

## **BAB IV**

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

#### **A. Profil BMT NU Cabang Kadur Pamekasan**

##### **1. Gambaran Umum BMT NU Cabang Kadur Pamekasan**

Berdirinya NU pada tahun 1926 salah satunya adalah didasari oleh semangat mengembangkan ekonomi kerakyatan. Hal ini dapat terlihat sebelum secara formal NU berdiri, terlebih dahulu ada kelompok yang bernama nahdlatut tujar ("kebangkitan ekonomi"). Hal ini tidak lepas dari Keinginan untuk mengembangkan Perekonomian, agar umat Islam, khususnya warga NU, terlepas dari kemiskinan. Karena Warga Nahdliyin mayoritas dari mereka berada digaris kemiskinan.

Ironisnya, Pada usianya yang ke-84, NU masih seringkali melupakan ekonomi warganya dan masih belum terbebas dari godaan politik praktis. Secara kasat mata NU telah terlibat dalam politik praktis, bukan politik kebangsaan sebagaimana diamanatkan dalam Khittah 1926 dan ditegaskan kembali dalam Mukhtamar 1984. Hal tersebut bukanlah tanpa sebab, melainkan akibat dari ketidak mandirian NU sebagai kelompok masyarakat sipil. Seolah-olah ada kaidah yang mengatakan, jika tidak bermain mata dengan kekuasaan, NU akan terpuruk dalam lumpur kegagalan. Padahal untuk meningkatkan kemandirian NU dapat dilakukan dengan jalan yang lebih terhormat salah satunya melalui Gerakan ekonomi Kerakyatan yang diyakini mampu mengantarkan NU secara kelembagaan menyentuh wilayah kemandirian serta kesejahteraan warganya. Misalnya, program Perekonomian, Jasa keuangan, pertanian dan kelautan yang selama ini merupakan realitas dari basis warga NU hampir tidak disentuh dengan serius. Akhirnya mereka disentuh kelompok lain yang memang mempunyai kapasitas dan modal untuk melakukan itu.

Sejatinya NU dapat menggaungkan kembali semangat nahdlatut tujar; Warga NU mempunyai potensi yang sangat besar dalam bidang Ekonomi. Tetapi mengapa kita masih berada di "pinggiran" dalam peta perekonomian? Salah satu penyebabnya

adalah belum adanya kesadaran bersama untuk melakukan gerakan ekonomi secara berjama'ah untuk memaksimalkan potensi warga NU yang besar itu.

Usaha yang selama ini digeluti oleh masyarakat kecil yang notabene warga Nahdliyin telah tercabik-cabik dengan kekuatan para pemodal besar yang senantiasa menghadang langkah mereka. Mereka tertatih melangkah, mempertahankan hidup dan akhirnya kehabisan tenaga saat merengkuh citacita. Mereka memang tumbuh, tapi kerap layu hingga sukar berkembang. Kita tak akan paham dengan lakon mereka yang mungkin cuma indah dilantunkan di pentas sinetron. Kita juga tak bisa menuansai getar jiwa mereka yang terkoyak. Sementara rentenir dan tengkulak diam-diam telah melumat mereka. Akhirnya pendar mata mereka hanyalah kegetiran. Semuanya telah diremas. Semua telah dicabut. Pedih menatap sosok mereka. Ya Rasullullah SAW, malu kami mendengar pesanmu, "Bisakah kita tidur nyenyak, sementara tetangga disebelah tengah kelaparan?".

Oleh saat itu, sudah saatnya NU bangun dari tidur panjangnya yang telah lama melupakan gerakan ekonomi kerakyatan dan terlena dengan politik praktis. NU Sebagai jamâiyah yang memiliki anggota sangat besar, memiliki potensi untuk mengembangkan perekonomian yang memungkinkan terwujudnya collective efficiency sebuah pola pengembangan ekonomi warga dengan model mengembangkan efisiensi bersama mulai dari kegiatan-kegiatan ekonomi yang bercorak jasa keuangan, produksi, perdagangan, sampai konsumsi. Dalam literatur Islam kita mengenal dengan istilah Mudlarabah Taâwuniyah.

Model ini dapat dilakukan oleh NU dengan mempertemukan komunitas usaha kecil dan menengah milik warga NU untuk membentuk usaha bersama baik berbentuk Koperasi, Lembaga Usaha, joint venture dan semacamnya. Dengan format ini diharapkan tercipta sebuah sharing dibidang permodalan, teknologi dan pemasaran. Dengan model semacam tersebut, maka modal yang kecil akan terkumpul menjadi satu modal yang besar dalam sebuah wadah bersama yang akan mampu mengalahkan modal besar yang hanya dimiliki oleh satu orang.

BMT NU lahir berangkat dari sebuah keprihatinan pengurus MWC Nahdlatul Ulama Gapura atas kondisi masyarakat pada umumnya, masyarakat Kecamatan sumenep pada khususnya, atas semakin merajelelanya praktik rentenir dengan bunga hingga 50% perbulan yang nyata-nyata mencekik usaha mereka sehingga sulit berkembang. Berdirinya KSPPS BMT NU Cabang Kadur, tidak terlepas dari peran KSPPS BMT NU Gapura sebagai kantor pusatnya. Maka, berbicara mengenai sejarah berdirinya BMT NU Cabang Kadur, tidak jauh berbeda dari sejarah berdirinya KSPPS BMT NU Gapura.

Umat Islam mayoritas dari mereka berada digaris kemiskinan. Mereka memang tumbuh, tapi kerap layu hingga sukar berkembang. Sementara rentenir dan tengkulak diam-diam telah melumat dan mencekik leher mereka.

Sejatinya, umat Islam mempunyai potensi yang sangat besar dalam bidang ekonomi. Tetapi mengapa kita masih berada di "pinggiran" dalam peta perekonomian? Salah satu penyebabnya adalah belum adanya kesadaran bersama untuk melakukan gerakan secara berjama'ah untuk memaksimalkan potensi yang besar itu. Untuk itulah pendirian KSPPS Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) oleh MWC NU Gapura menjadi sangat urgen untuk meningkatkan kualitas ummat melalui jalur ekonomi dan sosial yang dikelola berdasarkan syariah Islam.

Serangkaian upaya telah dilakukan oleh Lembaga Perekonomian MWC NU Gapura, diawali dengan pelatihan kewirausahaan (08-10 April 2003), Bincang Bersama Alumni Pelatihan guna merumuskan Model Penguatan Ekonomi Kerakyatan (13 Juni 2003), Temu Usaha (21 Nop. 2003), Lokakarya Tanaman Alternatif selain Tembakau (13 Mei 2004) dan Lokakarya Perencanaan Pembentukan BUMNU (Badan Usaha Milik NU).

Dari Lokakarya tersebut akhirnya ditemukan bahwa persoalan yang perlu pertama kali dientaskan adalah penguatan modal bagi usaha umat Islam yang selama ini kurang mendapatkan akses permodalan dan dikuasai oleh para pemodal besar atau praktek rentener yang cenderung mencekik usaha mereka. Setidaknya, kesimpulan

tersebut dikuatkan dengan informasi data yang diberikan oleh Karyawan salah satu perusahaan harian bahwa jumlah nasabah mereka di Kec. Gapura pada bulan Juli 2004 mencapai 3.311 orang. Akhirnya pada tanggal 01 Juni 2004 Pengurus MWC NU menyepakati untuk mendirikan sebuah usaha simpan pinjam pola syari'ah yang diberi nama BMT (Baitul Maal wa Tamwil).

Pada awal berdirinya, BMT NU memiliki Modal Rp. 400.000,-(Empat Ratus Ribu Rupiah) dengan jumlah Anggota sebanyak 17 (tujuh Belas) orang. Kemudian seiring dengan berjalannya waktu ternyata kehadiran BMT NU sangat membantu masyarakat miskin dalam hal permodalan, sehingga BMT NU semakin berkembang, dan dari perkembangan inilah BMT NU Gapura mulai mendirikan cabang diberbagai tempat seperti halnya di Desa Dungkek, Saronggi, Bluto, Lenteng, Pragaan, Ru-Baruh, Manding, Batu Putih, Galis Batang-Batang dengan tujuan yang sama yaitu membantu masyarakat miskin dalam hal permodalan dan menjauhkan dari kekejaman para rentenir, maka tepat pada tanggal 14 Maret 2017 diresmikan sebuah cabang dari BMT NU Kadur yang Ke-30 cabang berlokasi dijalan Pahlawan, Kadur , yang diberi nama KSPPS BMT NU JATIM Cabang Kadur, dengan alamat Kantor di Jalan Raya Pahlawan, Kec.Kadur, Kab. Pamekasan, HP.081939202551.

## **2. Struktur Organisasi BMT NU Cabang Kadur Pamekasan**

Struktur organisasi sangat penting dan mutlak diperlukan untuk mencapai hasil yang optimal, karena struktur organisasi adalah suatu jenjang wewenang yang ada di dalam organisasi sehingga akan memperlancar tugas dan pendelegasian wewenang pada seluruh bagian dalam suatu perusahaan atau organisasi.

Adapun struktur BMT NU Cabang Kadur sebagai berikut:<sup>1</sup>

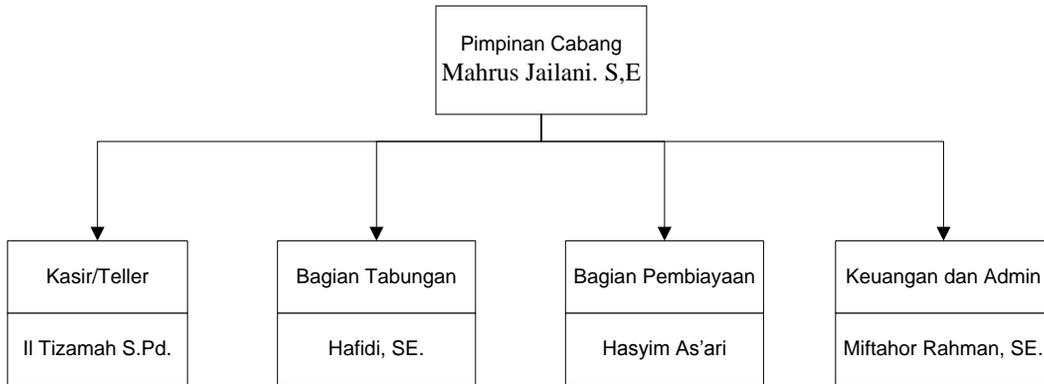
---

<sup>1</sup> Sumber: Data Penelitian, dokumen BMT NU Cabang Kadur Pamekasan



**Gambar 4. 1**

**Struktur Organisasi BMT NU Cabang Kadur**



Sumber: Data Penelitian, dokumen BMT NU Cabang Kadur Pamekasan

**3. Tugas dan Tanggung Jawab BMT NU Cabang Kadur**

Adapun tugas dan tanggung jawab umum dari setiap karyawan BMT NU Cabang Kadur sebagai berikut:

**Tabel 4. 1**

**Uraian Tugas BMT NU Cabang Kadur <sup>2</sup>**

No	Jabatan	Tanggung Jawab
1.	Kepala Cabang	Mengawasi dan bertanggung jawab atas pelaksanaan dan kelancaran kerja dibagian kantor cabang
2.	Pembiayaan	Melakukan pengawasan atau mensurvei anggota yang akan meminjam dana dan melakukan tugas lapangan atau operasi lapangan, serta melayani anggota atau calon anggota yang berkonsultasi tentang ruang lingkup BMT NU Cabang Kadur
3.	Teller	Melaksanakan tugas-tugas yang berkaitan dengan aktifitas transaksi keuangan intern maupun eksteren Koperasi sehari-hari dan bertanggung jawab atas segala pekerjaan.

**4. Produk-Produk BMT NU Cabang Kadur**

Adapun produk-produk yang ditawarkan oleh BMT NU Cabang Kadur adalah sebagai berikut:

<sup>2</sup> Ach. Sanusi, Kepala Cabang BMT NU Cabang Kadur, Wawancara langsung (10 Desember 2021), BMT NU Cabang Kadur, Jam: 10.05 WIB

a. Penghimpunan Dana

1) Tabungan umum syariah

Adalah simpanan yang dapat disetor dan penarikannya dapat dilakukan setiap saat sesuai dengan kebutuhan anggota. Tabungan diakad berdasarkan prinsip syariah *Mudharabah Musytarakah*.

2) Tabungan Haji Al- Haromain

Adalah tabungan untuk membantu keinginan anggota melaksanakan ibadah haji. Tabungan diakad berdasarkan prinsip syariah *mudharabah musytarakah*.

3) Tabungan Umrah Al- Hasanah

Merupakan tabungan umum berjangka yang digunakan untuk memberikan keringanan pada anggota untuk melaksanakan umroh. Tabungan diakad berdasarkan prinsip syariah *mudharabah musytarakah*.

4) Tabungan Idul Fitri

Adalah tabungan umum berjangka untuk membantu anggota memenuhi kebutuhan hari raya idul fitri. Tabungan diakad berdasarkan prinsip syariah *Mudharabah Musytarakah*.

5) Tabungan Lembaga Peduli Siswa

Adalah tabungan berjangka yang diperuntukkan bagi lembaga pendidikan guna menghimpun dana tabungan siswa. Tabungan diakad berdasarkan prinsip syariah *Mudharabah Musytarakah*.<sup>3</sup>

6) Tabungan Qurban

---

<sup>3</sup> Dokumentasi, Brosur Produk Dana dan Jasa BMT Sidogiri, 2017

Adalah tabungan umum berjangka untuk membantu dan memudahkan anggota dalam merencanakan ibadah qurban dan aqiqah. Tabungan diakad berdasarkan prinsip syariah *Mudharabah Musytarakah*.

7) Tabungan Tarbiyah

Adalah tabungan umum berjangka untuk keperluan pendidikan anak dengan jumlah setoran bulanan (*installment*) dan di lengkapi dengan asuransi. Tabungan diakad berdasarkan prinsip syariah *Mudharabah Musytarakah*.

8) Tabungan Mudharabah Berjangka

Adalah tabungan berjangka yang setoran dan penarikannya berdasarkan jangka waktu yang telah disepakati yaitu 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan, 9 bulan, 12 bulan dan 24 bulan. Tabungan diakad berdasarkan prinsip syariah *Mudharabah Musytarakah*.

9) Tabungan Ukhrawi

Merupakan jenis tabungan yang dapat digunakan untuk usaha dengan menggunakan akad mudharabah muthlaqah dengan Setoran Awal Rp.25.000,- dan selanjutnya minimal Rp. 5.000,- dengan bagi hasil 50 %. Bagi hasil tabungan disedekahkan pada fakir miskin dan anak yatim piatu. Sehingga jenis tabungan ini dapat dikatakan menabung sekaligus beramal.

b. Pembiayaan Syariah

1) UGT GES (Gadai Emas Syariah)

Adalah fasilitas pembiayaan dengan agunan berupa emas, pembiayaan ini sebagai alternatif memperoleh uang tunai dengan cepat dan mudah. Akad yang digunakan adalah akad *Rahn* dan *Ijarah*.

2) UGT MUB (Modal Usaha Barokah)

Adalah fasilitas pembiayaan modal kerja bagi anggota yang mempunyai usaha mikro dan kecil. Akad yang digunakan adalah berbasis bagi hasil

(*Mudharabah/Musyarakah*) atau jual beli (*Murabahah*). Maksimum plafon pembiayaan sampai dengan 500 juta.

3) UGT MTA (Multiguna Tanpa Agunan)

Adalah fasilitas pembiayaan tanpa agunan untuk memenuhi kebutuhan anggota. Akad yang digunakan adalah berbasis jual beli (*Murabahah*) atau berbasis sewa (*Ijarah, Kafalah, Dan Hiwalah*) atau *Qordhul Hasan*. Maksimum plafon pembiayaan sampai dengan 1.000.000.

4) UGT KBB (Kendaraan Bermotor Barokah)

Adalah fasilitas pembiayaan untuk pembelian kendaraan bermotor bisa berupa mobil atau motor, baru maupun bekas. Akad yang digunakan adalah akad yang berbasis jual beli (*Murabahah*).<sup>4</sup>

c. Jasa

- 1) Pelayanan transfer/pengiriman uang
- 2) Pembayaran rekening listrik dan telepon
- 3) Pengurusan pendaftaran haji dan umrah
- 4) Asuransi syariah<sup>5</sup>

## **B. Paparan Data**

### **1. Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Anggota Pada Produk Tabungan *Ukhrawi* di BMT NU Cabang Kadur Pamekasan**

Pemasaran suatu produk diperlukan untuk memberikan informasi yang jelas tentang produk tersebut dan bertujuan untuk menarik konsumen agar membeli produk tersebut. Salah satu produk BMT NU Cabang Kadur adalah tabungan *ukhrawi*. Tabungan *ukhrawi* merupakan salah satu produk tabungan yang memiliki sedikit nasabah dibandingkan dengan produk tabungan lainnya.

---

<sup>4</sup> Dokumentasi, Brosur Produk Dana dan Jasa BMT NU Cabang Kadur, 2021

<sup>5</sup> Dokumentasi, Brosur Produk Dana dan Jasa BMT NU Cabang Kadur, 2021

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil wawancara lapangan berikut merupakan penjelasan dari responden Bapak Mahrus Jailani, SE. selaku pimpinan BMT NU Cabang Kadur perkembangan jumlah nasabah produk Tabungan Ukrawi.

“Jumlah nasabah untuk produk tabungan ukhrawi saat ini dapat dikatakan masih minim. Untuk tahun ini saja, kami hanya melayani 3 nasabah. Memang jika dibandingkan dengan produk lainnya, jumlah nasabah ini masih sangat rendah”<sup>6</sup>

Hal yang sama disampaikan oleh pernyataan yang disampaikan oleh Bapak Hafidi sebagai kepala bagian tabungan BMT NU Cabang Kadur yang mengatakan bahwa:

“Tabungan ukhrawi merupakan produk dengan jumlah nasabah yang rendah. Kami juga memaklumi karena produk ini harus diimbangi dengan ketersediaan modal yang cukup besar. Sedangkan jumlah modal kami masih sangat terbatas.”<sup>7</sup>

Bapak Hasyim As'ari selaku kepala bagian pembiayaan BMT NU Cabang Kadur menyatakan bahwa:

“Tabungan ukhrawi merupakan salah satu pembiayaan yang digunakan kembali oleh masyarakat. Dibandingkan dengan tabungan biasa, tabungan ukhrawi memerlukan pertimbangan yang matang untuk dapat digunakan kembali oleh masyarakat yang membutuhkan.”<sup>8</sup>

Dari beberapa pendapat di atas dapat diketahui bahwa jumlah nasabah tabungan Ukhrawi masih sangat sedikit bila dibandingkan dengan jumlah nasabah produk BMT yang lain. BMT memaklumi karena produk tabungan ukhrawi ini harus diimbangi dengan ketersediaan modal yang cukup besar.

BMT Kadur terus melakukan promosi untuk memperkenalkan produk tabungan ukhrawi walaupun dengan cara yang tidak maksimal. Hal ini disampaikan oleh Mahrus Jailani, SE. selaku pimpinan BMT Kadur yang mengatakan bahwa:

“Saat ini kami tidak terlalu memberikan promosi yang besar untuk produk tabungan ukhrawi. Banyak hal yang menjadi pertimbangan. Diantaranya produk ini secara teori memang sangat bermanfaat bagi sesama. Namun

---

<sup>6</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Mahrus Jailani, SE. selaku Pimpinan BMT NU Cabang Kadur. Tanggal 10 Januari 2022 jam 10.00 WIB

<sup>7</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Hafidi, SE. selaku Kepala Bagian Tabungan BMT NU Cabang Kadur. Tanggal 10 Januari 2022 jam 12.00 WIB

<sup>8</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Hasyim As'ari selaku Kepala Bagian Pembiayaan BMT NU Cabang Kadur. Tanggal 10 Januari 2022 jam 13.00 WIB

memiliki resiko yang tidak kecil. Sehingga kami tidak terlalu besar memberikan perhatian kami pada produk ini.”<sup>9</sup>

Pendapat yang sama disampaikan oleh Hafidi, SE. selaku kepala bagian tabungan yang mengatakan bahwa:

“Kami memberikan promosi secara internal saja. Artinya ketika nasabah datang ke BMT, kami akan memberikan informasi tambahan berupa informasi produk tabungan ukhrawi ini. Dengan waktu dan tempat yang terbatas, tentu saja hasilnya tidak maksimal.”<sup>10</sup>

Pendapat yang lain disampaikan oleh Bapak Hasyim As'ari selaku kepala bagian pembiayaan BMT NU Cabang Kadur yang mengatakan bahwa:

“Kami memang sepakat untuk tidak memberikan promosi yang besar untuk produk ini. Kami memberikan informasi sambal lalu saja. Karena untuk promosi yang bagus memerlukan perencanaan dan biaya yang tidak sedikit.”<sup>11</sup>

Dari beberapa pendapat di atas dapat diketahui bahwa BMT tidak melakukan promosi yang maksimal karena pertimbangan beberapa hal. Promosi dilakukan dengan promosi secara internal. Artinya ketika nasabah datang ke BMT, maka BMT akan memberikan informasi tambahan berupa informasi produk tabungan ukhrawi ini.

Tabungan ukhrawi merupakan salah satu produk syariah. Sehingga banyak menggunakan istilah syariah. Masyarakat masih belum begitu paham dengan istilah syariah. Hal ini seperti yang disampaikan oleh Bapak Mahrus Jailani, SE. sebagai pimpinan BMT NU Cabang Kadur yang mengatakan bahwa:

“Ini memang menjadi semacam dilema bagi kami. Masyarakat saat ini memang kurang paham dengan produk yang menggunakan istilah syariah karena belum terbiasa. Sehingga kami memberikan informasi tentang produk tersebut yang bersifat ala kadarnya. Sehingga minat nasabah tidak tumbuh. Sedangkan untuk menumbuhkan minat nasabah, diperlukan biaya dan perencanaan yang tidak sedikit.”<sup>12</sup>

Pandapat yang sama disampaikan oleh Hafidi, SE. selaku kepala bagian tabungan yang mengatakan bahwa:

---

<sup>9</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Mahrus Jailani. SE. selaku Pimpinan BMT NU Cabang Kadur. Tanggal 10 Januari 2022 jam 10.00 WIB

<sup>10</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Hafidi, SE. selaku Kepala Bagian Tabungan BMT NU Cabang Kadur. Tanggal 10 Januari 2022 jam 12.00 WIB

<sup>11</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Hasyim As'ari selaku Kepala Bagian Pembiayaan BMT NU Cabang Kadur. Tanggal 10 Januari 2022 jam 13.00 WIB

<sup>12</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Mahrus Jailani. SE. selaku Pimpinan BMT NU Cabang Kadur. Tanggal 10 Januari 2022 jam 10.00 WIB

“Sebagian besar masyarakat belum paham dengan produk tabungan ukhrawi. Mereka menganggap bahwa tabungan ukhrawi sama saja dengan jenis tabungan lainnya. Sehingga dari pada berspekulasi dengan produk baru yang sama saja, mending menggunakan produk lama yang sudah jelas.”<sup>13</sup>

Pendapat lainnya disampaikan oleh Bapak Hasyim As'ari selaku kepala bagian pembiayaan yang mengatakan bahwa:

“Masyarakat Desa Kadur umumnya masih dalam level pedesaan sehingga mereka tidak terlalu paham dengan istilah syariah. Selain itu pihak kami tidak memberikan informasi yang jelas dan detil kepada masyarakat tentang produk tabungan ukhrawi.”<sup>14</sup>

Dari beberapa pendapat di atas dapat diketahui bahwa masyarakat masih belum mengetahui secara detil dari istilah-istilah syariah yang digunakan dalam tabungan ukhrawi. Sehingga pihak BMT harus memberikan sosialisasi istilah ketika memberikan informasi ke masyarakat.

Suatu produk pasti memiliki kekurangan dan kelebihan. Sehingga memungkinkan nasabah untuk tidak puas dan menyampaikan keluhan. Hal ini seperti yang disampaikan oleh Bapak Mahrus Jailani, SE. sebagai pimpinan BMT NU Cabang Kadur yang mengatakan bahwa:

“Karena jumlah nasabah produk tabungan ukhrawi tidak terlalu banyak, maka keluhan dari masyarakat dapat dikatakan tidak ada. Mereka yang sudah jadi nasabah kami berikan prioritas informasi jika mereka ada keluhan. Rata-rata yang dikeluhkan adalah kurangnya informasi.”<sup>15</sup>

Pandapat yang sama disampaikan oleh Hafidi, SE. selaku kepala bagian tabungan yang mengatakan bahwa:

“Ada juga nasabah yang mengeluh ke kami. Mereka mengeluh karena produk tabungan ukhrawi tidak seperti “biasanya”. Mereka hanya mengikuti berdasarkan apa yang biasa mereka kerjakan. Sehingga kami harus memberikan informasi ulang dengan cara yang baik agar semua pihak dapat memahami.”<sup>16</sup>

---

<sup>13</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Hafidi, SE. selaku Kepala Bagian Tabungan BMT NU Cabang Kadur. Tanggal 10 Januari 2022 jam 12.00 WIB

<sup>14</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Hasyim As'ari selaku Kepala Bagian Pembiayaan BMT NU Cabang Kadur. Tanggal 10 Januari 2022 jam 13.00 WIB

<sup>15</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Mahrus Jailani, SE. selaku Pimpinan BMT NU Cabang Kadur. Tanggal 10 Januari 2022 jam 10.00 WIB

<sup>16</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Hafidi, SE. selaku Kepala Bagian Tabungan BMT NU Cabang Kadur. Tanggal 10 Januari 2022 jam 12.00 WIB

Pendapat lainnya disampaikan oleh Bapak Hasyim As'ari selaku kepala bagian pembiayaan yang mengatakan bahwa:

“Yah itulah liku-liku kita hidup di masyarakat. Untuk produk ini memang memerlukan pemahaman yang baik dari semua pihak. Kami harus memberikan informasi yang sama berulang-ulang karena terkadang masyarakat lupa bahkan pada keesokan harinya.”<sup>17</sup>

Dari beberapa pendapat di atas dapat diketahui bahwa secara keseluruhan tidak ada keluhan dari masyarakat yang menjadi nasabah tabungan ukhrawi. Keluhan secara umum hanya tentang pemahaman kerjasama antara kedua belah pihak.

Motivasi dan dorongan untuk menjadi nasabah tabungan ukhrawi dapat bermacam-macam, sesuai dengan kondisi masing-masing nasabah. Hal ini seperti yang disampaikan oleh Ibu Tibeh yang merupakan salah satu nasabah tabungan Ukhrawi yang mengatakan bahwa:

“Kalau saya memang ingin ada usaha mas. Cuma saya tidak punya modal. Sebenarnya ada modal, Cuma sedikit. Kemudian Tanya ke teman-teman dan ada yang menyuruh saya untuk tanya langsung ke pihak BMT barangkali ada program khusus. Setelah saya bertanya ke pihak BMT, saya ditawarkan program tabungan ukhrawi. Saya pelajari dulu dan ternyata cukup bagus, makanya saya ikut jadi nasabah.”<sup>18</sup>

Pendapat yang sama disampaikan oleh Ibu Kamilah yang merupakan salah satu nasabah tabungan Ukhrawi yang mengatakan bahwa:

“Tujuan saya tentunya untuk modal usaha. Saat ini memang banyak jenis modal yang ditawarkan oleh beberapa pihak. Namun skemanya cukup memberatkan bagi usaha kecil seperti saya. Ada info dari teman bahwa ada program yang bagus dari BMT. Kemudian saya datangi BMT dan meminta informasi yang diperlukan. Alhamdulillah respon BMT sangat baik dan memberikan dukungan pada saya dengan sangat baik pula.”<sup>19</sup>

Pendapat lainnya disampaikan oleh Bapak Samsul Arifin yang merupakan salah satu nasabah tabungan Ukhrawi yang mengatakan bahwa:

“Awalnya saya tidak tahu tentang tabungan ukhrawi dan tidak ada niatan untuk membuka usaha karena memang tidak memiliki modal. Namun ketika saya ke BMT untuk menabung, saya kebetulan memperoleh informasi tentang tabungan ukhrawi dan kelebihanannya. Karena saya tertarik maka saya meminta

---

<sup>17</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Hasyim As'ari selaku Kepala Bagian Pembiayaan BMT NU Cabang Kadur. Tanggal 10 Januari 2022 jam 13.00 WIB

<sup>18</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Tibeh selaku masyarakat Desa Kadur. Tanggal 13 Januari 2022 jam 11.00 WIB

<sup>19</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Kamilah selaku masyarakat Desa Kadur. Tanggal 13 Januari 2022 jam 11.00 WIB

informasi lebih detil ke petugas BMT dan langsung memutuskan untuk menjadi nasabah tabungan ukhrawi. Selain keuntungan modal bagi saya sendiri, namun juga dapat membantu orang lain.”<sup>20</sup>

Dari hasil wawancara di atas dapat diketahui bahwa yang menjadi alasan utama masyarakat untuk menjadi nasabah tabungan ukhrawi adalah keinginan untuk modal usaha.

Tabungan ukhrawi tidak dipromosikan secara maksimal dengan memperhatikan banyak hal. Sehingga nasabah memiliki prosedur tersendiri untuk menjadi nasabah tabungan ukhrawi. Hal ini seperti yang disampaikan oleh Bapak Ahmad Kusnadi yang merupakan salah satu nasabah tabungan Ukhrawi yang mengatakan bahwa:

“Awalnya saya memperoleh informasi sari teman yang juga merupakan warga Desa Kadur. Saya memang biasanya sering nongkrong dengan teman-teman main. Ketika saya menceritakan tentang keinginan untuk membuka usaha dan kekurangan modal, mereka menyarankan saya untuk bertanya langsung ke BMT, barangkali ada program bantuan usaha atau sejenisnya. Saya datang ke BMT dan bertanya tentang program bantuan usaha. Mereka mengatakan bahwa untuk saat ini masih belum ada. Kemudian mereka memberikan informasi tentang tabungan ukhrawi. Saya baru saat itu mendengar tentang tabungan ukhrawi. Untungnya petugas BMT memberikan informasi yang lengkap dan detil. Saya diskusikan dengan keluarga dan setuju. Besoknya saya langsung datang ke BMT dan menjadi nasabah Tabungan ukhrawi.”<sup>21</sup>

Pendapat yang sama disampaikan oleh Ibu Kamilah yang merupakan salah satu nasabah tabungan Ukhrawi yang mengatakan bahwa:

“Awalnya saya memang ada niatan untuk membuka usaha. Namun saya tidak memiliki modal. Yah untuk tambahan biaya hidup sehari-hari. Maklumlah suami hanya kerja di sawah sebagai petani. Saya coba tanya-tanya pihak lain yang menawarkan pinjaman. Tapi skema pengembaliannya memberatkan. Jadi saya tidak jadi karena takut tidak bisa mengembalikan. Kemudian ada teman yang kasih kabar bahwa dia sudah mengikuti program untuk memperoleh modal usaha dari BMT. Dia menyarankan agar saya langsung datang ke BMT untuk memperoleh informasi lengkapnya. Di BMT, petugas dengan sabar dan teliti memberikan informasi yang saya butuhkan. Saya rembuk dengan suami dan setuju. Akhirnya saya menjadi nasabah tabungan Ukhrawi.”<sup>22</sup>

---

<sup>20</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Samsul Arifin selaku masyarakat Desa Kadur. Tanggal 13 Januari 2022 jam 11.00 WIB

<sup>21</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Tibeh selaku masyarakat Desa Kadur. Tanggal 13 Januari 2022 jam 11.00 WIB

<sup>22</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Kamilah selaku masyarakat Desa Kadur. Tanggal 13 Januari 2022 jam 11.00 WIB

Pendapat lainnya disampaikan oleh Bapak Samsul Arifin yang merupakan salah satu nasabah tabungan Ukhrawi yang mengatakan bahwa:

“Saat itu saya hanya berniat untuk menabung di BMT sebagai bekal modal usaha di kemudian hari. Kemudian petugas BMTT memberikan informasi kepada saya tentang tabungan ukhrawi. Daa informasi tersebut diketahui jenis tabungan ini sangat membantu pengusaha dan tidak memberatkan. Bahkan dalam prosesnya saya dibimbing dan didukung oleh petugas BMT. Pokoknya terima kasih BMT.”<sup>23</sup>

Dari hasil wawancara di atas dapat diketahui bahwa masyarakat memperoleh informasi secara tidak langsung dari luar dan melanjutkan informasi tersebut ke pihak BMT.

## **2. Faktor-faktor yang menjadi kendala dalam meningkatkan jumlah Anggota Pada Produk Tabungan Ukhrawi di BMT NU Cabang Kadur Pamekasan**

BMT Cabang Kadur mengalami beberapa kendala dalam menerapkan strategi untuk meningkatkan jumlah nasabah tabungan ukhrawi. Bapak Mahrus Jailani SE. selaku kepala cabang mengatakan:

“Untuk melakukan promosi dengan baik, tentu harus dikonsepsi dengan benar. Termasuk di dalamnya tentang materi yang akan disampaikan dan harus memperhatikan tujuan promosi. Oleh karena itu diperlukan persiapan yang matang. Selain kompetensi, tentu saja harus memperhatikan pihak yang akan menggunakan promosi tersebut. Kami masih kesulitan untuk menemukan metode yang tepat untuk masyarakat Desa Kadur agar dapat menerima kami dengan baik.”<sup>24</sup>

Pendapat sejenis disampaikan oleh Bapak Hadiri S.Pd. selaku kepala bagian tabungan yang mengatakan bahwa:

“Masyarakat desa Kadur bisa dikatakan masih didominasi oleh rendahnya tingkat pendidikan. Sehingga mereka tidak paham dengan istilah-istilah baru dan tidak menginginkan prosedur yang ribet. Sedangkan saat ini BMT masih kesulitan untuk menyesuaikan dengan pendekatan yang diinginkan oleh masyarakat desa Kadur.”<sup>25</sup>

Pendapat lainnya disampaikan oleh Bapak Hasyim As'ari selaku kepala bagian Pembiayaan yang mengatakan bahwa:

---

<sup>23</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Samsul Arifin selaku masyarakat Desa Kadur. Tanggal 13 Januari 2022 jam 11.00 WIB

<sup>24</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Mahrus Jailani. SE. selaku Pimpinan BMT NU Cabang Kadur. Tanggal 10 Januari 2022 jam 10.00 WIB

<sup>25</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Hafidi, SE. selaku Kepala Bagian Tabungan BMT NU Cabang Kadur. Tanggal 10 Januari 2022 jam 12.00 WIB

“Sulit untuk bicara nyambung dengan masyarakat pedesaan. Mereka terkadang langsung menolak bicara jika kami terlanjur menggunakan istilah yang baru. Ada yang kadang tidak mau bicara karena tidak fasih menggunakan Bahasa Indonesia.”<sup>26</sup>

Dari beberapa pendapat di atas dapat diketahui bahwa promosi yang dilakukan memiliki kesulitan dalam hal pendekatan secara emosional dengan masyarakat. Jika BMT memaksakan pendekatan secara biasanya, banyak masyarakat yang langsung menolak dan meninggalkan pihak BMT.

Strategi yang digunakan saat ini masih belum efektif karena ruang lingkup yang digunakan masih dalam skala kecil. Bapak Mahrus Jailani, SE. sebagai pimpinan BMT NU Cabang Kadur mengatakan bahwa:

“Dapat dikatakan bahwa strategi yang diterapkan masih kurang efektif. Hal ini dapat diketahui dari minimnya pemahaman warga masyarakat dan minimnya jumlah nasabah tabungan ukhrawi saat ini. BMT didirikan hampir di setiap kecamatan. Sehingga jika kami memperluas pangsa pasar ke daerah lain, dikhawatirkan akan mempengaruhi daerah kerja BMT yang lain. Walaupun memang tidak ada aturan cakupan wilayah pangsa pasar.”<sup>27</sup>

Pendapat yang sama disampaikan oleh Bapak Hafidi, SE. selaku kepala bagian Tabungan BMT NU Cabang Kadur yang mengatakan bahwa:

“Strategi saat ini masih dapat dikatakan kurang efektif. Oleh karena itu memang perlu untuk menggunakan strategi lainnya. BMT lain yang sama dengan naungan kerjanya dengan kita, biasanya didirikan di tiap kecamatan. Namun semua BMT diperbolehkan untuk melakukan perluasan pasar. Walaupun kesannya seperti kita mencaplok daerah lain, saya dan teman lain dari BMT lainnya juga sama-sama menyadari hal tersebut dan tidak terlalu mempermasalahakan.”<sup>28</sup>

Pendapat lainnya disampaikan oleh Bapak Hasyim As'ari selaku kepala bagian Pembiayaan yang mengatakan bahwa:

“Strategi yang kita gunakan saat ini masih kurang efektif. Kami menggunakan cara perluasan cakupan pasar. Saya rasa seperti kita kurang sopan jika harus melangkah ke daerah lain yang dimiliki oleh BMT teman kita. Memang tidak ada aturan tertulis untuk perluasan pangsa pasar, namun secara etika kurang

---

<sup>26</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Hasyim As'ari selaku Kepala Bagian Pembiayaan BMT NU Cabang Kadur. Tanggal 10 Januari 2022 jam 13.00 WIB

<sup>27</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Mahrus Jailani, SE. selaku Pimpinan BMT NU Cabang Kadur. Tanggal 10 Januari 2022 jam 10.00 WIB

<sup>28</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Hafidi, SE. selaku Kepala Bagian Tabungan BMT NU Cabang Kadur. Tanggal 10 Januari 2022 jam 12.00 WIB

bagus. Kecuali jika BMT di daerah lain tidak memiliki produk tabungan yang kita tawarkan.”<sup>29</sup>

Dari beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa strategi yang digunakan saat ini masih kurang efektif. Strategi lain yang dapat digunakan adalah memperluas cakupan pasar

Kendala lain yang dihadapi adalah kurang mandiri masyarakat calon nasabah. Calon nasabah terlalu bergantung pada petugas BMT untuk melakukan segala hal. Hal ini sesuai dengan pendapat yang disampaikan oleh Mahrus Jailani, SE. selaku pimpinan BMT Kadur yang mengatakan bahwa:

“Kami berusaha untuk melayani nasabah dengan sebaik mungkin. Kami mengusahakan jemput bola. Usaha jemput bola memerlukan usaha ekstra karena harus telaten dan sabar dengan nasabah. Karena terkadang nasabah merasa ‘jual mahal’. Minta yang aneh-aneh. Nasabah memiliki anggapan bahwa yang butuh adalah BMT, sehingga nasabah maunya serba dilayani oleh BMT.”<sup>30</sup>

Pendapat lainnya disampaikan oleh Bapak Hafidi, SE. selaku kepala bagian tabungan yang mengatakan bahwa:

“Ada saja tingkah laku nasabah ketika kita melayani nasabah. Ada beberapa persyaratan yang sebenarnya mudah dan dapat dikerjakan sendiri oleh nasabah, tapi masih saja meminta kami yang mengerjakan. Ya, kita hanya bisa sabar asal tidak keterlaluhan.”<sup>31</sup>

Pendapat yang sama disampaikan oleh Bapak Hasyim As’ari selaku kepala bagian pembiayaan yang mengatakan bahwa:

“Sikap nasabah yang tidak kompeten dan serius, akan menambah waktu kerja kami. Urusan yang seharusnya selesai dalam satu hari bisa sampai 3 hari. Hal ini mengakibatkan banyak hal lainnya tertunda.”<sup>32</sup>

Dari beberapa pendapat di atas dapat diketahui bahwa masyarakat masih sangat bergantung pada BMT untuk proses menjadi nasabah mulai dari awal sampai akhir.

Hal ini akan membutuhkan banyak sumber daya manusia, biaya dan waktu.

---

<sup>29</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Hasyim As'ari selaku Kepala Bagian Pembiayaan BMT NU Cabang Kadur. Tanggal 10 Januari 2022 jam 13.00 WIB

<sup>30</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Mahrus Jailani. SE. selaku Pimpinan BMT NU Cabang Kadur. Tanggal 10 Januari 2022 jam 10.00 WIB

<sup>31</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Hafidi, SE. selaku Kepala Bagian Tabungan BMT NU Cabang Kadur. Tanggal 10 Januari 2022 jam 12.00 WIB

<sup>32</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Hasyim As'ari selaku Kepala Bagian Pembiayaan BMT NU Cabang Kadur. Tanggal 10 Januari 2022 jam 13.00 WIB

Tabungan ukhrawi merupakan produk yang tidak terlalu populer, sehingga calon nasabah pasti akan mengalami hambatan untuk menjadi nasabah. Hal ini seperti yang disampaikan oleh Ibu TibeH yang merupakan salah satu nasabah tabungan Ukhrawi yang mengatakan bahwa:

“Tidak ada hambatan yang berarti karena secara keseluruhan petugas BMT membantu kami. Mereka tidak segan untuk menjawab dan membantu kami. Mungkin yang jadi hambatan adalah kurangnya informasi tentang produk tabungan Ukhrawi di masyarakat. Seandainya saya tidak tahu tentang produk tabungan ukhrawi, maka saya mungkin kesulitan untuk memulai usaha.”<sup>33</sup>

Pendapat yang sama disampaikan oleh Ibu Kamilah yang merupakan salah satu nasabah tabungan Ukhrawi yang mengatakan bahwa:

“Hambatan yang saya rasakan terutama tentang pemahaman istilah-istilah yang digunakan. Karena memang banyak istilah syariah di dalam kesepahaman itu. Tapi untungnya petugas BMT sabar memberikan penjelasan kepada saya.”<sup>34</sup>

Pendapat lainnya disampaikan oleh Bapak Samsul Arifin yang merupakan salah satu nasabah tabungan Ukhrawi yang mengatakan bahwa:

“Saya kira tidak ada hambatan. Selama proses sampai saat ini tidak ada hambatan. Bahkan petugas BMT memberikan banyak pilihan pada saya seandainya saya mengalami kesulitan dalam pembayaran.”<sup>35</sup>

Dari hasil wawancara di atas dapat diketahui bahwa masyarakat tidak memiliki hambatan yang berarti untuk menjadi nasabah tabungan ukhrawi karena pihak BMT membantu masyarakat mulai dari awal sampai selesai.

Tabungan ukhrawi memiliki beberapa keuntungan yang dirasakan oleh nasabah. Hal ini seperti yang disampaikan oleh Ibu TibeH yang merupakan salah satu nasabah tabungan Ukhrawi yang mengatakan bahwa:

“Pastinya saya bisa memperoleh bantuan modal usaha. Bahkan saya juga dapat membantu orang lain yang memerlukan. Selain itu, skema pengembalian sangat ringan dan lunak.”<sup>36</sup>

---

<sup>33</sup> Hasil wawancara dengan Ibu TibeH selaku masyarakat Desa Kadur. Tanggal 13 Januari 2022 jam 11.00 WIB

<sup>34</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Kamilah selaku masyarakat Desa Kadur. Tanggal 13 Januari 2022 jam 11.00 WIB

<sup>35</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Samsul Arifin selaku masyarakat Desa Kadur. Tanggal 13 Januari 2022 jam 11.00 WIB

<sup>36</sup> Hasil wawancara dengan Ibu TibeH selaku masyarakat Desa Kadur. Tanggal 13 Januari 2022 jam 11.00 WIB

Pendapat yang sama disampaikan oleh Ibu Kamilah yang merupakan salah satu nasabah tabungan Ukhrawi yang mengatakan bahwa:

“Ya saya bisa membuka usaha yang saya inginkan. Pastinya juga bebas riba ya Mas. Tidak seperti bank yang biasanya. Untuk pengembalian pembayaran, skema yang diberikan sangat lunak dan benar-benar membantu pengusaha. Bahkan ada kalanya usaha saya sedang tidak bagus, BMT memberikan banyak kemudahan dalam pembayaran.”<sup>37</sup>

Pendapat lainnya disampaikan oleh Bapak Samsul Arifin yang merupakan salah satu nasabah tabungan Ukhrawi yang mengatakan bahwa:

“Modal usaha mudah diperoleh dengan skema syariah yang bebas riba. Jadi kita tidak perlu was-was dengan bahaya riba. Jika kita mengalami kesulitan dalam pengembalian pembayaran, pihak BMT memberikan banyak kemudahan. Yang penting juga tidak nakal.”<sup>38</sup>

Dari hasil wawancara di atas dapat diketahui bahwa tabungan ukhrawi memiliki beberapa keuntungan yang dirasakan oleh nasabah seperti kemudahan memperoleh bantuan modal usaha, dapat membantu orang lain yang memerlukan dan skema pengembalian sangat ringan dan lunak.

Tabungan ukhrawi memiliki tujuan untuk memberikan kemudahan usaha bagi masyarakat dengan harapan tabungan ukhrawi memberikan dampak yang positif bagi usaha nasabah. Hal ini seperti yang disampaikan oleh Ibu Tibeh yang merupakan salah satu nasabah tabungan Ukhrawi yang mengatakan bahwa:

“Pastinya. Karena modal usaha mudah diperoleh, maka usaha yang saya rintis dapat dilakukan dengan baik. Pokonya joss BMT dengan adanya skema usaha seperti ini.”<sup>39</sup>

Pendapat yang sama disampaikan oleh Ibu Kamilah yang merupakan salah satu nasabah tabungan Ukhrawi yang mengatakan bahwa:

“BMT benar-benar membantu saya dengan baik. Dengan skema pengembalian yang lunak dan ringan, saya dapat menabung untuk keperluan lainnya selain untuk biaya hidup sehari-hari.”<sup>40</sup>

---

<sup>37</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Kamilah selaku masyarakat Desa Kadur. Tanggal 13 Januari 2022 jam 11.00 WIB

<sup>38</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Samsul Arifin selaku masyarakat Desa Kadur. Tanggal 13 Januari 2022 jam 11.00 WIB

<sup>39</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Tibeh selaku masyarakat Desa Kadur. Tanggal 13 Januari 2022 jam 11.00 WIB

<sup>40</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Kamilah selaku masyarakat Desa Kadur. Tanggal 13 Januari 2022 jam 11.00 WIB

Pendapat lainnya disampaikan oleh Bapak Samsul Arifin yang merupakan salah satu nasabah tabungan Ukhrawi yang mengatakan bahwa:

“Tabungan ukhrawi sangat memberikan dampak positif untuk usaha saya. Karena ini berbasis syariah dan membantu orang lain, maka saya yakin barokahnya juga akan diperoleh.”<sup>41</sup>

Dari hasil wawancara di atas dapat diketahui bahwa tabungan ukhrawi memberikan dampak yang positif bagi nasabah karena memiliki skema pengembalian yang lunak.

### **C. Temuan Penelitian**

#### **1. Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Anggota Pada Produk Tabungan Ukhrawi di BMT NU Cabang Kadur Pamekasan**

Adapun strategi yang digunakan oleh BMT Cabang Kadur untuk meningkatkan jumlah nasabah tabungan Ukhrawi sebagai berikut:

- a. Jumlah nasabah tabungan Ukhrawi masih sangat sedikit bila dibandingkan dengan jumlah nasabah produk BMT yang lain. BMT memaklumi karena produk tabungan ukhrawi ini harus diimbangi dengan ketersediaan modal yang cukup besar. BMT perlu melakukan perencanaan promosi dengan baik.
- b. BMT tidak melakukan promosi yang maksimal karena pertimbangan beberapa hal. Promosi dilakukan dengan promosi secara internal. BMT perlu melakukan promosi dengan cakupan yang lebih luas.
- c. Masyarakat masih belum mengetahui secara detil dari istilah-istilah syariah yang digunakan dalam tabungan ukhrawi. Sehingga pihak BMT harus memberikan sosialisasi istilah ketika memberikan informasi ke masyarakat.
- d. Secara keseluruhan tidak ada keluhan dari masyarakat yang menjadi nasabah tabungan ukhrawi. Keluhan secara umum hanya tentang pemahaman kerjasama antara kedua belah pihak. BMT perlu untuk memberikan informasi yang jelas dan detil kepada calon nasabah.

---

<sup>41</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Samsul Arifin selaku masyarakat Desa Kadur. Tanggal 13 Januari 2022 jam 11.00 WIB

- e. Alasan utama masyarakat untuk menjadi nasabah tabungan ukhrawi adalah keinginan untuk modal usaha. BMT perlu untuk focus untuk membantu usaha masyarakat.
- f. Masyarakat memperoleh informasi secara tidak langsung dari luar dan melanjutkan informasi tersebut ke pihak BMT. BMT harus siap membantu masyarakat dengan sikap yang tegas dan sabar.

## **2. Faktor-faktor yang menjadi kendala untuk meningkatkan jumlah Anggota Pada Produk Tabungan Ukhrawi di BMT NU Cabang Kadur Pamekasan**

Adapun faktor-faktor yang menjadi kendala dalam meningkatkan jumlah Anggota Pada Produk Tabungan Ukhrawi di BMT NU Cabang Kadur Pamekasan sebagai berikut:

- a. Promosi yang dilakukan memiliki kesulitan dalam hal pendekatan secara emosional dengan masyarakat. Jika BMT memaksakan pendekatan secara biasanya, banyak masyarakat yang langsung menolak dan meninggalkan pihak BMT.
- b. Strategi yang digunakan saat ini masih kurang efektif. Strategi lain yang dapat digunakan adalah memperluas cakupan pasar
- c. Masyarakat masih sangat bergantung pada BMT untuk proses menjadi nasabah mulai dari awal sampai akhir. Hal ini akan membutuhkan banyak sumber daya manusia, biaya dan waktu.

### **D. Pembahasan**

Pihak militer merupakan yang pertama menggunakan istilah strategi dan biasa diartikan sebagai cara untuk memenangkan peperangan. Kemudian istilah strategi digunakan oleh organisasi lain dengan arti dasar yang sama namun dengan medan peperangan yang disesuaikan dengan organisasi yang menggunakannya.<sup>42</sup>

---

<sup>42</sup> Sondang P. Siagaan, *Manajemen Stratejik*, (Jakarta: Bumi aksara, 2008), 15.

Steiner dan Milner memberikan definisi strategi sebagai target perusahaan yang harus dicapai dengan menggunakan semua potensi perusahaan secara optimal dengan perencanaan yang baik.<sup>43</sup>

Berdasarkan hasil penelitian bisa diketahui strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah anggota pada produk Tabungan Ukhrawi di BMT NU cabang Kadur Pamekasan sebagai berikut:

### **1. BMT melakukan perencanaan promosi dengan baik.**

Promosi atau pengenalan produk merupakan sesuatu yang penting bagi suatu instansi. Promosi dilakukan untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat agar masyarakat mengenal dan membeli produk tersebut. Promosi umumnya dilakukan pada semua produk baik berupa barang ataupun jasa yang dimiliki oleh instansi tersebut. Promosi dapat diartikan sebagai usaha untuk meningkatkan penjualan produk. Promosi pada umumnya merupakan kegiatan dunia usaha yang ditujukan untuk meningkatkan penjualan produk dan laba perusahaan. Promosi mempunyai tujuan memberikan informasi produk ke public tentang keunggulan dan kelebihan produk sehingga public bisa mengetahui manfaat produk dan membelinya.

Tabungan Ukhrawi merupakan salah satu produk BMT Cabang Kadur. Produk ini masih kurang diminati oleh masyarakat karena kurangnya pengenalan produk pada masyarakat. Promosi untuk produk Tabungan Ukhrawi masih dilakukan dengan menggunakan brosur dan selebaran yang ada di BMT Cabang Kadur. Promosi ini masih belum sampai ke masyarakat luas. Selain itu, dalam produk Tabungan Ukhrawi masih banyak istilah-istilah yang asing bagi masyarakat sekitar.

Selain meningkatkan kuantitas promosi, BMT Cabang Kadur harus meningkatkan kualitas promosi dengan cara menggunakan media lain untuk promosi seperti sosialisasi di lingkungan masyarakat, media sosial dan pendekatan secara langsung pada calon nasabah yang potensial.

---

<sup>43</sup> Geroge Stainer dan John Milner, *Management Strategic*, (Jakarta: Erlangga), 70.

Keterbatasan promosi yang dilakukan oleh BMT Cabang Kadur karena factor keterbatasan jumlah dana promosi dan sifat khusus dari produk Tabungan Ukhrawi. Selain itu BMT Cabang Kadur masih belum menentukan langkah yang tepat dalam melakukan promosi, sehingga promosi yang dilakukan masih bersifat tidak tepat sasaran.

Pemilihan strategi promosi untuk meningkatkan jumlah nasabah Tabungan Ukhrawi ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Annisaun Nafiah, Isharijadi, Farida Styaningrum (2021) dengan judul Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Di BPR Mulyo Raharjo. Dari penelitian tersebut disebutkan bahwa strategi yang paling efektif digunakan dalam meningkatkan jumlah nasabah yaitu dalam bentuk *promotion*, proses ini sangat efektif yang digunakan PT BPR Mulyo Raharjo Magetan dibandingkan dengan produk, *place*, dan *price*, sehingga dapat disimpulkan pendekatan *promotion* sangatlah berpengaruh untuk menarik minat nasabah.

Untuk dapat berkomunikasi dan memberikan promosi secara menyeluruh, maka langkah-langkah utama komunikator pada bidang pemasaran, yaitu:<sup>44</sup>

- a. Mengidentifikasi pendengar atau pemirsa
- b. Menentukan tujuan komunikasi
- c. Merancang pesan
- d. Mengalokasikan anggaran promosi
- e. Merumuskan tentang bauran promosi
- f. Mengukur hasil promosi
- g. Mengelola dan mengkoordinasikan proses komunikasi pemasaran secara keseluruhan.

Untuk memberikan hasil yang baik dari promosi maka perlu memilih strategi promosi dengan benar. Tidak semua strategi promosi akan cocok untuk semua jenis produk. Jika salah memilih strategi promosi maka akan menjadi *boomerang* yang

---

<sup>44</sup> Philip Kotler, Manajemen Pemasaran, (Surakarta: PT Pabelan, 1997), h. 356

justru akan menghancurkan produk yang akan dipromosikan. Beberapa hal yang dapat dijadikan acuan dalam memilih strategi promosi adalah sebagai berikut:<sup>45</sup>

a. Strategi *defensive* (bertahan)

Strategi ini biasanya digunakan oleh perusahaan yang telah memiliki pangsa pasar yang tinggi. Strategi ini bersifat pasif dengan hanya memberikan informasi yang seadanya saja dengan maksud agar konsumen tidak lupa akan produk tersebut.

b. Strategi *attack* (ekspansi)

Strategi ini bersifat aktif dan agresif dengan tujuan untuk merebut pangsa pasar sehingga menjadi lebih luas lagi. Strategi ini digunakan oleh produk yang memiliki pangsa pasar rendah dan berharap untuk memberikan kesempatan dan peluang untuk lebih besar lagi.

c. Strategi *develop* (berkembang)

Umumnya digunakan oleh produk yang telah memiliki pangsa pasar yang lebih relative tinggi namun dengan tingkat pertumbuhan yang sangat lambat.

d. Strategi *observe* (observasi)

Strategi ini digunakan jika menghadapi situasi pasar yang tidak berkembang dan pangsa pasarnya kecil.

## **2. Memberikan informasi produk dengan jelas dan detail**

Informasi produk sangat penting bagi nasabah karena akan menjadi pertimbangan untuk menentukan apakah akan membeli atau tidak produk tersebut. Jika informasi yang disampaikan tidak jelas dan tidak detail, maka nasabah akan cenderung untuk tidak membeli produk tersebut. Informasi produk Tabungan Ukhrawi yang disampaikan oleh BMT Cabang Kadur saat ini masih bersifat umum dan tidak detail. Calon nasabah masih belum paham akan produk yang ditawarkan dan memilih untuk tidak menjadi nasabah.

---

<sup>45</sup> Marry Pezullo, Marketing For Banking, American Bankers Association, (USA, 1999), h 132

Oleh karena itu, sudah selayaknya BMT Cabang Kadur untuk dapat memberikan informasi yang jelas pada masyarakat tentang Tabungan Ukhrawi. Informasi produk dapat disampaikan melalui media social dan selebaran. Selain itu dapat dilakukan dengan menggunakan paket kerjasama dengan program desa sehingga semua masyarakat desa akan memperoleh informasi produk.

Informasi produk juga dapat disampaikan dengan menggunakan internet. Selain menerima informasi, konsumen juga disuguhkan hiburan karena dilengkapi dengan gambar, video, musik, dan suara.

### **3. Memperluas pangsa pasar dengan cara mengadakan promosi ke daerah lainnya.**

Pangsa pasar BMT Cabang Kadur untuk produk Tabungan Ukhrawi saat ini masih terbatas pada lingkungan sekitar BMT. Walaupun BMT Kadur didirikan di Kecamatan Kadur, namun pangsa pasar untuk produk Tabungan Ukhrawi masih sangat kecil bahkan tidak sampai menyentuh satu desa. Oleh karena itu sudah selayaknya BMT Cabang Kadur untuk meningkatkan pangsa pasar pada wilayah kecamatan bahkan untuk satu Kabupaten Pamekasan.

*Marketer* harus mampu menerjemahkan target penjualan pangsa pasar karena ini akan menunjukkan apakah prakiraan untuk dicapai oleh tumbuh dengan pasar atau menangkap pangsa dari pesaing. Yang terakhir hampir selalu akan lebih sulit untuk dicapai. Pangsa pasar dimonitor untuk tanda-tanda perubahan dalam lanskap kompetitif, dan sering *drive* strategis atau taktis tindakan. Meningkatkan pangsa pasar adalah salah satu tujuan paling penting bisnis. Keuntungan utama menggunakan pangsa pasar sebagai ukuran kinerja bisnis adalah bahwa kurang bergantung pada macroenvironmental variabel seperti keadaan ekonomi atau perubahan dalam kebijakan pajak. Namun, peningkatan pangsa pasar mungkin berbahaya bagi pembuat *fungible* produk berbahaya, terutama produk yang dijual ke pasar di mana mereka dapat dikenakan tanggung jawab pangsa pasar.

#### **4. BMT harus memberikan pelayanan yang berkualitas dan mendampingi calon nasabah sampai proses selesai dilaksanakan**

Pelayanan yang dilakukan oleh BMT Cabang Kadur saat ini masih belum maksimal. Karena calon nasabah tidak dibantu dan dipermudah dalam melakukan pengurusan pengajuan Tabungan Ukhrawi. BMT Cabang Kadur beranggapan bahwa fokus BMT pada produk lain yang memiliki jumlah nasabah yang besar. Padahal jika pelayanan pada produk tabungan ukhrawi ini ditingkatkan, maka potensi jumlah nasabah akan besar.

Pelayanan merupakan usaha yang dapat dilihat ataupun tidak yang diberikan kepada orang atau pihak lain dengan tujuan untuk menyenangkan pihak lain dan tidak dalam bentuk produk yang nyata. Menurut Boediono yang dimaksud dengan pelayanan pelanggan merupakan upaya atau proses secara sadar dan terencana dilakukan organisasi atau badan usaha kredit menang dalam persaingan melalui pemberian/perjanjian pelayanan kepada nasabah, sehingga tercapai kepuasan optimal bagi nasabah.<sup>46</sup>

#### **5. Menerapkan strategi jemput bola**

Salah satu keengganan masyarakat menjadi nasabah lembaga keuangan adalah karena ribet dan lama. Ribet karena persyaratan yang diperlukan sangat banyak dan masyarakat tidak paham tentang hal-hal yang berhubungan dengan administrasi. Lama karena prosesnya dilakukan di BMT, sehingga ketika ada kesalahan atau kekurangan berkas, maka calon nasabah harus bolak-balik ke BMT dan pastinya akan mengganggu waktu kerjanya. Oleh karena itu BMT harus berinisiatif memberikan kemudahan bagi calon nasabah potensial dengan cara jemput bola dan memperlakukan calon nasabah secara kekeluargaan. Namun dengan mempertimbangkan aspek tugas dan fungsi, aspek rencana dan program, aspek ketentuan dan peraturan, serta aspek tujuan dan kondisi ideal, strategi jemput bola dirasakan tidak sesuai dengan kondisi yang ada di BMT Cabang Kadur.

---

<sup>46</sup> Boediono, Teori Pertumbuhan Ekonomi. (Yogyakarta: BPFE, 1999), h. 23

Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Fariz Aditya Pratama (2019) dengan judul Analisis Strategi Jemput Bola Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Di Pt Bprs Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo. Setelah dilakukan penelitian, strategi jemput bola dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan haji di PT. BPRS Metro Madani kantor cabang Jatimulyo dikatakan tidak efektif. Hal ini dapat dilihat dari 4 aspek yaitu aspek tugas dan fungsi, aspek rencana dan program, aspek ketentuan dan peraturan, serta aspek tujuan dan kondisi ideal. Aspek rencana dan program merupakan aspek salah satu aspek yang penting untuk mengetahui efektivitas strategi jemput bola dalam meningkatkan jumlah nasabah di BPRS Metro Madani kantor cabang Jatimulyo, dalam aspek ini terdapat rencana bank dari strategi jemput bola dalam meningkatkan jumlah nasabah haji dengan menetapkan target sebanyak 480 nasabah pertahun, akan tetapi bank tidak mampu memenuhi target yang ditetapkan. Sehingga aspek rencana dan program dalam strategi jemput bola dalam meningkatkan jumlah nasabah pada PT. BPRS Metro Madani kantor cabang Jatimulyo tidak terpenuhi.