

## **BAB IV**

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

#### **A. Profil BPRS Bhakti Sumekar**

##### **1. Sejarah Singkat BPRS Bhakti Sumekar**

Dikeluarkannya Undang-undang No. 22 tahun 1999 tentang Pemerintah Daerah dan Peraturan Pemerintah No. 25 tentang Kewenangan Pemerintah dan Kewenangan Propinsi sebagai Daerah Otonom, maka kewenangan otonom saat ini telah diserahkan kepada daerah. Kewenangan tersebut mencakup penanganan segala urusan rumah tangga daerah sebagai lembaga berikut perangkatnya.

Serta untuk meningkatkan dan mendayagunakan potensi ekonomi daerah dalam rangka meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD). Pemerintah Kabupaten Sumenep sangat memerlukan peran lembaga keuangan yang diharapkan dapat memenuhi tujuan tersebut. Dimana pada gilirannya Lembaga Keuangan tersebut diharapkan dapat meningkatkan dan mendayagunakan perekonomian daerah guna mencapai kesejahteraan masyarakat daerah secara merata.

Bentuk lembaga keuangan yang sesuai dengan kondisi daerah Sumenep yang sangat ideal adalah Lembaga Keuangan Mikro, dalam hal ini adalah Bank Perkreditan Rakyat Syari'ah (BPRS).

Untuk memenuhi maksud dan tujuan tersebut diatas Pemerintah Kabupaten Sumenep melakukan akuisisi bank Perkreditan Rakyat yang berdomisili di Sidoarjo yaitu PT. BPR DANA MERAPI untuk kemudian direlokasi ke Kabupaten Sumenep.

Untuk melakukan akuisisi terhadap PT. BPR Dana Merapi Pemkab

Sumenep membuat Memorandum of Understanding (MOU) dan Surat Perjanjian Kerja Sama Pendirian Bank Perkreditan Rakyat Syari'ah (BPRS) di Kabupaten Sumenep Nomor 910/608b/435.304/200-1011/BMI/PKS/XII/2001 yang ditandatangani oleh Bupati Sumenep dan PT. Bank Syari'ah Muamalat Indonesia. Tbk pada tanggal 27 Desember 2001. Dalam MOU tersebut pihak PT. Bank Muamalat sebagai pelaksana dalam proses pengambilalihan BPR serta bertanggung jawab terhadap pemberian konsultasi untuk perizinan, rekrutmen, pelatihan dan pembinaan.

## **2. Status Hukum BPRS Bhakti Sumekar**

PT. BPR DANA MERAPI didirikan berdasarkan akta notaris Yanita Poerbo. SH, No. 64 tanggal 30 Juli 1992 dan telah disahkan oleh Menteri Kehakiman Republik Indonesia dalam Surat Keputusan Nomor. C2-392.HT.01.01.TH 1993 tanggal 22 Januari 1993, serta telah didaftarkan di kantor Pengadilan Negeri Sidoarjo dengan nomor 41/30/PT-1993 tanggal 6 Pebruari 1993.

Rencana akuisisi dari Pemerintah Kabupaten Sumenep telah memperoleh rekomendasi dan persetujuan dari Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Kabupaten Sumenep tanggal 19 November 2001 dengan nomor 910/953/435.040/2001, dan telah disetujui pula oleh Bank Indonesia pada tanggal 20 Februari 2002 dengan Surat Persetujuan Nomor 4/5/DPBPR/P3BPR/Sb.

Dalam perkembangannya PT. BPR Dana Merapi telah mengalami perubahan nama menjadi PT. BPR Bhakti Sumekar dengan Akte Nomor. 24 tanggal 16 September 2002 oleh Notaris Karuniawan Surjanto. SH, notaris di Sidoarjo dan Persetujuan dari Bank Indonesia no.04/8/KEP/PBI/sb/2002 tanggal

11 November 2003, dan mendapat pengesahan Departemen Kehakiman RI dan HAM RI. No. C-19351 NT.01.04 tahun 2002 tanggal 08 Oktober 2002 tentang Persetujuan Akta Perubahan Anggaran Dasar Perseroan Terbatas.

Selanjutnya untuk mengukuhkan pendirian PT. BPRS Bhakti Sumekar – Sumenep, pemerintah kabupaten Sumenep telah mengesahkan dalam sebuah Peraturan Daerah (PERDA) Nomor. 06 Tahun 2003 Tanggal 31-07-2003 tentang Pendirian PT. Bank Perkreditan Rakyat Syari'ah Bhakti Sumekar.

Perubahan Sistem Konvensional menjadi Sistem Syari'ah dan perubahan nama PT. BPR Bhakti Sumekar menjadi PT. BPRS Bhakti Sumekar dalam akte notaris Sukarini. SH, notaris di Sidoarjo No. 01 tanggal 1 November 2003 telah mendapat pengesahan Departemen Kehakiman RI dan HAM RI No. C-01389 HT.01.04.TH.2004 tanggal 19 Januari 2004 dan persetujuan izin prinsip Bank Indonesia NO.6/606/DPbs Jakarta tanggal 21 Mei 2004 serta Bank Indonesia Cabang Surabaya No.6/353/DPBPR/IDBPR/Sb tanggal 22 Juni 2004.

Dan Ijin Perubahan Kegiatan Usaha Konvensional Menjadi Kegiatan Usaha Berdasarkan Prinsip Syariah dari Gubernur Bank Indonesia No. 6/74/KEP.GBI/2004 tanggal 22 September 2004 dan beroperasi secara prinsip syariah mulai 22 Oktober 2004.

### **3. Makna dari Logo BPRS Bhakti Sumekar Sumenep**

#### **Gambar 1**

Logo BPRS Bhakti Sumekar



**a. Makna Umum**

Logo BPRS BHAKTI SUMEKAR menyerupai bunga mercah yang mencerminkan kegigihan, keleluasaan, semangat dan keramahan dalam semua aspek bisnis di lingkungan masyarakat yang diharapkan terus mercah dan berkembang.

**b. Segi Warna**

Warna hijau melambangkan kesuburan, kesejukan, kemakmuran dan juga warna hijau pada umumnya identik dengan dunia Islam.

Warna kuning melambangkan kesejahteraan, kejayaan, dan kekayaan. Nilai Utama Perusahaan “BHAKTI”

**c. Berkembang**

Dengan etos kerja yang kuat serta memiliki ide kreatif yang tinggi dan pengembangan ke masa yang akan datang, mengantisipasi tantangan dan kesempatan untuk berkembang melakukan inovasi-inovasi.

**d. Harmonis**

Rasa persaudaraan, rasa kebersamaan menjadi pedoman hidup, menjadikan kenyamanan dan kekompakan dalam bermitra.

**e. Amanah**

Konsisten dan bertindak adil, bersikap tegas dengan rasa tanggung jawab yang besar dengan amanah nasabah.

**f. Kepuasan Nasabah**

Memenuhi kebutuhan nasabah dengan memberikan pelayanan yang terbaik, dengan tetap memperhatikan kepentingan perusahaan, dengan dukungan SDM yang terampil, ramah, senang melayani dan didukung teknologi unggul.

**g. Transparan**

Saling terbuka demi membangun kepercayaan dan keyakinan dengan menjunjung tinggi pelayanan yang terbaik sehingga terbentuk suasana bersih dan berwibawa.

**h. Integritas**

Bertaqwa, penuh dedikasi, jujur, selalu menjaga nama baik, serta taat peraturan yang berlaku

**4. Visi, Misi, dan Motto BPRS Bhakti Sumekar**

a. Visi

Terwujudnya masyarakat yang makin sejahtera dengan dilandasi nilai-nilai agama dan budaya.

b. Misi

Intermediasi antar pelaku ekonomi yang berlebih dengan yang kurang dalam permodalan berdasar syariah.

Membantu melaksanakan pemberdayaan pengusaha ekonomi kecil dan menengah.

Mengupayakan peningkatan Pendapatan Asli Daerah.

c. Motto

“Mitra Dalam Bermuamalah”

## **5. Produk-produk BPRS Bhakti Sumekar**

Produk dan jasa BPRS Bhakti Sumekar dapat dikategorikan menjadi 3 produk dan jasa sebagai berikut:

### **a. Produk Pendanaan**

#### **1) Tabungan Barokah**

Layanan tabungan untuk masyarakat umum sebagai persiapan masa depan dengan prinsip wadi'ah (titipan).

Syarat-Syarat dan Ketentuan :

- a) Diperuntukkan bagi perorangan dan badan usaha
- b) Mengisi formulir Pembukaan Tabungan Barokah
- c) Fotokopi tanda pengenal : KTP, SIM, Paspor (untuk perorangan) dan Fotokopi Akta Pendirian beserta Anggaran Dasar dan Perubahannya (untuk Badan Hukum)
- d) Setoran awal minimal Rp10.000,- dengan saldo tabungan minimal Rp10.000,- dan dana dapat diambil sewaktu-waktu

Keuntungan Bagi Nasabah :

- a) Bonus tabungan kompetitif
- b) Bebas biaya administrasi
- c) Dijamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan

## **2) Tabungan Siswa Barokah**

Layanan simpanan khusus bagi pelajar menggunakan akad wadi'ah

Syarat-Syarat dan Ketentuan :

- a) Penabung mengisi formulir aplikasi data nasabah untuk pembukaan yang diketahui oleh orang tua/guru koordinator siswa.
- b) Penabung melampirkan data nasabah yang meliputi :
  - (1) Kartu Pelajar yang masih berlaku/FC Akta Kelahiran
  - (2) Fotokopi Kartu Keluarga dan Fotokopi KTP orang tua

Keuntungan Bagi Siswa :

- a) Bonus menarik
- b) Tidak dikenakan biaya administrasi
- c) Setiap pembukaan mendapatkan souvenir menarik
- d) Gratis biaya asuransi dengan perlindungan terdiri atas :
  - (1) Jaminan risiko meninggal dunia karena kecelakaan Rp 5 juta
  - (2) Jaminan risiko cacat tetap karena kecelakaan Rp 5.5 juta
  - (3) Jaminan risiko biaya pengobatan akibat kecelakaan Rp500 rb
  - (4) Santunan biaya rawat inap per hari Rp 75 ribu maksimum 7 hari dalam setahun

## **3) Tabungan SIMPEL**

Layanan tabungan untuk pelajar baik siswa/i yang merupakan program dari pemerintah.

Manfaat Tabungan SIMPEL

- a) Edukasi Gemar menabung sejak usia dini.
- b) Tabungan terencana untuk persiapan masa depan.

- c) Bebas biaya bulanan.
- d) Dijamin oleh LPS (Lembaga Penjamin Simpanan).

#### Ketentuan Tabungan SIMPEL

- a) Setoran awal mulai dari Rp. 1.000,-
- b) Setoran selanjutnya minimal Rp, 1.000,-
- c) Dana bisa diambil sewaktu-waktu
- d) Sisa saldo tabungan minimal Rp. 1.000,-

#### Persyaratan Tabungan SIMPEL

- a) Diperuntukkan bagi perorangan yang berstatus pelajar baik siswa/i.
- b) Mengisi formulir pembukaan rekening tabungan.
- c) Foto copy tanda pengenal seperti: KTP, Kartu Pelajar/Akta Kelahiran/KK (Kartu Keluarga).

#### **4) Tabungan Qurban**

Layanan tabungan untuk masyarakat umum sebagai persiapan dana Qurban di Hari Raya Idul Adha dengan prinsip mudharabah (bagi hasil).

#### Syarat-Syarat dan Ketentuan :

- a) Diperuntukkan bagi perorangan
- b) Fotocopy dientitas diri; KTP, SIM atau Paspor yang masih berlaku
- c) Setoran awal minimal Rp. 100.000
- d) Saldo tabungan minimal Rp. 50.000

### **5) Tabungan Haji Barokah**

Layanan tabungan untuk membantu masyarakat dalam merencanakan ibadah haji.

Syarat-Syarat dan Ketentuan :

- a) Diperuntukkan bagi perorangan
- b) Fotokopi tanda pengenal : KTP, SIM, Paspor yang masih berlaku
- c) Setoran awal minimal Rp100.000,-

### **6) Tabungan Umroh**

Layanan tabungan untuk membantu masyarakat dalam merencanakan ibadah umroh.

Syarat-Syarat dan Ketentuan :

- a) Diperuntukkan bagi perorangan
- b) Fotokopi tanda pengenal : KTP, SIM, Paspor yang masih berlaku
- c) Setoran awal minimal Rp100.000,-

### **7) Deposito Mudharabah**

Layanan simpanan berupa deposito berjangka untuk masyarakat umum yang ingin menginvestasikan dana sebagai persiapan masa depan dengan prinsip mudharabah (bagi hasil).

Syarat-Syarat dan Ketentuan :

- a) Nilai Nominal Deposito minimum Rp1.000.000,-
- b) Jangka waktu deposito : 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan dan 12 bulan
- c) Deposito Mudharabah tidak dapat dipindah tangankan
- d) Fotokopi identitas diri (untuk perorangan) dan Fotokopi Akta Pendirian beserta Anggaran Dasar dan Perubahannya (untuk Badan Hukum)

e) Fotokopi ijin usaha dan NPWP (untuk Badan Hukum)

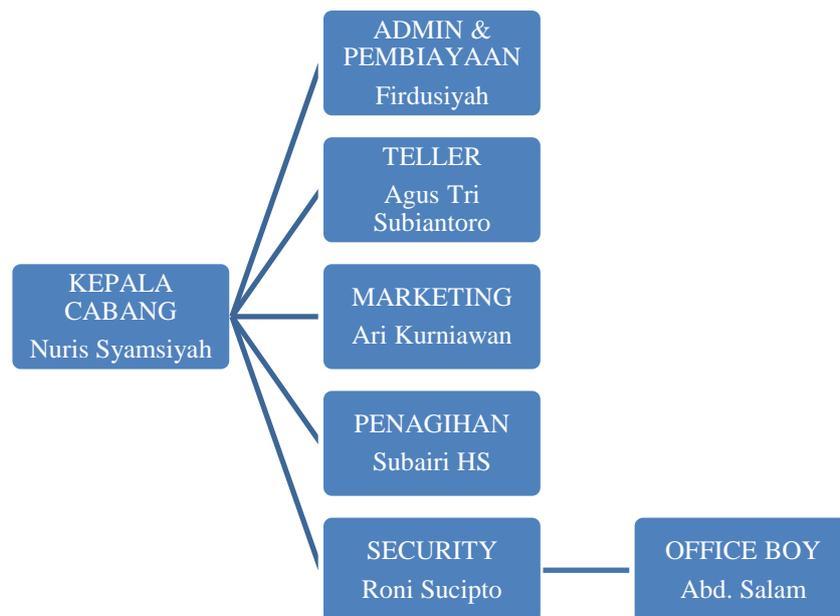
Keuntungan Bagi Nasabah :

- a) Bagi hasil kompetitif sesuai nisbah yang disepakati
- b) Dapat digunakan sebagai jaminan pembiayaan
- c) Dapat diperpanjang otomatis (Automatic Roll Over)
- d) Dijamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan

## 6. Struktur Organisasi BPRS Bhakti Sumekar

**Gambar 2**

Struktur Organisasi BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pratama Bandaran Pamekasan



Sumber: Data penelitian, Dokumen Bank BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pratama Bandaran Pamekasan 2022

### a. Pimpinan cabang

Tugas dan fungsinya adalah:

- 1) Mengendalikan seluruh sistem operasional perusahaan.
- 2) Menentukan arah kebijakan perusahaan cabang.
- 3) Melakukan pembinaan kepada karyawan.

b. Admin

Tugas dan Fungsinya adalah:

- 1) Melaksanakan dan mengendalikan sistem operasional pembiayaan.
- 2) Melaksanakan pengawasan terhadap pembiayaan.
- 3) Melakukan pelaporan akuntansi terhadap pihak terkait.

c. Admin gadai

Tugas dan fungsinya adalah:

- 1) Melayani nasabah untuk transaksi gadai dan penebusan barang gadai sesuai dengan aturan yang di tetapkan.
- 2) Melaksanakan dan bertanggungjawab atas transaksi gadai yang di proses berdasarkan intruksi nasabah dan kebajikan aturan yang elah di tetapkan.

d. Teller

Tugas dan fungsinya adalah:

- 1) Membantu melayani nasabah dalam hal menerima setoran, penarikan uang dan transaksi lainnya yang berhubungan dengan bank yang dilakukan dalam *counter teller*.
- 2) Mencatat transaksi, yang melibatkan pencatatan cek dan menyiapkan transaksi.

## **B. Paparan Data**

### **1. Penerapan *Direct Marketing* pada BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pratama Bandaran dalam Menghimpun Dana**

BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pratama Bandaran Pamekasan merupakan kantor cabang yang terletak di Kecamatan Tlanakan, dan kantor cabang ini

merupakan salah satu kantor cabang yang menghasilkan peningkatan DPK secara pesat dari tahun ke tahun, metode pemasaran yang dilakukan adalah menerapkan *Direct Marketing* atau pemasaran langsung kepada nasabah guna lebih interaktif kepada calon nasabah, dan juga lebih optimal ketika menawarkan produk-produk terhadap nasabah, metode *Direct Marketing* menurut Bapak Ari Kurniawan adalah:

“Metode pemasaran langsung sangat bermanfaat bagi kelangsungan lembaga atau organisasi yang berkaitan dengan lembaga pemasaran, karena dengan menerapkan metode pemasaran langsung pihak pemasar lebih mudah memasarkan produknya karena bertatap muka langsung dengan calon nasabah, dan juga mempermudah calon nasabah agar lebih memahami produk-produk yang ada di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pratama Bandaran Pamekasan ini.<sup>1</sup>”

Metode *Direct Marketing* yang sering dilakukan oleh BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pratama Bandaran Pamekasan adalah menerapkan metode pemasaran *word of mouth* (mulut ke mulut) dan metode pemasaran tatap muka, karena dengan cara berbicara langsung dengan nasabah, pihak pemasar lebih gampang dan lebih efisien ketika mempromosikan produk-produknya dan *word of mouth* ini bisa melalui media telpon atau HP, sedangkan pemasaran tatap muka adalah bertatap muka langsung dengan calon nasabah, dan kedua metode ini sangat berhubungan karena ketika pihak pemasar bertemu langsung dengan calon nasabah, ada beberapa pihak nasabah yang meminta nomer telpon kantor agar bisa menindak lanjuti ketika berminat dengan produk yang telah dipromosikan, seperti yang dijelaskan oleh Bapak Ari Kurniawan:

“Metode pemasaran yang sering kami gunakan adalah metode melalui media telfon, dan tatap muka langsung dengan nasabah, karena dengan cara berinteraksi langsung dengan nasabah kami bisa mempromosikan

---

<sup>1</sup> Ari Kurniawan, Staf Marketing, PT. BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pratama Bandaran Pamekasan; Wawancara langsung, (Rabu, 12 Januari 2022).

produk-produk kami dengan optimal, sehingga banyak calon nasabah yang tertarik dengan produk yang kami promosikan itu, juga ada beberapa nasabah yang tidak langsung mau menjadi nasabah kami, akan tetapi mereka meminta nomer yang bisa dihubungi, dan Alhamdulillah banyak juga nasabah menggunakan media telfon untuk menjadi nasabah kami.<sup>2</sup>”

Hal lain juga dipaparkan oleh Bapak Agus Tri Subiantoro selaku Teller di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pratama Bandaran Pamekasan:

“Sebenarnya pemasaran menggunakan sosial media lebih efektif dari penjualan tatap muka, karena dengan menggunakan sosial media semua penjuror bisa mengetahui produk terbaru atau hal-hal baru yang ada di BPRS Bhakti Sumekar, akan tetapi ternyata menggunakan metode tatap muka lebih menguntungkan bagi kami, karena dengan metode tersebut kami bisa mencapai target kami.<sup>3</sup>”

Akad yang digunakan oleh BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pratama Bandaran Pamekasan ketika ingin menjadi nasabah adalah menggunakan akad *wadi'ah*/titipan, karena pihak BPRS adalah pihak yang menerima titipan murni dari nasabah, sebagaimana telah dipaparkan oleh Bapak Ari Kurniawan selaku Staf Marketing di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pratama Bandaran Pamekasan:

“Akad yang kami terapkan ketika hendak menjadi nasabah adalah akad *wadi'ah* atau titipan murni, karena kami memang lembaga yang tugasnya mengelola keuangan nasabah, baik nasabah tersebut hanya menabung atau menjadi deposit di kantor kami.<sup>4</sup>”

Penjelasan-penjelasan dari karyawan BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pratama Bandaran tersebut didukung dengan penjelasan dari nasabah yang berhasil saya wawancarai yaitu ibu Maliyah yang merupakan nasabah yang menjelaskan bahwa:

“Karyawan BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pratama Bandaran melakukan pemasaran secara langsung yaitu dengan mendatangi kami sebagai calon

---

<sup>2</sup> Ibid.

<sup>3</sup> Agus Tri Subiantoro, Teller, BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pratama Bandaran Pamekasan; Wawancara langsung, (Rabu, 12 Januari 2022).

<sup>4</sup> Ari Kurniawan, Staf Marketing, BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pratama Bandaran Pamekasan; Wawancara langsung, (Rabu, 12 Januari 2022).

nasabah dengan menawarkan segala produk yang ada di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pratama Bandaran, mereka menawarkan produk-produknya dengan jelas dan dengan sopan, sehingga kami mudah untuk memahami dan tertarik untuk menjadi nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pratama Bandaran”.

Berdasarkan hasil observasi di lapangan, para karyawan BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pratama Bandaran terutama bagian marketing dan tim *funding* mendatangi para nasabah dan calon nasabah seminggu sekali. Hal ini dapat diketahui dari petikan catatan lapangan berikut:

Karyawan bagian marketing dan tim *funding* mendatangi para nasabah dan calon nasabah seminggu sekali setiap hari Kamis untuk melakukan penagihan tabungan kepada para nasabah, ataupun sekedar melakukan pemasaran dan mempromosikan produk-produknya. Para nasabah sangat merasa terbantu dan merasa nyaman dengan adanya pemasaran langsung ini, bukan hanya karena keramahan para staf dalam melakukan pemasaran, tapi juga karena para nasabah tidak usah repot untuk mendatangi kantor BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pratama Bandaran, karena rata-rata para nasabah memiliki kesibukan masing-masing yang sangat padat.<sup>5</sup>

## **2. Faktor-faktor Penghambat dan Pendorong dalam Penerapan *Direct***

### ***Marketing***

Meskipun BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pratama Bandaran Pamekasan merupakan salah satu kantor cabang yang menghasilkan DPK terbanyak setiap tahunnya, tentunya BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pratama Bandaran Pamekasan juga mengalami kesulitan-kesulitan atau hambatan yang dialami, seperti yang diungkapkan oleh Bapak Ari Kurniawan adalah sebagai berikut:

---

<sup>5</sup> Hasil observasi di kantor BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pratama Bandaran Pamekasan (Rabu, 12 Januari 2022)

“Kesulitan dalam bidang pemasaran, termasuk pemasaran langsung yang kami terapkan adalah ketika kami menghampiri nasabah dan nasabah tersebut ternyata merasa terganggu dengan kedatangan kami dan belum bersedia untuk didatangi, maka dari hal itu kami sangat ekstra hati-hati ketika menghampiri nasabah yang berkaitan, tentunya kami menghampiri mereka dengan ucapan salam serta tutur kata yang baik dan sopan, agar ketika nasabah yang kami hampiri tidak merasa terganggu dengan kedatangan kami<sup>6</sup>”

BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pratama Bandaran Pamekasan ketika menghampiri calon nasabah harus mengetahui terlebih dahulu tentang kondisi nasabah, agar supaya nanti kesannya tidak mengganggu para pihak calon nasabah, sama seperti yang dikatakan oleh Bapak Ari Kurniawan:

“Ketika kami menghampiri calon nasabah yang berkaitan kami selalu melihat situasi dan kondisi calon nasabah, misalnya di lingkungan pasar, karena kantor kami kebetulan berada di lingkungan pasar, ketika calon nasabah kelihatannya sibuk sekali dengan aktivitasnya, kami urungkan waktu dulu untuk tidak menghampirinya dan menghampiri nasabah lain yang bisa kita jumpai, akan tetapi target yang sebelumnya tetap akan kita datangi ketika yang bersangkutan terlihat tidak sibuk, karena hal ini juga merupakan etika kantor kami ketika akan menghampiri para calon nasabah.<sup>7</sup>”

Selain hambatan yang datang dari nasabah, hambatan juga karna kurangnya cabang madya yang ada di Kabupaten Pamekasan

“Yang menjadi hambatan kami di sini juga karna kurangnya kantor cabang madya yang ada di Kabupaten Pamekasan, tidak seperti di Kabupaten Sumenep, BPRS Bhakti Sumekar di Kabupaten Sumenep memiliki kantor cabang madya di setiap kecamatan<sup>8</sup>”

Namun di sisi lain juga ada faktor-faktor yang menjadi pendorong yang membuat para staf lebih mudah untuk menerapkan *direct marketing*, yaitu karena produk-produk yang dimiliki BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pratama Bandaran lebih murah dibandingkan dengan lembaga keuangan yang lain.

---

<sup>6</sup> Ari Kurniawan, Staf Marketing, BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pratama Bandaran Pamekasan; Wawancara langsung, (Rabu, 12 Januari 2022).

<sup>7</sup> Ari Kurniawan, Staf Marketing, BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pratama Bandaran Pamekasan; Wawancara langsung, (Rabu, 12 Januari 2022).

<sup>8</sup> *Ibid.*

”Yang membuat kami lebih mudah untuk memasarkan produk, yaitu karna produk-produk di sini murahanya berani diadu dengan produk-produk di lembaga keuangan yang lain”<sup>9</sup>

Penjelasan-penjelasan dari karyawan BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pratama Bandaran tersebut didukung dengan penjelasan dari nasabah yang berhasil peneliti wawancarai yaitu ibu Maimunah yang merupakan nasabah yang menjelaskan bahwa:

“Karyawan BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pratama Bandaran mendatangi kami di manapun kami berada ketika ingin menabung ataupun ketika pembayaran dengan menghubungi kami terlebih dahulu melalui telpon, biasanya apabila kami tidak bersedia untuk didatangi, mereka akan menunggu sampai kami bersedia ataupun ketika tidak sibuk, namun apabila untuk pembayaran kami diberi perhatian untuk segera membayar”. Begitu juga dengan penjelasan ibu Hanifah yang merupakan nasabah

tabungan menjelaskan bahwa:

“Karyawan BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pratama Bandaran tidak selalu memaksa kami untuk selalu menabung atau menargetkan nominal uang yang harus kami tabung, dan pelayanan yang diberikan oleh para karyawan sangat baik dan sopan, dengan menghampiri kami seminggu sekali untuk menanyakan kepada kami apakah kami ingin menabung atau tidak, sehingga kami sebagai nasabah tidak perlu repot-repot untuk menabung dengan mendatangi kantor BPRS, maka dengan begitu kami merasa nyaman dan puas dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pratama Bandaran.”

Berdasarkan hasil observasi di lapangan, hambatan yang dialami oleh para karyawan BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pratama Bandaran dalam melakukan pemasaran secara langsung adalah nasabah yang tidak bisa diganggu dengan kesibukan yang dimilikinya, sedangkan pendorong karyawan BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pratama Bandaran dalam melakukan pemasaran secara langsung adalah karena murahanya produk yang ada di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pratama Bandaran. Hal ini dapat diketahui dari petikan catatan lapangan berikut:

---

<sup>9</sup> *Ibid.*

Karyawan BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pratama Bandaran bagian marketing seringkali gagal untuk mendatangi seorang nasabah karena karyawan bagian marketing takut jika mereka mengganggu kesibukan seorang nasabah, untuk menghindari hal tersebut karyawan mengurungkan niat untuk mendatangi nasabah tersebut dan mendatanginya di lain hari.

Sedangkan pendorong karyawan dalam melakukan pemasaran yaitu karena murahnya produk yang ada di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pratama Bandaran sehingga para karyawan tidak terlalu sulit untuk memasarkan produk-produknya. Salah satu produk termurah yang ada di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pratama Bandaran yaitu produk gadai emas, karena produk gadai emas di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pratama Bandaran memiliki fee pembiayaan yang lebih murah dibandingkan dengan bank dan lembaga keuangan lainnya, produk gadai emas ini juga menjadi produk unggulan di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pratama Bandaran. Selain produk gadai emas, produk deposito di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pratama Bandaran memiliki bagi hasil yang lebih besar dibandingkan dengan bank dan lembaga keuangan lainnya dan tidak ada biaya pinalti.<sup>10</sup>

### **C. Temuan Penelitian**

1. *Direct Marketing* atau pemasaran langsung yang sering diterapkan oleh BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pratama Bandaran Pamekasan dalam menghimpun dana adalah metode direct marketing jenis *word of mouth* dan metode tatap muka langsung dengan calon nasabah.
2. Kesulitan dalam menerapkan metode *direct marketing* adalah ada sebagian calon nasabah yang merasa terganggu dan belum siap untuk

---

<sup>10</sup> Hasil observasi di Pasar Bandaran dan kantor BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pratama Bandaran Pamekasan (Rabu, 12 Januari 2022)

didatangi oleh para pihak pemasar dari BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pratama Bandaran Pamekasan. Kesulitan berikutnya yaitu karena kurangnya kantor cabang madya yang ada di Kabupaten Pamekasan.

3. Pendorong dalam menerapkan *direct marketing* adalah karena produk yang ada di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pratama Bandaran lebih murah dibandingkan dengan produk-produk yang ada di lembaga keuangan lain.

#### **D. Pembahasan**

1. Penerapan *Direct Marketing* pada BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pratama Bandaran dalam Menghimpun Dana

Di dalam suatu lembaga keuangan seperti halnya dunia perbankan tidak akan pernah terlepas dari pihak marketing atau pemasar, karena tanpa adanya pemasaran yang efektif, suatu lembaga tersebut tidak akan pernah optimal dalam pencapaian targetnya, tentunya di dalam dunia perbankan mempunyai metode atau cara tersendiri di dalam memasarkan produknya, seperti yang dilakukan oleh BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pratama Bandaran Pamekasan dalam meningkatkan penghimpunan dana pihak ketiga, lembaga ini menggunakan metode pemasaran langsung sebagai senjata untuk membuat calon nasabah tertarik di dalam memilih produknya, dan metode *Direct Marketing* merupakan metode yang tepat di dalam memasarkan suatu produk dengan konsumen individual yang ditargetkan secara seksama untuk meraih respons segera dan membangun hubungan pelanggan yang langgeng. Pemasar langsung berkomunikasi langsung dengan pelanggan. Sering secara satu-satu, berbasis interaktif dengan database yang rinci mereka menghantarkan dan komunikasi

terhadap kebutuhan segmen yang didefinisikan secara sempit atau bahkan pembeli individu.<sup>11</sup>

BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pratama Bandaran Pamekasan di dalam menargetkan calon nasabah adalah dengan cara merencanakan terlebih dahulu siapa target yang akan dikunjungi, meskipun terkadang ada salah satu tempat yang bisa dijadikan target meskipun tempat itu sebelumnya tidak ada di dalam perencanaan, karena sistem target nasabah yang dilakukan oleh BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pratama Bandaran Pamekasan adalah siapapun yang sekiranya di tempat tersebut mempunyai peluang banyak untuk memasarkan produk yang ada di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pratama Bandaran Pamekasan.

Saat bertemu dengan calon nasabah, pihak marketing tentunya tidak langsung mempromosikan produknya, akan tetapi mereka harus melihat situasi dan kondisi calon nasabah yang bersangkutan, agar calon nasabah tidak merasa terganggu dengan kedatangan pihak marketing, ketika calon nasabah tidak keberatan dengan kedatangan pihak marketing, maka pihak marketing memulai pembicaraannya terlebih dahulu dengan meminta maaf apabila mengganggu pihak calon nasabah yang bersangkutan, setelah itu mereka mempromosikan produk-produk yang ada di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pratama Bandaran Pamekasan dengan baik dan telaten, metode *direct marketing* ini adalah jenis metode tatap muka, yang mana jenis metode tatap muka merupakan metode pemasaran langsung bertatap muka dengan calon pembeli, dan metode ini adalah metode yang sering digunakan oleh BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pratama Bandaran Pamekasan.

---

<sup>11</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2008), 221

Metode yang juga sering diterapkan oleh pihak marketing di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pratama Bandaran Pamekasan selain metode tatap muka langsung dengan nasabah adalah metode *word of mouth* (mulut ke mulut), yang mana metode ini adalah pihak marketing bicara langsung dengan calon nasabah melalui telfon atau media lainnya, setelah itu calon nasabah menyampaikannya kepada teman atau calon nasabah yang lain,<sup>12</sup> dan metode mulut ke mulut ini sangat membantu nasabah ketika kebingungan dengan masalah produk yang tidak dimengerti tanpa harus bertemu langsung dengan pihak marketing di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pratama Bandaran Pamekasan.

Metode *direct marketing* yang sering dilakukan oleh BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pratama Bandaran Pamekasan adalah jenis metode tatap muka dan metode *word of mouth*, karena kedua metode ini sangat bersangkutan satu sama lain, ketika dalam metode tatap muka nasabah tidak puas, maka pihak calon nasabah akan menelfon pihak marketing tersebut agar lebih paham terhadap produk-produk yang ada di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pratama Bandaran Pamekasan, dan dengan kedua metode tersebut nasabah bisa lebih puas menyampaikan langsung pertanyaan-pertanyaan atau hal hal lain yang tidak dimengerti terkait produk yang dipasarkan, dan pihak marketing juga merasa mudah di dalam produk-produk yang dipasarkan karena sudah bertatap muka langsung dengan nasabah, atau berbicara melalui via telfon.

BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pratama Bandaran Pamekasan mempunyai target tertentu di dalam pencapaian Dana Pihak Ketiga (DPK) atau pembiayaan, dan dengan melakukan metode *direct marketing* tersebut dengan optimal, BPRS

---

<sup>12</sup> Ibid, 227

Bhakti Sumekar Cabang Pratama Bandaran Pamekasan bisa mencapai target sesuai dengan perencanaan.

## 2. Faktor-faktor Penghambat dan Pendorong dalam Penerapan *Direct Marketing*

Metode *direct marketing* merupakan jenis pemasaran langsung yang menggunakan beberapa media sebagai alat komunikasi dalam menyampaikan produk-produk terhadap calon nasabah, menggunakan media iklan atau online marketing merupakan cara yang paling efektif dalam memasarkan suatu produk, karena dengan menggunakan media suatu perusahaan bisa meminimalisir biaya pengeluaran transportasi dan pengeluaran lainnya,<sup>13</sup> ternyata hal ini berbanding terbalik dengan apa yang dilakukan oleh pihak marketing di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pratama Bandaran Pamekasan, mereka lebih sering menggunakan *metode direct marketing* jenis tatap muka dan word of mouth di dalam mempromosikan produk-produknya, karena menurut mereka bertemu langsung dengan nasabah atau berkomunikasi langsung dengan nasabah dapat membuat nasabah lebih yakin untuk memilih produk yang mereka pasarkan, dibandingkan dengan mereka mengandalkan media online sebagai alat pemasar, karena BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pratama Bandaran Pamekasan ini merupakan lembaga kecil yang berada di lingkungan pasar, dan hal ini sangat bermanfaat sekali untuk mempromosikan produk-produk melalui pasar.

---

<sup>13</sup> Selvia Nuriasari, *Tinjauan Tentang Manajemen dalam Islam*

Kesulitan yang dialami oleh pihak marketing di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pratama Bandaran Pamekasan di dalam melakukan metode tatap muka langsung dengan nasabah adalah ada sebagian calon nasabah yang merasa terganggu aktivitasnya dengan kedatangan pihak marketing, setelah diamati oleh pihak marketing adalah ternyata ada sebagian calon nasabah yang memang tidak mau menerima kedatangan dari pihak marketing meskipun mereka dalam keadaan santai dan tidak sibuk. Begitu juga dengan metode *word of mouth* melalui media telfon, pihak marketing sangat berhati-hati ketika menerima telfon atau melakukan telfon keluar terhadap calon nasabah, karena ketika pihak marketing salah sasaran maka akan timbul citra negatif dari calon nasabah, seperti mereka merasa terganggu dengan adanya telfon masuk dari pihak yang tidak dikenal, atau ketika menerima telfon dari calon nasabah, pihak marketing harus ekstra hati-hati dalam berkomunikasi dengan calon nasabah, karena sifat dan karakter nasabah berbeda-beda.

Namun dari banyaknya kesulitan yang dialami oleh tim *funding* atau staf marketing masih ada pendorong yang dapat mempermudah untuk melakukan pemasaran, yaitu karena produk yang dimiliki oleh BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pratama Bandaran lebih murah dibanding lembaga keuangan yang lain, apalagi jika dibandingkan dengan lembaga keuangan konvensional.