonesia, Dan tentu cukup banyak pengalaman, rintangan dan hambatan yang sudah dialami. Akan tetapi alhamdulillah, KSPS BMT UGT Sidogiri hingga kini masih tetap eksis bahkan lebih maju dan berkembang dari tahun-tahun sebelumnya. Usaha ini diawali oleh keprihatinan Bapak KH. Nawawi Thoyib (Alm) pada tahun 1993 akan maraknya praktik-praktik renten di Desa Sidogiri, maka beliau mengutus beberapa orang untuk mengganti hutang masyarakat tersebut dengan pola pinjaman tanpa bunga dan alhamdulillah program tersebut bisa berjalan hampir 4 tahun meskipun masih terdapat sedikit kekurangan dan praktek renten masih belum punah.

Pada tanggal 12 Rabi'ul Awal 1418 H (ditepatkan dengan tanggal lahir Rasulullah SAW) atau 17 Juli 1997 ditetapkanlah pendirian Koperasi BMT MMU Pasuruan yang berkedudukan dikecamatan Wonorejo Pasuruan. Disaat itu kantor pelayanan pertama BMT MMU masih sewa dengan ukuran luas + 16 m² dan Modal awal sebesar Rp 13.500.000 ,- yang terkumpul dari anggota sebanyak 148 orang, terdiri dari para asatidz, pengurus dan pimpinan MMU Pondok Pesantren Sidogiri. Menurut sumber dan pelaku langsung, bahwa dari dana

sebesar Rp.13.500.000,- pada waktu itu untuk bisa memutar dan memproduktifkan dana tersebut sangat banyak sekali hambatan, rintangan dari lingkungan sekitar.

Namun para pendiri ini tidak ada yang putus asa ataupun menyerah menjadikan semangat untuk terus maju. Seiring berjalannya waktu pada tanggal September 1997, disahkanlah BMT MMU Pasuruan sebagai Koperasi Serba Usaha dengan Badan Hukum Koperasi nomor 608/BH/KWK13/IX/97. Setelah Koperasi BMT MMU berjalan selama dua tahun maka banyak masyarakat Madrasah Diniyah yang mendapat bantuan guru dari Pondok Pesantren Sidogiri lewat Urusan Guru Tugas (UGT) mendesak dan mendorong untuk didirikan koperasi dengan skop yang lebih luas yakni skop Koperasi Jawa Timur.

Pada tanggal 5 Rabiul Awal 1421 H atau 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 Propinsi 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 (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. Koperasi BMT UGT Sidogiri membuka beberapa unit pelayanan anggota kabupaten/kota yang dinilai potensial. Alhamdulillah, pada saat ini BMT UGT Sidogiri telah berusia 17 tahun dan sudah memiliki lebih dari 277 Unit Layanan Baitul Maal wat Tamwil/Jasa Keuangan Syariah. Dari sini ada dua Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) 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 diantaranya merupakan BMT dengan usaha simpan pinjam pola syariah dan tiga unit merupakan unit usaha riil. Sedangkan Koperasi BMT UGT. Sebagaimana izin yang didapatkan, beroperasi di kabupaten/kota di Jawa Timur. Unit pelayanan pertama Koperasi UGT beroperasi di Surabaya, salah satu cabangnya adalah BMT UGT Cabang Pembantu Tlanakan. Pada tahun 2010 BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Tlanakan mulai beroperasi sesuai intruksi dari pusat.

2. Profil, Visi dan Misi BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Tlanakan

Koperasi ini bertujuan untuk melakukan kerja sama dalam hal membantu kepentingan ekonomi anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya dalam rangka memenuhi kebutuhan serta memajukan kesejahteraan anggota dan masyarakat dan berpartisipasi dalam membangun ekonomi nasional untuk mewujudkan masyarakat madani yang berlandaskan Pancasila dan UUD 1945 serta di ridhoi oleh Allah SWT.

a. Profil BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Tlanakan

- 1) Nama Koperasi: BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Tlanakan
- 2) Nama Kepala Cabang: Ach Sanusi
- 3) Alamat BMT: JL Raya Tlanakan, Ragang, Tlanakan, Kec. Tlanakan, Kabupaten Pamekasan

b. Visi BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Tlanakan

- 1) Terbangunnya dan berkembangnya ekonomi umat dengan landasan Syariah Islam.

- 2) Terwujudnya budaya ta'awun dalam kebaikan dan ketakwaan dibidang sosial ekonomi

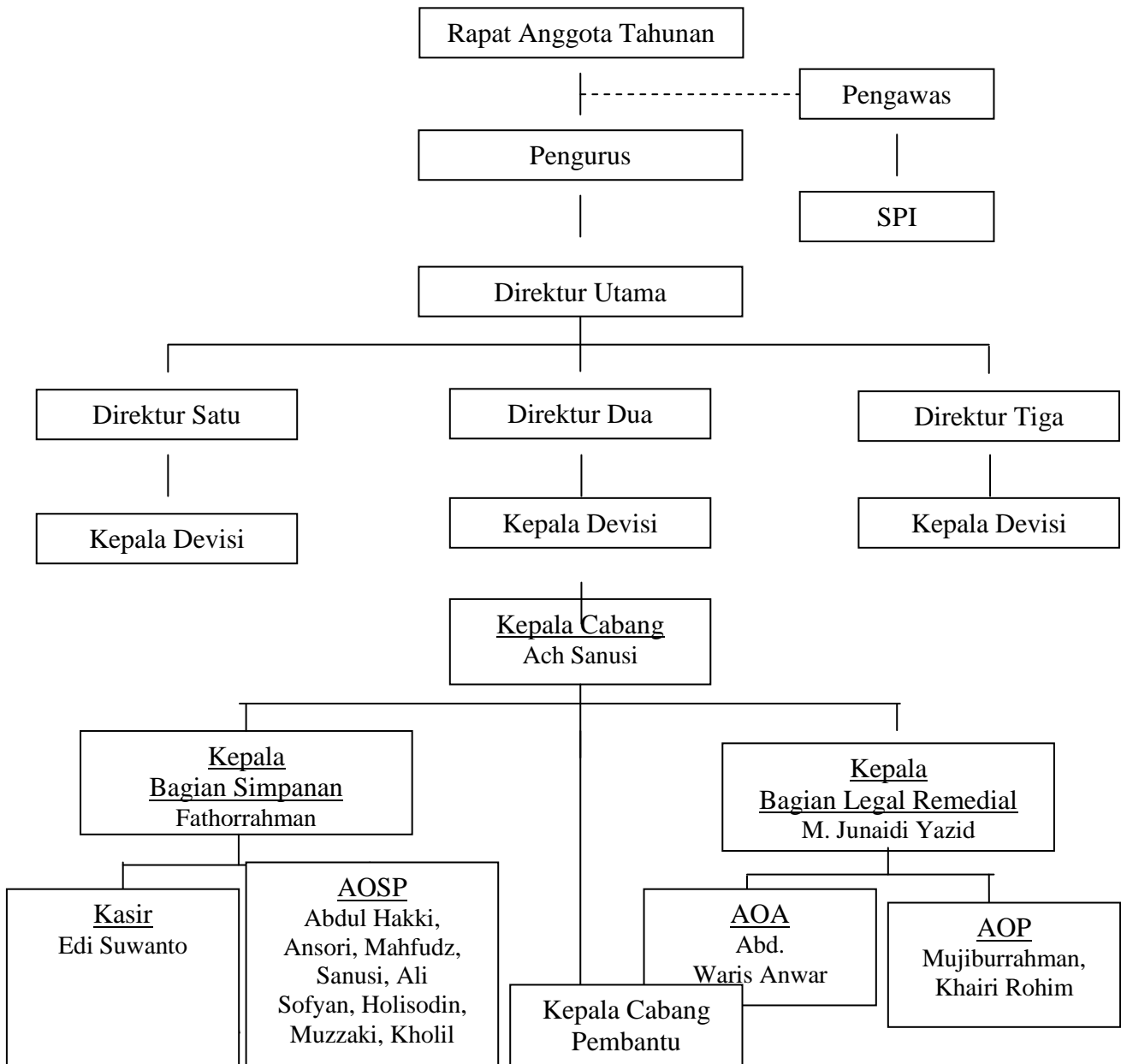
c. Misi BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Tlanakan

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

3. Struktur Organisasi BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Tlanakan

Adapun struktur organisasi yang ada di BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Tlanakan sebagai berikut:

Gambar 1.4
Struktur BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Tlanakan



Sumber olahan data: BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Tlanakan

4. Produk-produk BMT ÜGT Sidogiri Cabang Pembantu Tlanakan

a. Produk Penghimpun Dana

Produk penghimpunan dana di BMT UGT Sidogiri, yaitu Simpanan tabungan yang merupakan simpanan yang dapat di ambil kapan saja dengan menggunakan akad wadiah dan akad yang lainnya. Simpanan tabungan yang ada di BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Tlanakan bernama tabungan umum syariah Sidogiri menggunakan akad mudharabah musytarakah. Berikut macam- macam produk simpanan yang ada di BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Tlanakan:

1) Tabungan Haji Al-Haromain

Tabungan umum berjangka untuk membantu keinginan anggota melaksanakan ibadah haji. Tabungan diakad berdasarkan prinsip syariah mudharabah musytarakah. Dengan nisbah 50% Anggota : 50% BMT. Ketentuan pembukaan rekening di kantor BMT UGT Sidogiri sesuai domisili/tempat tinggal calon jamaah haji. Setoran awal minimal Rp 500.000 dan selanjutnya berapa saja. Penarikan hanya untuk kebutuhan keberangkatan haji atau karena ada udzur syar'i. Ketentuan Pendaftaran Porsi Keberangkatan Haji. Saldo Tabungan Al Haromain minimal Rp 25.000.000 atau ketetapan KEMENAG. Menyerahkan 2 lembar foto kopi KTP suami istri, surat nikah, dan Kartu keluarga. Persyaratan Menyerahkan fotocopy KTP yang masih berlaku.

2) Tabungan Umrah Al-Hasanah

Tabungan umum berjangka untuk membantu keinginan anggota melaksanakan ibadah umrah. Akad Tabungan diakad berdasarkan prinsip syariah *mudharabah musytarakah*, dengan nisbah 40% Anggota : 60% BMT. Ketentuan setoran awal minimal Rp 1.000.000, setoran berikutnya sesuai perencanaan keberangkatan. Ketentuan pemberangkatan adalah sesuai jadwal dari umrah. Perencanaan keberangkatan minimal 3 bulan dan maksimal 36 bulan. Setoran dapat dilakukan setiap pekan, bulan, atau musiman. Dana dapat dicairkan hanya untuk keperluan keberangkatan ibadah umrah kecuali udzur syar'i. Administrasi pembukaan tabungan Rp 150.000.

3) Tabungan Hari Raya Idul Fitri

Tabungan umum berjangka untuk membantu anggota memenuhi kebutuhan Hari Raya Idul Fitri. Tabungan diakad berdasarkan prinsip syariah *mudharabah musytarakah*. Dengan nisbah 40% Anggota: 60% BMT. Ketentuan setoran awal minimal Rp10.000, setoran berikutnya minimal Rp 1.000, biaya administrasi Rp 5.000. Penarikan tabungan dapat dilakukan paling awal 15 hari sebelum Hari Raya Idul Fitri. Persyaratan: Menyerahkan fotocopy identitas diri (KTP/SIM) yang masih berlaku.

4) Tabungan Lembaga Peduli Siswa

Tabungan umum berjangka yang diperuntukkan bagi lembaga pendidikan guna menghimpun dana tabungan siswa. Akad Tabungan diakad berdasarkan prinsip syariah *mudharabah musytarakah*. dengan nisbah 40% Anggota : 60% BMT. Ketentuan setoran awal Rp 100.000 dan setoran berikutnya minimal Rp 50.000. Penarikan tabungan hanya boleh dilakukan di akhir tahun pelajaran. Pengajuan beasiswa apabila dana simpanan mencapai saldo rata-rata Rp 5.000.000

dengan masa simpanan minimal 5 bulan. Pengambilan beasiswa di akhir tahun pelajaran ketika tabungan akan diambil. Persyaratan: fotocopy KTP/SIM, Formulir pembukaan rekening ditandatangani oleh pengurus lembaga, ketua dan bendahara serta dibubuhi setempel, rekening tabungan atas nama Ketua/Bendahara lembaga.

5) Tabungan Qurban

Tabungan umum berjangka untuk membantu dan memudahkan anggota dalam merencanakan ibadah Qurban dan Aqiqah. Tabungan di akad *mudharabah musytarakah* dengan nisbah 40% Anggota : 60% BMT. Ketentuan: Setoran awal minimal Rp 50.000, setoran berikutnya minimal Rp 25.000, saldo setelah pelaksanaan Aqiqah dan ibadah Qurban minimal Rp 50.000. Hanya dapat diambil pada saat akan melakukan ibadah Qurban atau Aqiqah. Perencanaan ibadah Qurban 5 bulan sampai dengan 24 bulan. Persyaratan: Mengisi formulir aplikasi pembukaan rekening, menyerahkan fotocopy (KTP/SIM). Spesifikasi biaya: (1) Tabarru' asuransi Rp. 5,000 (untuk Qurban kambing) dan Rp 20.000,- (untuk Qurban sapi) (2) Biaya penutupan rekening Rp. 10,000,-

6) Tabungan Tarbiyah

Tabungan umum berjangka untuk keperluan pendidikan anak dengan jumlah setoran bulanan tetap (installment) dan dilengkapi dengan asuransi. Akad Tabungan diakad berdasarkan prinsip syariah mudharabah musytarakah dengan nisbah 30% Anggota : 70% BMT.

b. Menyalurkan Dana

Produk yang dikeluarkan oleh BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Tlanakan dalam menyalurkan dana:

1) UGT GES (Gadai Emas Syariah)

Merupakan Fasilitas pembiayaan dengan agunan berupa emas, ini sebagai alternatif memperoleh uang tunai dengan cepat dan mudah

2) UGT MUB (Modal Usaha Barokah)

Merupakan fasilitas pembiayaan modal kerja bagi anggota yang mempunyai usaha mikro dan kecil

3) UGT MTA (Multi Guna Tanpa Agunan)

Merupakan fasilitas pembiayaan tanpa agunan untuk memenuhi kebutuhan anggota.

4) UGT PBE (Pembelian Barang Elektronik)

Merupakan fasilitas pembiayaan yang diajukan untuk pembelian barang elektronik.

B. Paparan Data

Paparan data merupakan temuan yang diperoleh dari hasil penelitian berdasarkan hasil dari observasi, wawancara, maupun dokumentasi yang dilakukan di BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Tlanakan.

1. Strategi Pemasaran pada Produk Tabungan Idul Fitri Dalam Peningkatan Jumlah Anggota di BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantun Tlanakan

Kegiatan pemasaran juga sering dikenal dengan *Marketing mix* atau yang kita kenal juga sebagai strategi *marketing* dengan mengambil fokus 7P karena lebih mengacu pada jasa yang di berikan, sedangkan 7P sendiri merupakan singkatan dari *product, price, place, promotion, people, process, physical Evidence*. Simpanan Tabungan idul fitri sendiri berbeda dengan produk pada umumnya karena jenis tabungan ini hanya dikhususkan untuk menabung agar

memperoleh bingkisan sebelum hari raya idul fitri serta penarikannya hanya bisa dilakukan pada saat H- 15 sebelum hari raya idul fitri. Tabungan Idul Fitri merupakan tabungan umum berjangka untuk membantu anggota memenuhi kebutuhan hari raya idul fitri melalui proses yang mudah serta terdapat nisbah bagi hasil. Hal ini sesuai dengan yang disampaikan oleh Bapak Fathor Rahman selaku kepala bagian simpanan di BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Tlanakan, sebagai berikut:

“Tabungan Idul Fitri merupakan tabungan yang dikhususkan untuk anggota yang ingin menabung untuk memenuhi kebutuhan hari raya idul fitri . Tabungan Idul Fitri setoran tabungannya itu setiap hari Cuma bedanya dengan tabungan umum tabungan idul fitri itu hanya bisa di ambil H-15 sebelum hari raya.”¹

Senada yang disampaikan oleh Bapak Abdul Hakki, selaku AOSP di BMT

UGT Sidogiri cabangPembantu Tlanakan Berikut hasil wawancaranya:

“tabungan Idul Fitri ini untuk memfasilitasi dan membantu anggota agar anggota dapat memenuhi kebutuhan hari raya idul fitri. Biasanya orang-orang yang berbisnis kecil-kecil di pasar itu biasanya tiap hari menabung di tabungan Idul Fitri ini, karena banyak dari mereka yang ingin memberikan sembako kepada pelanggannya. Dengan cara menabung sedikit-sedikit di tabungan Idul Fitri ini.”²

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat peneliti tarik kesimpulan bahwa tabungan Idul Fitri merupakan tabungan yang dikhususkan untuk anggota ataupun masyarakat yang ingin menabung untuk memenuhi kebutuhan hari raya idul fitri . Tabungan Idul Fitri setoran tabungannya itu setiap hari. Biasanya orang-orang yang berbisnis kecil-kecil di pasar itu biasanya tiap hari menabung di tabungan Idul Fitri ini, karena banyak dari mereka yang ingin memberikan sembako kepada pelanggannya.

¹ Fathor Rahman, kepala bagian simpanan di BMT Ugt Sidogiri Cabang Pembantu Tlanakan, Wawancara langsung pada hari sabtu (4juni 2022) di BMT Ugt Sidogiri Cabang Pembantu Tlanakan.

²Abdul Hakki, AOSP di BMT Ugt Sidogiri Cabang Pembantu Tlanakan, Wawancara langsung pada hari minggu (5juni 2022) di BMT Ugt Sidogiri Cabang Pembantu Tlanakan.

Berkaitan dengan Setoran awal untuk membuka rekening pada tabungan Idul Fitri. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Ansori selaku AOSP, sebagai berikut:

“untuk setoran awal itu dikenakan Rp10.000, setoran berikutnya minimal Rp 1.000, biaya administrasi Rp 5.000. dan untuk setoran selanjutnya itu bebas mau nabung berapa saja atau sesuai kemampuan anggota.”³

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa setoran awalnya minimal 10.000 dan setoran selanjutnya bebas berapa saja. Jadi dengan adanya sistem ini anggota bisa rutin untuk menabung tanpa di beratkan dengan nominal setoran tabungan tersebut.

Selanjutnya berkaitan dengan persyaratan dan ketentuan untuk menjadi anggota di BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Tlanakan. Hasil wawancara dari Bapak Abdul Hakki selaku AOSP (account officer simpan pinjam) berikut pernyataan beliau:

“kalau anggota secara umum yang namanya anggota itu kan biasa mendaftar dengan identitas KTP, yang kedua setelah mendaftar dan mengisi formulir, dan membuat rekening, rekening itu harus berisi tabungan wajib dan tabungan umum, namanya koperasi ada tabungan wajib ada tabungan umum.”⁴

Senada yang disampaikan oleh Bapak Fathorrahman selaku Kepala Bagian Simpanan berikut pernyataan beliau:

“Persyaratan untuk menjadi anggota di BMT itu sangat mudah. Cukup anggota bisa datang ke kantor BMT UGT Sidogiri atau bisa di datangi oleh bagian terkait (bagian tabungan) dengan hanya menyetorkan fotocopy KTP saja, setelah itu mengisi formulir yang sudah diberikan oleh pihak BMT kemudian pihak BMT akan membuat rekening tabungan. Setelah

³Abdul Hakki,AOSP di BMT Ugt Sidogiri Cabang Pembantu Tlanakan, Wawancara langsung pada hari minggu (5 juni 2022) di BMT Ugt Sidogiri Cabang Pembantu Tlanakan.

⁴Abdul Hakki, AOSP di BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Tlanakan, Wawancara langsung, (5 juni 2022).

persyaratan tersebut terpenuhi, maka dapat dikatakan sebagai anggota tabungan Idul Fitri.”⁵

Hal ini di perkuat dengan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti pada saat terjun ke lapangan pada tanggal 4 Juni 2022 dimana ada calon anggota yang ingin membuka tabungan Idul Fitri disana calon anggota diminta untuk mengisi formulir pendaftaran dan menyerahkan fotokopy KTP. Karena calon anggota baru lupa membawa fotocopy KTP jadi menyerahkan fotocopy aslinya. Setelah itu di proses oleh bagian tabungan yaitu Bapak Sofyan dan diminta untuk menunggu beberapa menit sampai proses berhasil dilakukan. Calon anggota tersebut kemudian diminta untuk membayar biaya administrasi sebesar Rp. 10.000,- sekaligus menyerahkan setoran tabungan awal sebesar Rp. 100.000.⁶ Hal ini juga diperkuat dengan hasil dokumentasi pada saat penelitian di lapangan, sebagai berikut:

Gambar 4.2

Mengisi formulir pendaftaran dan menyerahkan setoran awal



Sumber:BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Tlanakan

Berdasarkan hasil wawancara observasi dan di dukung dengan dokumentasi di atas dapat peneliti tarik kesimpulan bahwa persyaratan untuk

⁵Fathor Rahman, kepala bagian simpanan di BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Tlanakan, wawancara langsung, (4 juni 2022).

⁶Abdul Hakki, AOSP di KSPS BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu tlanakan, Observasi langsung, (5 Juni 2022).

menjadi anggota di BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Tlanakan yaitu cukup mudah hanya dengan mengisi formulir, menyerahkan fotocopy KTP, membayar uang administrasi, dan menyerahkan setoran tabungan awal.

Produk simpanan yang beragam, produk simpanan yang di tawarkan dapat dipilih sesuai kebutuhan anggota, seperti kebutuhan anggota pada tabungan Idul Fitri dimana anggota yang ingin menabung agar mendapatkan bingkisan untuk memenuhi kebutuhan hari raya memilih tabungan idul fitri karena dapat membantu mereka memenuhi kebutuhan pada saat lebaran. Hal ini dibuktikan dengan pernyataan Bapak Abdul Hakki selaku AOSP yang menyatakan bahwa:

“Tingkat kebutuhan anggota yaitu mereka ingin mendapatkan bingkisan . Maka dari itu menabungnya di tabungan idul fitri, karena dengan adanya tabungan idul fitri ini anggota lebih semangat untuk menabung, agar mendapatkan bingkisan H-15 sebelum hari raya.”⁷

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat peneliti simpulkan tingkat kebutuhan anggota pada produk tabungan Idul Fitri sangat tinggi, karena tujuan anggota menabung pada produk ini adalah untuk mendapatkan bingkisan agar dapat memenuhi kebutuhan hari raya.

Bapak Fathor rahmanselaku kepala bagian simpanan di BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Tlanakan juga menjelaskan perkembangan jumlah anggota dari tahun 2018 sampai dengan 2021. Berikut hasil wawancara:

“Jumlah anggota tabungan Idul Fitri ini ada peningkatan dari tahun ke tahun nya, banyak anggota yang antusias untuk menabung di tabungan idul fitri karena adanya keunikan tersendiri di dalam produk tabungan idul fitri ini .”⁸

⁷ Abdul Hakki AOSP di KSPS BMT Ugt Sidogiri CabangPembantu tlanakan., Wawancara langsung pada hari Rabu (5 juni 2022) di BMT Ugt Sidogiri Cabang Pembantu tlanakan.

⁸Fathor rahmanKepala bagian simpanan di KSPS BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu tlanakan., Wawancara langsung, (4 juni 2022).

Berdasarkan wawancara di atas dapat di simpulkan bahwa setiap tahunnya jumlah anggota di BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Tlanakan ini terdapat peningkatan.

Bapak Abdul Hakki selaku AOSP di BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Tlanakan menjelaskan terkait dengan Strategi yang digunakan untuk memasarkan produk tabungan Idul Fitri, berikut pernyataannya:

“Strategi yang digunakan BMT dalam memasarkan tabungan Idul Fitri ini yang pertama produk, kedua dengan kita promosi, ketiga harga dan tempat.”⁹

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat di simpulkan bahwa dari *marketing mix* yang 7P dalam memasarkan tabungan Idul Fitri, BMT lebih menggunakan strategi maketing yang 4P yaitu *produk, promotion, place* dan *price*.

Bapak Fathorrahman selaku kepala bagian simpanan di BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Tlanakan berkaitan dengan penerapan strategi *marketing* pada tabungan Idul Fitri. Berikut hasil wawancara:

“kalau dari segi produk nya ini di BMT UGT Sidogiri disini memberikan kelebihan yang ada di produk tabungan Idul Fitri seperti keuntungan bagi hasil jadi anggota tidak hanya menabung tetapi juga mendapatkan bagi hasil yang berupa sembako, yang kedua BMT memberikan satu nama yang khas, mudah diingat dan mudah dipahami oleh anggota jadi bisa menarik minat para calon anggota. Lalu dengan produknya dipasarkan ke tempat-tempat umum jadi karyawan sambil lalu menjelaskan terkait produk-produk tabungan Idul fitri.”¹⁰

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa penerapan strategi marketing produk pada tabungan Idul fitri ini dengan memberikan

⁹Abdul Hakki, AOSP di KSPS BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu tlanakan., Observasi langsung, (5 juni 2022).

¹⁰ Fathor Rahman, kepala bagian simpanan di KSPS BMT Ugt Sidogiri CabangPembantu tlanakan., Wawancara langsung pada hari jum'at (4 juni 2022) di BMT Ugt Sidogiri Cabang Pembantu tlanakan.

kelebihan yang ada pada produk tabungan Idul fitri yaitu memberikan sistem bagi hasil, lalu dengan memberikan satu nama produk yang khas, agar dapat menarik minat para calon anggota.

Bapak Fathorrahman selaku kepala bagian simpanan di BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Tlanakan berkaitan dengan penerapan strategi pemasaran promosi pada tabungan Idul fitri. Berikut hasil wawancara:

“Terkait promosi kita mempromosikan tabungan Idul fitri ini dengan cara datang langsung ke masyarakat serta datang keperkumpulan-perkumpulan tertentu dan memberikan brosur, dibrosur itu kan sudah lengkap, sekali kita memasarkan tabungan umum ya semuanya di pasarkan, dengan kita memberikan brosur itu tujuannya agar calon anggota tidak kebingungan terkait persyaratan dan untuk setoran awalnya, kita juga mempromosikan dengan datang ke rumah calon anggota dan menjelaskan secara rinci kepada calon anggota”¹¹

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa penerapan strategi pemasaran *promotion* dengan cara mendatangi rumah calon anggota serta memberikan brosur, agar calon anggota tidak kebingungan terkait persyaratan dan setoran awalnya.

Bapak Fathorrahman selaku Kepala Bagian Simpanan di BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Tlanakan berkaitan dengan penerapan strategi pemasaran *price* pada tabungan Idul fitri Berikut hasil wawancara:

“*Price* atau harga ini merupakan poin penting bagi BMT sendiri, karena biasanya calon anggota tidak akan mau menabung jika harga yang di tawarkan tidak sesuai dengan kemampuan mereka, dengan biaya administrasi yang sangat murah dan juga anggota bisa menabung dengan nominal berapa saja itu juga sudah menjadi ketertarikan sendiri kepada calon anggota jadi anggota tidak merasa diberatkan terkait masalah nominal tabungannya”¹²

¹¹ Fathor Rahman, kepala bagian simpanan di BMT Ugt Sidogiri Cabang Pembantu tlanakan., Wawancara langsung pada hari jum'at (5 juni 2022) di KSPS BMT Ugt Sidogiri Cabang Pembantu tlanakan..

¹² Fathor Rahman, kepala bagian simpanan di KSPS BMT Ugt Sidogiri Cabang Pembantu tlanakan., Wawancara langsung pada hari jum'at (5 juni 2022) di KSPS BMT Ugt Sidogiri Cabang Pembantu tlanakan.

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa penerapan strategi pemasaran *price* yaitu dengan biaya administrasi yang sangat murah hanya 5000 dan anggota juga bisa menabung dengan nominal berapa saja, jadi anggota tidak merasa di beratkan terkait nominal tabungannya.

Bapak Fathorrahman selaku Kepala Bagian Simpanan di BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Tlanakan berkaitan dengan bagaimana penerapan strategi pemasaran *place* pada tabungan Idul fitri. Berikut hasil wawancara:

“*place* atau tempat. Tempat yang strategis dekat dengan jalan raya memudahkan masyarakat dalam melakukan transaksi, tempat yang ada di BMT ini kan sangat strategis berada di pinggir jalan. jadi bagi masyarakat dan juga anggota tidak susah jika mencari lokasi di BMT UGT Sidogiri. Ini salah satu cara agar banyak diketahui orang makanya setiap lokasi di BMT ini pasti berada di pinggir jalan.”¹³

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa lokasi atau tempat di BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Tlanakan ini berada dekat dengan jalan raya dengan tempat yang strategis berada di pinggir jalan jadi anggota atau masyarakat tidak kebingungan untuk mencari lokasi BMT

Bapak Cahyo selaku anggota tabungan Idul fitri, memberikan tanggapan terkait pelayanan dari pihak BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Tlanakan khususnya pada bagian tabungan Idul fitri. Berikut hasil wawancaranya:

“kalau pelayanan di BMT sendiri menurut saya sudah baik apalagi di bagian tabungan Idul fitri karyawannya ramah-ramah kalau saya ada yang kurang paham karyawannya menjelaskan secara detail jadi saya tidak kebingungan lagi. Dan juga saya tidak usah menabung langsung ke BMT, karena karyawannya langsung yang berangkat untuk mengambil tabungan saya”¹⁴

¹³ Fathor Rahman, kepala bagian simpanan di KSPS BMT Ugt Sidogiri Cabang Pembantu tlanakan., Wawancara langsung pada hari jum'at (5 juni 2022) di KSPS BMT Ugt Sidogiri Cabang Pembantu tlanakan.

¹⁴ Cahyo, Anggota di BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu tlanakan., Wawancara langsung, (3 juni 2022).

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat peneliti simpulkan bahwa pelayanan di BMT khususnya di bagian tabungan Idul fitri itu selalu memberikan pelayanan yang prima kepada anggotanya, dan membuat anggota itu nyaman dengan pelayanannya, karena anggota juga tidak usah datang langsung ke BMT jika ingin menabung.

Hayati selaku anggota tabungan Idul fitri mengenai alasan anda tetap menjadi anggota pada tabungan Idul Fitri di KSPS BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Tlanakan Berikut hasil wawancaranya:

“Pertama karena ingin mendapatkan bingkisan untuk memenuhi kebutuhan hari raya, kedua tidak ingin direpotkan untuk datang ke kantor untuk menyerahkan setoran tabungan karena di BMT ini ada sistem jemput bola. Jadi karyawan yang menjemput tabungan kerumah, jadi saya tidak perlu repot-repot ke kantor BMT, dan anggota juga diberikan bagi hasil dari tabungan Idul Fitri.”¹⁵

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa anggota lebih memilih produk yang menguntungkan dan yang sesuai dengan kebutuhan mereka serta anggota tidak ingin direpotkan karena sudah adanya fasilitas jasa yang menguntungkan mereka sehingga anggota tertarik pada tabungan Idul Fitri.

2. Kendala Penerapan strategi pemasaran pada produk simpanan Idul Fitri dalam peningkatan jumlah anggota di BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Tlanakan

Kehidupan manusia tidak dapat dipungkiri selalu dihadapkan dengan masalah atau kendala tersendiri dalam setiap bisnis. Begitu pula yang ada di BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Tlanakan juga tidak terlepas dari kendala pada saat melakukan strategi pemasaran. Akan tetapi dengan adanya kendala tersebut

¹⁵Hayati, Anggota di BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Tlanakan., Wawancara langsung, (4 Juni 2022).

dapat menjadikan pelajaran di kemudian hari supaya kendala yang sama tidak terjadi lagi.

Dalam pernyataan yang disampaikan oleh bapak Abdul Hakki selaku AOSP di KSPS BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Tlanakan. Berkaitan dengan kendala yang dihadapi saat menjalankan strategi pamesaran dalam meningkatkan minat anggota pada tabungan idul fitri. Berikut hasil wawancaranya:

“kendalanya itu kadang karyawan memasarkan tapi khalayak luar atau masyarakat kurang merespon, dan juga dari karyawannya sendiri kadang menjelaskan ke masyarakat itu kurang detail. sehingga masyarakat atau calon anggota itu kurang paham dan akhirnya kalau orang tidak paham itu kan jadinya kurang tertarik.”¹⁶

hal ini juga senada yang disampaikan oleh bapak Fathorrahman selaku kepala bagian simpanan berikut pernyataan beliau:

“Sebenarnya banyak Kendala pada tabungan idul fitri ini, sekarang kan banyak persaingan lembaga keuangan yang setiap lembaga pasti berusaha untuk menarik minat anggota dan memberikan keunggulan produknya masing-masing terkait produk yang mereka pasarkan”¹⁷

Berdasarkan wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa kendala yang di hadapi BMT UGT Sidogiri dalam memasarkan produk tabungan idul fitri ini yang pertama karyawan kurang memasarkan tabungan idul fitri, serta banyak nya persaingan lembaga keuangan yang mana setiap lembaga pasti berusaha untuk menarik minat anggota dan memberikan keunggulan produknya.

Cahyo anggota di BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Tlanakan mengenai mengapa ketika karyawan menawarkan produk tabungan idul fitri anggota kurang merespon. Berikut hasil wawancaranya:

¹⁶ Abdul Hakki, AOSP di BMT Ugt Sidogiri Cabang Pembantu tlanakan., Wawancara langsung pada hari jum'at (4 juni 2022) di BMT Ugt Sidogiri Cabang Pembantu tlanakan..

¹⁷Fathorrahman, Kepala bagian simpanan di BMT Ugt Sidogiri Cabang Pembantu Tlanakan, Wawancara langsung (5 juni 2022) di BMT Ugt Sidogiri Cabang Pembantu tlanakan.

“Karena kadang penjelasan karyawan itu membosankan yang dijelaskan itu itu saja dan kurang kalau menjelaskan itu memakai bahasa Indonesia sedangkan saya sendiri kan orang desa jadi kurang paham jika menggunakan bahasa Indonesia”.¹⁸

Dari hasil wawancara di atas dapat peneliti simpulkan bahwa alasan anggota tidak menyimak ketika karyawan menjelaskan itu karena anggota tidak mengerti jika menjelaskan menggunakan bahasa Indonesia.

Sadila anggota di BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Tlanakan Mengenai kendala saat menabung pada tabungan Idul fitri. Berikut hasil wawancaranya:

“paling kendalanya untuk menyetor tabungan tidak bisa setiap hari karena saya juga bukan pegawai tapi hanya seorang pedagang dan juga masih banyak keperluan pribadi”¹⁹

Dari hasil wawancara di atas dapat peneliti simpulkan bahwa kendala yang dialami anggota pada saat menabung pada tabungan Idul fitri yaitu mereka tidak bisa menyetor tabungan setiap hari karena banyak nya keperluan pribadi yang harus mereka penuhi.

C. Temuan Penelitian

1. Strategi Pemasaran pada Produk Tabungan Idul Fitri Dalam Peningkatan Jumlah Anggota di BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantun Tlanakan

- a. Tabungan Idul fitri merupakan tabungan yang dikhususkan untuk anggota yang ingin menabung untuk memenuhi kebutuhan hari raya idul fitri. Tabungan Idul fitri mencakup tabungan untuk persiapan kebutuhan hari raya. Terdapat bagi hasil 60% BMT dan 40% anggota yang bagi hasilnya

¹⁸Cahyo, Anggota di KSPS BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu tlanakan., Wawancara langsung, (3 juni 2022).

¹⁹Sadila, Anggota di KSPS BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu tlanakan., Wawancara langsung, (5 juni 2022).

berupa sembako. Seperti beras, minyak tepung, gula, kopi, dan kebutuhan pokok lainnya.

- b. BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Tlanakan Menggunakan Strategi *Marketing 4P*, yaitu *product, promotion, price, place*.

Strategi product, strategi product di BMT UGT Sidogiri memberikan keunggulan yang ada pada produk tabungan idul fitri seperti keuntungan bagi hasil. Strategi promosi, strategi promosi BMT UGT Sidogiri mempromosikan tabungan idul fitri dengan cara menggunakan brosur dimana karyawan BMT mendatangi pasar serta mendatangi warga dan memperkenalkan produk tabungan idul fitri. Price (harga), strategi harga disini BMT memberikan biaya administrasi yang sangat murah agar bisa menarik minat anggota. Place (tempat), strategi place BMT memilih lokasi yang sangat strategis dekat dengan jalan raya sehingga memudahkan anggota dalam melakukan transaksi.

dimana BMT

2. Kendala Penerapan strategi pemasaran pada produk simpanan idul fitri dalam peningkatan jumlah anggota di BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Tlanakan

- a. Kendala yang di hadapi BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Tlanakan adalah tentang banyaknya persaingan lembaga keuangan yang setiap lembaga pasti berusaha untuk menarik minat anggota dan memberikan keunggulan produknya masing-masing terkait produk yang mereka pasarkan.

- b. Selain itu karyawan memasarkan tapi masyarakat kurang merespon, serta dari karyawannya sendiri kadang menjelaskan ke masyarakat itu kurang detail, sehingga masyarakat atau calon anggota kurang paham. Ketika karyawan menjelaskan anggota ada yang main Handphone kadang juga tidak mendengarkan penjelasan dari karyawan.

D. Pembahasan

1. Strategi Pemasaran pada Produk Tabungan Idul Fitri Dalam Peningkatan Jumlah Anggota di BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Tlanakan

Strategi pemasaran pada produk tabungan idul fitri dalam peningkatan jumlah anggota di bmt ugt sidogiri cabang pembantu tlanakan.

Pemasaran merupakan sebuah proses kemasyarakatan di mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan orang lain.²⁰

Pemasaran bertujuan untuk memahami dan mengetahui kebutuhan dan keinginan pelanggan sehingga produk atau jasa sesuai dengan harapan pelanggan dan selanjutnya menjual dengan sendirinya.²¹

Manajemen pemasaran dijabarkan sebagai proses menganalisis, perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan kegiatan-kegiatan yang mempunyai tujuan untuk menciptakan pertukaran dengan pasar sasaran dalam rangka upaya mewujudkan tujuan perusahaan. Manajemen pemasaran dibutuhkan oleh perusahaan guna tercapainya target yang telah ditentukan. Dengan adanya

²⁰ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ke-13 (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2009), 5.

²¹ Hery, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Grasindo, 2019), 4.

manajemen pemasaran, maka akan tercipta pemasaran permintaan terhadap hasil produksi suatu industri.²²

Marketing mix adalah suatu kombinasi variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sebuah sistem pemasaran yang dapat dikendalikan oleh perusahaan agar mampu mempengaruhi reaksi para konsumen. Variabel atau kegiatan tersebut perlu di kombinasikan dan dikoordinasikan oleh perusahaan seselektif mungkin dalam melakukan kegiatan pemasarannya, sehingga perusahaan tidak hanya sekedar memiliki kombinasi kegiatan yang terbaik saja, namun juga dapat mengkoordinasikan berbagai variabel agar dapat melaksanakan program pemasaran secara efektif.²³ *Marketing mix* terdiri dari *product, price, promotion, place, peopple, physical avidence* dan *procces*. Yang dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respon yang di inginkan dalam pasar sasaran. Dalam memasarkan tabungan Idul Fitri BMT UGT Sidogiri Cabang pembantu tlanakan menggunakan 7P yaitu *product, promotion, price, plice, people, process, physical evidence*.

a. Produk (*Product*)

Produk merupakan barang yang dibuat atau diproduksi agar bisa memenuhi kebutuhan sekelompok orang tertentu. Produk ini tidak berwujud atau berwujud karena bisa dalam bentuk jasa atau barang. Kita harus memastikan memiliki jenis produk yang tepat yang sesuai dengan pasar kita. Dari selama masa pengembangan produk, pemasar harus melakukan penelitian ekstensif mengenai siklus hidup produk yang mereka ciptakan. Suatu produk memiliki siklus hidup tertentu yang mencakup fase pertumbuhan, fase kematangan, dan fase penurunan

²² Hadion Wijoyo, *Manajemen Pemasaran* (Sumatra Barat:Insan Cendeka Mandiri,2021), 3.

²³ Sofjan Assuri, *Manajemen Pemasaran*(Jakarta:PT. RajaGrafindo Persada,2013),198.

penjualan. Penting bagi pemasar untuk menemukan kembali produk mereka untuk merangsang permintaan lebih banyak setelah mencapai fase penurunan penjualan. Pemasar juga harus menciptakan produk yang tepat, membuat langkah strategis untuk memperluas produk saat ini dengan melakukan diversifikasi dan meningkatkan kedalaman lini produk tersebut. Produk juga salah satu yang dapat memenuhi kebutuhan serta keinginan masyarakat, maka dari itu peluncuran suatu produk diperlukan strategi-strategi tertentu. Penetapan produk pada BMT yang diharuskan menarik minat anggota serta meningkatkan mutu produknya, maka dari itu BMT memiliki strategi dalam menetapkan produk antara lain.

1) Keragaman Produk

BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu tlanakan memiliki produk tabungan diantaranya tabungan idul fitri dan lain sebagainya. Dengan adanya produk simpanan tersebut diharapkan anggota dapat fokus menabung untuk bisa memenuhi kebutuhan hari raya idul fitri dengan dana yang tidak tercampur jadi tabungan ini khusus anggota agar bisa memenuhi kebutuhan hari raya idul fitri. Keragaman produk yang ada pada tabungan idul fitri ini yaitu setiap anggota yang menabung di tabungan idul fitri mendapatkan bagi hasil berupa sembako. Produk tabungan idul fitri ini memang dibuat khusus untuk tabungan idul fitri, agar lebih terfokus dan lebih khusus tidak tercampur dengan tabungan biasa. Sehingga anggota itu ketika menabung di tabungan idul fitri tidak perlu khawatir karena tabungan idul fitri bisa di ambil H-15 sebelum hari raya.

2) Ciri dan Kelebihan Produk

Menarik minat anggota diperlukan produk yang memiliki ciri yang menonjol. Misalnya pada produk tabungan idul fitri di BMT UGT Sidogiri

Cabang pembantu tlanakan yaitu memberikan kelebihan yang ada di produk tabungan idul fitri seperti keuntungan bagi hasil yang berupa sembako hal ini sesuai dengan wawancara yang dilakukan peneliti jadi anggota tidak hanya menabung tetapi juga mendapatkan bagi hasil berupa sembako yang mana anggota yang jumlah tabungannya melebihi dari 2 juta ke atas mendapatkan sembako berupa beras, minyak, gula, kopi, sirup, tepung dan kebutuhan dapur lainnya. Sedangkan anggota yang jumlah tabungannya ke bawah 2 juta hanya mendapatkan kopi, gula, tepung, dan kebutuhan dapur lainnya. Serta juga anggota bisa menabung kapan saja dan berapa saja dengan adanya kelebihan itu maka akan menarik minat anggota untuk menabung di BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu tlanakan.

b. Promosi (*Promotion*)

Promosi merupakan komponen pemasaran yang sangat penting karena dapat meningkatkan *brand recognition* dan penjualan.²⁴ Promosi juga dapat mempengaruhi pasar bagi produk perusahaan, sehingga pasar dapat mengetahui tentang produk yang di produksi oleh perusahaan. BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu tlanakan dalam memasarkan produk tabungan Idul fitri yaitu dengan menggunakan brosur, dimana BMT memberikan brosur ini dengan cara datang langsung ke pasar, di pasar pihak karyawan ini memberikan brosur pada saat pasaran. Serta juga mendatangi langsung seperti ke ketua RT dan ketua RT mendatangi warga, disini barulah karyawan menjelaskan terkait produk tabungan idul fitri. media sosial, media sosial ini dengan memposting keunggulan yang ada pada produk tabungan idul fitri setiap 1 bulan sekali.

²⁴Zulfaitul Choiriyah, Lailatus Sa'adah, *Penerapan Strategi Pemasaran* (Jomban:LPPM ,2021),31

c. Harga (*Price*)

Harga produk pada dasarnya ialah jumlah yang di bayar kepada pelanggan untuk menikmatinya. Harga merupakan komponen yang sangat penting dalam definisi bauran pemasaran. Serta juga merupakan komponen yang sangat penting dari rencana pemasaran karena ini menentukan keuntungan dan kelangsungan hidup perusahaan.²⁵ Penentuan harga menjadi sangat penting untuk di perhatikan karena mengingat harga sangat menentukan laku tidaknya produk dan jasa yang ada di BMT. BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu tlanakan sudah menetapkan harga yang sangat relatif dengan biaya administrasi yang sangat murah yaitu hanya 10.000 dan selanjutnya anggota bisa menabung dengan nominal 1.000, 2.000 dan seterusnya. Dengan itu anggota tidak dibebankan terkait nominal tabungannya.

d.Tempat (*Place*)

Dalam dunia bisnis penentuan tempat atau lokasi merupakan salah satu faktor yang penting. Persaingan yang sangat ketat dalam penentuan lokasi mempunyai pengaruh cukup signifikan dalam aktivitas penghimpun dana masyarakat serta melakukan pembiayaan kepada masyarakat. Untuk itu dengan penentuan lokasi (*place*) yang tepat maka target pencapaian BMT akan dapat diraih serta dapat menghasilkan keuntungan. Di BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu tlanakan memilih tempat lokasi yang sangat strategis yaitu berada dekat dengan jalan raya yang memudahkan anggota dalam melakukan transaksi. Serta penyaluran distribusi yang sangat mudah yakni dengan pelayan yang sangat cepat dan juga jika ada anggota yang menabung pihak karyawan BMT juga bisa

²⁵Ibid., 32.

langsung mendatangi calon anggota tersebut. Serta dapat menghubungi nomer yang sudah tertera di media sosial. Jadi anggota juga tidak perlu repot untuk datang ke BMT langsung.

Setelah peneliti melakukan observasi langsung ternyata peneliti menemukan bahwa di BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Tlanakan juga melakukan 3P bukan hanya 7P, yang terdiri dari:

c. Orang (*people*)

Orang yang dimaksud sebagai bauran pemasaran adalah orang yang berhubungan langsung dengan bisnis. Penelitian menyeluruh penting untuk mengetahui apakah ada cukup banyak orang di pasar sasaran yang diminati untuk jenis produk dan layanan tertentu. Di BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Tlanakan ini karyawan nya sangat cukup untuk memasarkan tabungan idul fitri dan setiap karyawan sudah ada tugas nya masing-masing. Jadi anggota sudah pasti dilayani dengan baik.

d. Proses (*Process*)

Sistem dan proses organisasi mempengaruhi pelaksanaan layanan. Jadi, perusahaan harus memastikan bahwa perusahaan memiliki proses yang disesuaikan dengan baik untuk meminimalkan biaya. Bisa jadi keseluruhan sistem penjualan, sistem pembayaran, sistem distribusi, prosedur dan langkah- langkah sistematis lainnya untuk memastikan bisnis kerja berjalan dengan efektif. Perangkat tambahan bisa datang kemudian untuk "memperketat" bisnis untuk meminimalkan biaya dan memaksimalkan keuntungan.²⁶

²⁶ Zulfaitul Choiriyah, Lailatus Sa'adah, *Penerapan Strategi Pemasaran* (Jomban:LPPM ,2021),31-36.

a) Menurut Abuznaid, elemen proses meliputi prosedur, mekanisme, alur kegiatan dalam pelayanan, proses juga menunjukkan bagaimana produk atau jasa disajikan sampai pada pengguna akhir. Dalam proses *marketer* harus memiliki integritas intelektual dan tingkat kesadaran yang lebih tinggi pada konsumen. *Marketer* harus menumbuhkan rasa kepercayaan, berkomunikasi dan mempraktikkan nilai-nilai etika mendasar yang dapat meningkatkan kepercayaan konsumen. Dalam melakukan proses *marketer* harus memiliki beberapa nilai-nilai dasar, seperti kejujuran, tanggung jawab, keadilan, rasa hormat, keterbukaan dan kemasyarakatan. Di BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Tlanakan sudah menerapkan proses yang sangat baik dimana karyawan menerapkan nilai tanggung jawab yang tinggi, seperti langsung memproses anggota yang ingin menabung dan segera memproses kebutuhan anggota lainnya seperti menarik tabungan.

e. Bukti Fisik (*Physical Evidence*)

Menurut Abuznaid, bukti fisik yang menjadi parameter bauran pemasaran adalah:

- b) Fasilitas Eksterior, meliputi: desain *eksterior*, *signage* (simbol, arah, petunjuk), parkir, pemandangan, dan lingkungan sekitarnya.
- c) Fasilitas Interior meliputi unsur-unsur desain interior, peralatan yang digunakan untuk melayani pelanggan secara langsung atau digunakan untuk menjalankan bisnis.
- d) *Targibles Other* (bukti fisik lain). Bukti fisik perusahaan, kartu nama, alat tulis pendukung proses, tagihan, laporan, penampilan karyawan, seragam dan

brosur.²⁷ Di BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Tlanakan sudah menerapkan hal tersebut seperti adanya tempat parker untuk anggota yang ingin menabung, serta alat pelayanan yang sangat maksimal dengan menggunakan computer, serta penampilan karyawan yang sangat sopan dengan menggunakan id card.

2. Kendala penerapan strategi pemasaran pada produk tabungan idul fitri dalam peningkatan jumlah anggota di bmt ugt sidogiri cabang pembantu tlanakan

Setiap aktivitas bisnis yang dilakukan pasti ada saja kendalanya, termasuk juga salah satunya aktivitas yang berkaitan dengan produk dan jasa. Kendala yang dihadapi di bidang pemasaran bermacam-macam, begitupun di BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu tlanakan memiliki kendala-kendala dalam mempromosikan produk tabungan idul fitri Adapun faktor penghambat yang biasanya terjadi pada saat pelaksanaan strategi pemasaran dalam peningkatan minat anggota yakni:

a. Persaingan

Persaingan industri perbankan adalah sebuah fenomena yang muncul karena adanya interaksi dan strategi bank dengan bank lain dalam menjalankan sebuah fungsi sebagai lembaga intermediasi. Persaingan industri perbankan mencakup lingkungan internal, lingkungan eksternal, lingkungan internasional dan daya saing. Lingkungan internal adalah interaksi dan persaingan antar bank pada pasar keuangan di indonesia. Lingkungan eksternal, adalah interaksi dan

²⁷Nur asnawi, Muhamad asnan hanani, *Pemasaran Syariah* (Jakarta:PT aja Grafindo Perasada, 2017), 171-172.

persaingan antara bank dengan lembaga keuangan lainnya pada pasar kredit. Lingkungan internasional merupakan persaingan dan kompetisi antara bank dengan bank lain maupun lembaga keuangan lainnya.²⁸

Persaingan yang ketat mampu meningkatkan insentif moral hazard bagi lembaga keuangan untuk mengambil resiko yang lebih besar, menurunnya keuntungan merupakan dampak dari sebuah persaingan yang ketat sehingga dapat menjadi catatan dorongan pada meningkatnya risiko sebagai upaya mempertahankan tingkat keuntungan sebelumnya. di Indonesia banyaknya lembaga keuangan yang baru tidak dapat di bendung lagi. Terutama di daerah pamekasan. Pertumbuhan bank dan juga koperasi cukup pesat. Satu bank saja bisa mempunyai beberapa anak cabang pembantu di beberapa tempat di pamekasan. Meski BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Tlanakan sudah terbilang lembaga syariah yang lama tetapi terus memberikan yang terbaik kepada para aggotanya dan tidak mau kalah untuk menyaingi pertumbuhan dari koperasi dan bank-bank lain. dengan cara BMT memberikan pelayanan yang sangat maksimal kepada anggota dengan adanya sistem jemput bola serta akad yang digunakan BMT yaitu menggunakan akad akad sesuai syariah islam. Serta dengan adanya bagi hasil yang sangat menguntungkan anggota.

b. Pengetahuan Karyawan

Karyawan BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu tlanakan tidak hanya di tuntutan untuk mengetahui cara memberikan pelayanan kepada anggota akan tetapi juga harus mengetahui aplikasi dan akad-akad yang digunakan dalam setiap

²⁸ Gigih Pratomo, “Strategi dan interaksi industri perbankan konvensional dan syariah pasca asean economic community (AEC) di Indonesia: sinteesa analytic hierarchy process da game theory”, Jurnal Spirit Pro Patria, Vol.3, No.2 (September 2017): 191.

produk yang dimiliki oleh BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu tlanakan. BMT juga sudah melakukan pelatihan-pelatihan untuk melatih dan memberikan pemahaman pada karyawan-karyawannya dalam mengelola dan mengaplikasikan seluruh akad yang digunakan tersebut. Namun dengan singkatnya masa pelatihan tersebut banyak karyawan-karyawan yang masih belum mampu memahami akad-akad yang digunakan di BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu tlanakan. DI BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Tlanakan belum ada pelatihan-pelatihan yang terkait dengan pelayanan kepada anggota.