

BAB IV

PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN, DAN PEMBAHASAN

A. Profil KSPPS BMT Nuansa Umat Cabang Galis Pamekasan

1. Sejarah BMT

BMT (bait al-maal wa tamwil) adalah badan usaha mikro yang tumbuh atas prakarsa dan modal awal masyarakat setempat yang kegiatan operasionalnya berdasarkan prinsip bagi hasil, BMT keberadaannya memiliki peranan penting terhadap perekonomian umat islam, berdiri dalam rangka mengangkat martabat, derajat, dan membela kepentingan kaum fakir miskin.⁸³

Tahun 2004 awal berdirinya BMT NU berangkat dari keprihatinan pengurus MWC NU Gapura atas kondisi masyarakat Sumemep pada umumnya dan masyarakat Gapura khususnya atas praktek rentenir yang semakin merajalela, mencekik usaha masyarakat sehingga sulit berkembang karena bunga yang dibebankan terlalu besar yaitu sebesar 50% perbulan. Diawal berdirinya BMT NU, para pengurus banyak sekali mengalami hambatan utamaya dalam usaha meyakinkan seluruh pendiri BMT NU, dari 36 anggota hanya 22 orang yang bersedia membayar simpanan anggota, sehingga hanya terkumpul modal sebesar Rp. 400.000.- (Empat Ratus Ribu Rupiah) waktu itu. Namun dengan tekad kuat dari para pengurus, di akhir tahun 2006 terlihat perkembangan BMT NU yang sangat signifikan. Seiring dengan perkembangan BMT NU yang semakin pesat, pengurus kemudian melengkapi legal formalnya, sehingga pada tanggal 4 Mei 2007 secara resmi BMT NU terdaftar sebagai sebuah koperasi yang diakui oleh pemerintah dengan akte notaris Nomor.10 Badan Hukum: 1884/11/BH/XVI.26/435.133/2007, TDP: 132125200588, dan NPWP:

⁸³ Administrator, "BMT NU Jawa Timur", BMT NU Jawa Timur, diakses dari <https://bmtnujatim.com>, pada senin 06 februari 2023 pukul 10.15 WIB

pemerintah dengan akte notaris Nomor.10 Badan Hukum: 1884/11/BH/XVI.26/435.133/2007, TDP: 132125200588, dan NPWP: 02559962.4-608.000 dengan nama Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) Baitul Maal wat Tamwil Nuansa Umat yang di Singkat BMT NU.⁸⁴

Pendirian BMT di Desa Ponteh berawal dari kegelisahan MWC NU Galis terhadap ekonomi warga NU yang mayoritas kecil, melihat kondisi tersebut maka MWC NU Galis dengan segera mengadakan rapat plano untuk membahas pendirian BMT. Tahun 2015 MWC NU melakukan studi banding ke BMT NU Cabang Pragaan, Bulan Maret MWC NU melakukan studi banding ke BMT NU Pusat, akhirnya menerima kunjungan balasan dari BMT NU Pusat, dan terjadi kesepakatan pendirian sebuah BMT di Desa Ponteh Kecamatan Galis Pamekasan. MWC NU Galis Pamekasan bersama BMT NU Gapura meyeepakati pendirian BMT NU di Desa Ponteh Kecamatan Galis dengan Nama KSPPS BMT Nuansa Umat Cabang Galis Pamekasan, diresmikan pada 31 Mei 2015 dan beroperasi pada tanggal 02 Juni 2015 dengan Modal awal sebesar Rp. 25.000.000,- (Dua Puluh Lima Juta Rupiah).⁸⁵

2. Visi, Misi, Tujuan, Budaya Kerja, Prinsip Kerja, dan Motto KSPPS

BMT Nuansa Umat Cabang Galis Pamekasan

KSPPS BMT NU Cabang Galis Pamekasan merupakan lembaga keuangan syariah non bank, dimana dalam menjalankan kegiatan operasionalnya, KSPPS BMT NU Cabang Galis Pamekasan adalah sebagai berikut ini:

⁸⁴ Ibid, senin 06 februari 2023 pukul 10.15 WIB

⁸⁵ Administrator, "BMT NU Jawa Timur", BMT NU Jawa Timur, diakses dari <https://bmtnujatim.com>, pada senin 06 februari 2023 pukul 10.15 WIB

a. Visi KSPPS BMT NU Cabang Galis Pamekasan

Terwujudnya KSPPS BMT NU Cabang Galis Pamekasan yang jujur, amanah, dan professional sehingga anggun dalam layanan, unggul dalam kinerja menuju terbentuknya 100 kantor cabang pada tahun 2026 untuk kemandirian dan kesejahteraan anggota.

b. Misi KSPPS BMT NU Cabang Galis Pamekasan

- 1) Memberikan layanan prima, bina usaha dan solusi kepada anggota sebagai pilihan utama.
- 2) Menerapkan dan mengembangkan nilai-nilai syariah secara murni dan konsekuen sehingga menjadi acuan tata kelola usaha yang professional dan amanah.
- 3) Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan yang berkesinambungan menuju berdirinya 100 kantor cabang pada tahun 2026.
- 4) Mengutamakan penghimpunan dana atas dasar ta'awun baik dan penyaluran pembiayaan pada segmen UMKM baik secara perseorangan maupun berbasis jamaah.
- 5) Mewujudkan penghimpunan dan penyaluran zakat, infaq, shodaqoh, dan wakaf.
- 6) Menyiapkan dan mengembangkan SDI yang berkualitas, professional, dan memiliki integritas tinggi.
- 7) Mengembangkan budaya dan lingkungan kerja yang ramah dan sehat serta management yang sesuai dengan prinsip kehati-hatian.

- 8) Menciptakan kondisi terbaik bagi SDI sebagai tempat kebanggaan dalam mengabdikan tanpa batas dan melayani dengan ikhlas sebagai perwujudan ibadah.

c. Tujuan

Meningkatkan kesejahteraan bersama dengan berbagi keuntungan melalui kegiatan ekonomi yang menaruh perhatian pada nilai-nilai dan kaidah-kaidah muamalah syar'iyah yang memegang teguh keadilan, keterbukaan dan kehati-hatian

d. Budaya kerja

- 1) *Siddiq* (Menjaga martabat dan integritas)
- 2) *Amanah* (Terpercaya dengan penuh tanggung jawab)
- 3) *Fathonah* (Professional dalam bekerja)
- 4) *Tabligh* (Bekerja dengan penuh keterbukaan)
- 5) *Istiqomah* (Konsisten menuju kesuksesan)

e. Prinsip kerja

- 1) Jujur (Menedepankan kejujuran dan kebenaran dalam bersikap, bekerja, dan bertingkah laku)
- 2) Giat (Menedepankan tugas dan tanggung jawab diatas kepentingan pribadi serta bekerja sepenuh hati dan waktu)
- 3) Ikhlas (Menedepankan nilai-nilai ibadah kepentingan umat dan tanpa pamrih dalam bekerja dan berjuang)⁸⁶

f. Motto

⁸⁶ Administrator, "BMT NU Jawa Timur", BMT NU Jawa Timur, diakses dari <https://bmtnujatim.com>, pada senin 06 februari 2023 pukul 10.15 WIB

Dengan adanya motto yang dibangun oleh KSPPS BMT Nuansa Umat Cabang Galis Pamekasan dapat memberikan semangat bagi anggota. Adapun motto KSPPS BMT Nuansa Umat ialah: “Menebar Manfaat Berbagi Keuntungan”

3. Struktur Organisasi BMT Nuansa Umat Cabang Galis Pamekasan

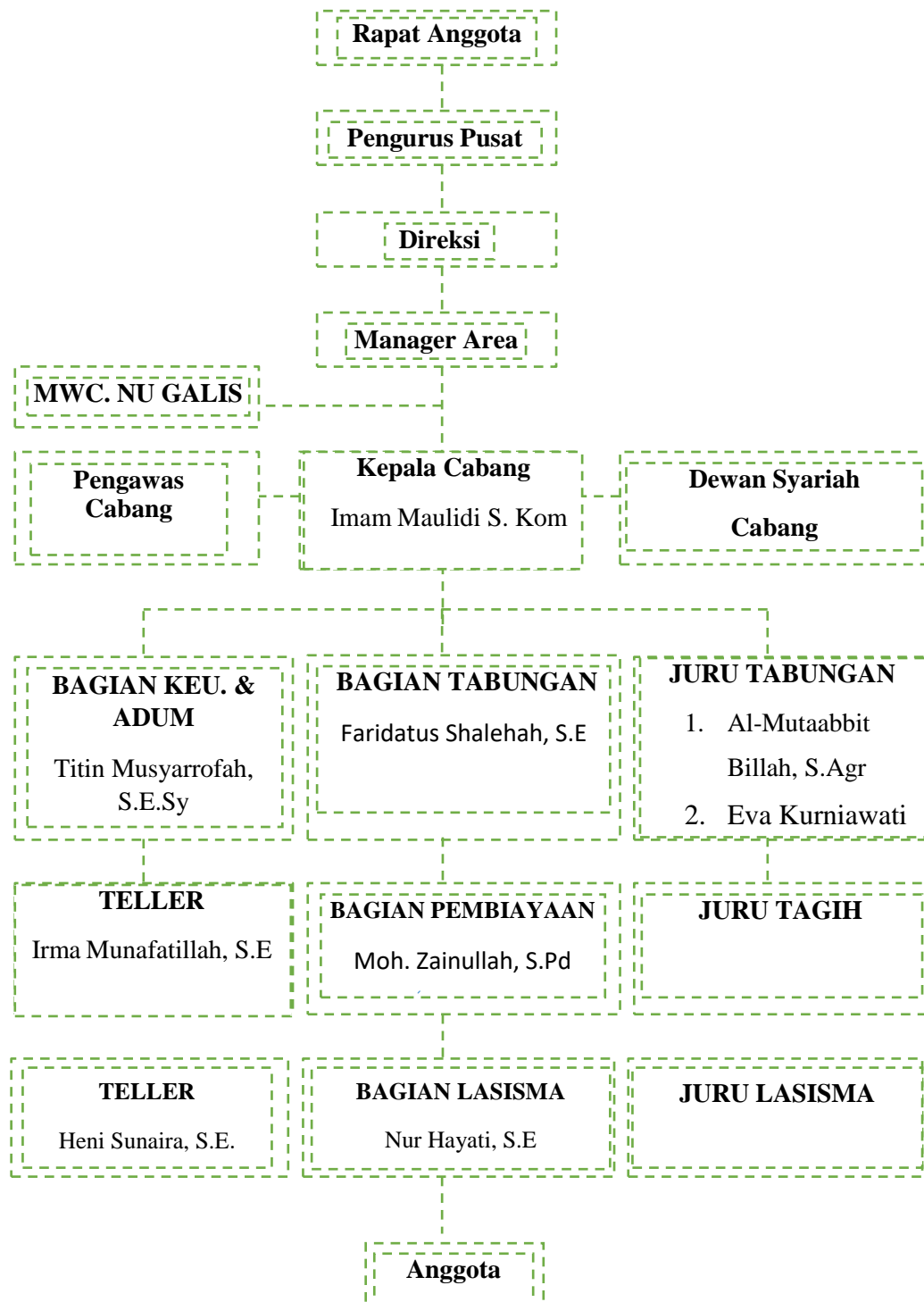
Struktur organisasi ialah kerangka kerja organisasi dalam upaya alokasi sumber daya organisasi yang berkenaan dengan sumber daya yang dimiliki, pembagian kerja dan keseluruhan kerja yang bisa dikomunikasikan.⁸⁷ Adapun struktur organisasi seperti berikut:

Gambar 1.4

Struktur Organisasi KSPPS BMT NU Cabang Galis

Pamekasan

⁸⁷ Machmoed Effendhie, Modul 1: Pengantar Organisasi, Organisasi Tata Lakasana dan Lembaga Kearsipan, 2016, 28



Sumber: Admin KSPPS BMT NU Cabang Galis Pamekasan

4. Produk KSPPS BMT Nuansa Umat Cabang Galis Pamekasan

a. Produk Tabungan

- 1) Simpanan Anggota (SIAGA)
- 2) Tabungan Mudharabah (TABAH)
- 3) Simpanan Berhadiah
- 4) Simpanan Pendidikan Fathonah
- 5) Simpanan Haji Sejahtera
- 6) Tabunagan Ukhrawi
- 7) Simpanan Berjangka Mudharabah
- 8) Simpanan Lebaran

Simpanan yang dapat mempermudah anda memenuhi kebutuhan Lebaran dengan memperoleh keuntungan dari bagi hasil sebesar 55% menggunakan akad mudharabah muthalaqah dengan setoran awal Rp. 25.000 dan setoran selanjumya Minimal Rp. 5000. Setoran kapan saja dan penarikan hanya bisa dilakukan setiap Bulan Ramadhan

b. Produk Pembiayaan

- 1) Al-Qardlul Hasan
- 2) Murabahah dan Bai' Bitsamanil Ajil (BBA)
- 3) Mudharabah dan Musyarakah
- 4) Gadai atau Rahn
- 5) Pembiayaan Hidup Sehati
- 6) Layanan Berjamaah

c. Produk Jasa

- 1) Layanan Jasa Antar Jemput Tabungan dan Pembiayaan

2) Aplikasi Mobile BMT NU dan BMT NU-Q

5. SOP Devisi (Job Description) KSPPS BMT NU Cabang Galis

Pamekasan

Job Description adalah uraian informasi tertulis berkenaan dengan hal tugas dan tanggung jawab, kondisi, hubungan dan aspek-aspek kerja dalam organisasi. Uraian pekerjaan harus jelas serta mudah untuk dipahami setiap karyawan. Adapun uraian pekerjaan karyawan KSPPS BMT NU Cabang Galis Pamekasan sebagaimana tabel berikut:

Tabel. 1.4

SOP Devisi KSPP Syariah BMT NU Cabang Galis

No	Jabatan	Tugas dan Tanggung Jawab
1	Kepala Cabang	<ul style="list-style-type: none"> a. Menyusun visi, misi dan nilai-nilai serta rencana strategis dalam bentuk rencana kerja dan rencana bisnis (Business Plan) b. Memimpin jalannya kantor cabang BMT NU secara Profesional dan Amanah. c. Mengawasi dan memonitoring tugas-tugas devisi pembiayaan dan keuangan. d. Bertanggung Jawab terhadap Kinerja kantor cabang KSPP Syariah BMT NU baik secara Intern maupun eksteren. e. Memproses Rekrutmen dan Pemberhentian Anggota.

		<p>f. Menjaga kelangsungan dan pengembangan usaha kantor cabang KSPPS BMT NU yang telah ditetapkan oleh Pengurus pusat.</p> <p>g. Melaksanakan Program Kerja dan RAPB sesuai dengan AD/ART dan kesepatan RA.</p>
2	Bagian Pemasaran	<p>a. Mengusahakan tercapainya pemasaran ProdukProduk Simpanan/Tabungan dan pembiayaan KSPPS BMT NU cabang Galis baik funding maupun lending sesuai dengan target kinerja yang telah ditentukan.</p> <p>b. Mencari terobosan sumber-sumber dana alternatif.</p> <p>c. Mengevaluasi produk KSPPS BMT NU Cabang Galis sesuai dengan kebutuhan pasar.</p> <p>d. Menginventarisasikan kendala perolehan dana tabungan maupun pengembalian pembiayaan.</p> <p>e. Menyusun strategi sosialisasi, promosi untuk meningkatkan kemajuan produk KSPPS BMT NU Caban Galis.</p> <p>f. Melakukan pembinaan terhadap usaha yang dilakukan oleh anggota.</p>
3	Juru Survei dan Penagihan	<p>a. Mengusahakan terlaksananya survei kelayakan dan Kepatutan Pembiayaan sesuai</p>

		<p>dengan disposisi Divisi Pembiayaan.</p> <p>b. Melakukan survei tingkat kelayakan dan kcepatutan calon Calon Mitra serta menilai agunaan pembiayaan setelah mendapatkan persetujuan dari Divisi Simpanan dan Pembiayaan.</p> <p>c. Melakukan proses pembiayaan sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan oleh Manager.</p> <p>d. Melakukan penagihan tunggakan pembiayaan setelah mendapatkan surat tunggakan dari divisi simpanan dan pembiayaan.</p> <p>e. Melakukan Kunjungan Lapangan untuk melakukan Pembinaan, terutama dalam rangka mencegah terjadinya resiko atas pembiayaan yang telah direalisasikan kepada Calon Mitra.</p>
--	--	---

B. Paparan Data

Paparan data adalah temuan data yang diperoleh peneliti di lapangan melalui beberapa metode, seperti observasi (pengamatan), wawancara maupun dokumentasi, maka peneliti akan memaparkan data dari hasil penelitian mengenai strategi pemasaran produk tabungan mudharabah (TABAH) di KSPPS BMT NU Cabang Galis Pamekasan sebagai berikut:

1. Strategi Pemasaran Produk Tabungan Mudharabah (TABAH) di KSPPS BMT NU Cabang Galis Pamekasan

Pemasaran merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu perusahaan oleh karena itu pemasaran selalu memperoleh posisi penting dan dipandang sebagai jantung suatu perusahaan. Tanpa pemasaran suatu perusahaan akan seperti kehilangan dorongan untuk bertahan dan bersaing yang selanjutnya akan membawa perusahaan menuju titik kemunduran, bahkan kekalahan dalam persaingan. Dalam menetapkan strategi pemasaran yang akan di jalankan, perusahaan harus lebih dulu melihat situasi dan kondisi pasar serta menilai posisi pasar. Dengan mengetahui keadaan dan situasi pasar maka dapatlah ditentukan tujuan dan harapan suatu perusahaan untuk mencapai tujuannya.⁸⁸

Salah satu produk tabungan di KSPPS BMT NU Cabang Galis yaitu Tabungan Mudharabah atau disebut TABAH dimana tabungan tabah ini menjadi produk tabungan yang paling banyak dimianti oleh masyarakat yang dikarenakan setoran awalnya hanya dengan Rp. 10.000 saja dan setoran selanjutnya Rp. 2.500 saja dan juga mendapatkan keuntungan sebesar 40% . Agar produk tersebut dapat lebih dikenal oleh masyarakat maka perlu adanya pendistribusian informasi mengenai produk Tabungan Tabah. Kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh pihak KSPPS BMT NU Cabang Galis adalah dengan cara memberikan informasi baik secara langsung dengan tatap muka ataupun secara tidak langsung melalui media internet.

⁸⁸ Sofjan Assuari, Manajemen Pemasaran, hlm. 167.

Hal ini sesuai dengan apa yang peneliti peroleh dari wawancara dengan Bapak Ebit selaku Juru Tabungan, dengan wawancara sebagai berikut:

“Baik begini, dalam melakukan strategi pemasaran pada produk tabungan tabah hal pertama yang dilakukan oleh bagian juru tabungan KSPPS BMT NU Cabang Galis Pamekasan yaitu dengan melakukan strategi pemasaran door to door atau dengan cara silaturahmi dimana sistem ini adalah metode pemasaran terjun langsung mendatangi masyarakat atau calon anggota sehingga saya bisa leluasa menjelaskan mengenai produk tabungan tabah. Selain itu juga pemasarannya menggunakan media sosial seperti instagram, facebook, WA. Untuk keunggulan tabungan tabah sendiri adalah bisa mengambil hasil tabunganya kapan saja sehingga dapat mempermudah memenuhi kebutuhan sehari-hari dan mendapatkan bagi hasil 40% dan juga setoran awalnya hanya dengan Rp. 10.000 dan setoran selanjutnya Rp. 2.500 saja.”⁸⁹

Hal yang sama juga di sampaikan oleh Faridatus shalehah selaku bagian tabungan di KSPPS BMT NU Cabang Galis Pamekasan. sebagai berikut:

“Untuk strategi pemasaran tabungan mudharabah (TABAH) yang ada di BMT NU cabang Galis banyak strateginya. Diantaranya adalah door to door, selain itu kita disini juga memperhatikan segmentasi pasar sasaran. yang mana kita disini harus memahami apa yang dibutuhkan oleh masyarakat, jadi ketika memasarkan produk tabungan TABAH ini kita datang ke kalangan menengah ke bawah seperti pelaku UMKM, di pasar-pasar toko-toko. selanjutnya berdasarkan wilayah dimana KSPPS BMT NU Cabang Galis menetapkan wilayahnya di kecamatan setempat dan perluasan wilayah di kecamatan lainnya. yang kedua menentukan

⁸⁹ Al-Mutaabbid Billah, juru tabungan, KSPPS BMT NU Cabang Galis, Wawancara langsung, Selasa 07 Februari 2023 pukul 13.00 WIB

target pasar yang akan dimasuki ialah dari semua kalangan, merata namun lebih fokus pada kalangan masyarakat menengah kebawah, setelah memilih target pasar maka langkah perusahaan selanjutnya adalah menetapkan posisi terhadap pesaingnya, yang mana perusahaan harus memiliki dan memperlihatkan keunikannya, seperti mendapatkan keuntungan bagi hasil 40% dan ketika ingin menabung ataupun menarik tabungan dapat dijemput oleh bagian tabungan sehingga nasabah tidak perlu repot-repot pergi ke kantor BMT NU sendiri, dan juga penarikannya yang dapat dilakukan kapan saja sehingga mempermudah nasabah dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, dan angsurannya dengan setoran awal Rp. 10.000 dan selanjutnya Rp. 2.500. Dan juga memberikan bingkisan\bonus berupa sembako kepada penabung yang memiliki tabungan besar yang diberikan ketika bulan ramadhan\ idul fitrih.”⁹⁰

Hal ini sesuai seperti yang disampaikan oleh ibu vivin nasabah tabungan mudharabah (TABAH) KSPPS BMT NU Cabang Galis Pamekasan.

“Saya sudah menabung di BMT NU Galis sekitar 4 tahunan dan alhamdulillah saya juga rajin menabung. Hal yang saya suka menabung di BMT NU Galis karena tidak usah pergi ke kantor karena karyawan BMT setiap harinya menjemput tabungan saya, dan ketika saya butuh uang tersebut saya juga tidak usah mengambil ke kantor karena karyawan BMT sendiri yang akan mengantarkannya, dan alhamdulillah juga setiap bulan puasa saya diberi bingkisan.”⁹¹

⁹⁰ Faridatus shalehah, bagian tabungan KSPPS BMT NU Cabang Galis Pamekasan, wawancara langsung selasa 07 februari 2023

⁹¹ Vivin, nasabah tabungan mudharabah (TABAH) di KSPPS BMT NU Cabang Galis Pamekasan, wawancara langsung selasa 07 februari 2023

Hal yang senada juga di sampaikan oleh Imam Maulidi Selaku Kepala Cabang KSPPS BMT NU Cabang Galis Pamekasan.

“Berbicara mengenai strategi pemasaran di KSPPS BMT NU Cabang Galis ini cukup beragam, kita melakukan strategi pemasaran door to door langsung terjun ke lapangan dan juga melihat segmentasi pasar, untuk tabungan mudharabah (TABAH) kita mendatangi masyarakat yang menengah kebawah dan juga pasar-pasar,toko-toko, selain itu kita juga menggunakan berbagai media periklanan seperti dengan memberikan informasi melewati WA, Facebook, instagram, serta menyebarkan brosur-brosur ke berbagai kampung dan juga memasang banner di jalan-jalan raya, selain itu kami juga memasarkan produk tabungan mudhrabah (TABAH) ini di berbagai koloman atau muslimatan di suatu desa karena di sana memiliki peluang yang besar, karena jumlah anggota koloman cukup banyak.”⁹²

Wawancara diatas juga dibenarkan dengan pernyataan ibu iroh sebagai berikut:

“Awal saya tau BMT itu karena karyawan BMT itu mendatangi rumah dan memberi brosur kepada saya, juga menawarkan untuk menabung, yang mana jika ingin menabung tidak usah ke kantor dan juga jika ingin ditarik kembali juga dimudahkan tinggal bilang ke karyawannya besoknya atau sorenya juga bisa diantarkan kalau bilangny pagi,dan dari tabungan tabah ini juga saya mendapatkan bagi hasil oleh karena itu saya tertarik menabung di bmt selain itu karyawannya juga ramah dan telaten.

Berdasarkan pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh KSPPS BMT NU Cabang Galis adalah menginformasikan produk yang dimiliki dengan menggunakan media STP dan bauran pemasaran.

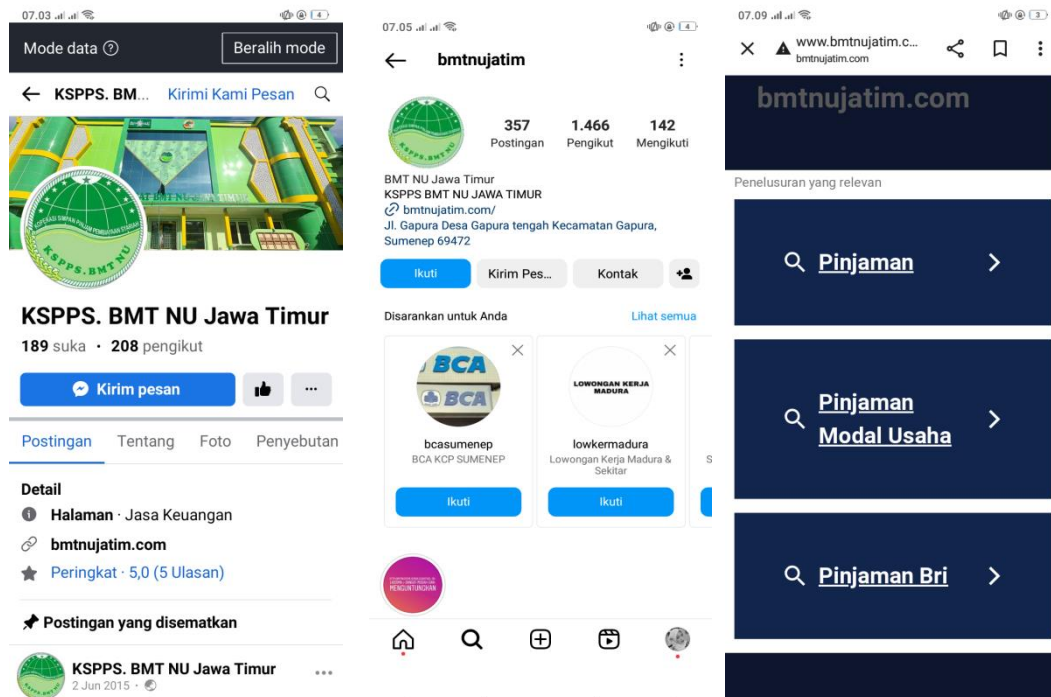
⁹² Imam Maulidi,kepala cabang KSPPS BMT NU Cabang Galis Pamekasan, wawancar a langsung selasa 07 februari 2023 pukul 09.00 WIB.

KSPPS BMT NU Cabang Galis Pamekasan terlebih dahulu melihat situasi dan kondisi pasar serta menilai posisinya di pasar, sehingga mengetahui langkah-langkah dalam memasarkan produk-produknya, agar nanti ketika menerapkan strategi pemasarannya dapat memperoleh hasil yang maksimal sesuai yang diharapkan oleh KSPPS BMT NU Cabang Galis Pamekasan.

KSPPS BMT NU Cabang Galis Pamekasan dalam menentukan segmentasi pasarnya menggunakan segmentasi pasar dari kalangan menengah kebawah, Selanjutnya yaitu berdasarkan wilayah, dimana KSPPS BMT NU Cabang Galis Pamekasan menetapkan wilayahnya di kecamatan setempat dan perluasan wilayah di kecamatan lain. Target pasar yang akan dimasuki yaitu dari kalangan menengah kebawah, setelah selesai menetapkan posisi terhadap pesaingnya, yang mana perusahaan harus memiliki dan memperlihatkan keunikannya, seperti memberikan bonus/bingkisan berupa sembako kepada penabung yang memiliki tabungan besar, yang diberikan ketika bulan ramadhan atau idul fitrih.

Selain itu KSPPS BMT NU juga menggunakan bauran pemasaran salah satunya adalah strategi promosi. Media promosi yang pertama melalui periklanan dimana pihak KSPPS BMT NU Cabang Galis membagikan brosur kepada masyarakat serta memberikan penjelasan mengenai produk tabungan TABAH dan memasang banner disekitar kantor mengenai produk tabungan mudharabah (TABAH) agar dapat diketahui oleh masyarakat. Yang kedua dimana marketing langsung terjun ke masyarakat menjelaskan mengenai manfaat dan keunggulan tabungan TABAH. Dan yang ketiga, para karyawan menginformasikan produk tabungan mudharabah (TABAH) kepada para peserta koloman dengan bantuan

para tokoh masyarakat. Yaitu melalui media pemasaran langsung, dimana pihak KSPPS BMT NU Cabang Galis memberikan informasi serta mengajak para masyarakat melalui pesan, status wa, facebook, instagram dan media web lainnya.



Selain itu KSPPS BMT NU juga melakukan pelatihan khusus untuk meningkatkan SDM marketing yang handal maka marketing yang ada di KSPPS BMT NU Cabang Galis harus mengikuti pelatihan marketing yang dilaksanakan setiap 6 bulan sekali yang diadakan oleh kantor pusat KSPPS BMT NU Cabang Galis.

Sebagaimana yang disampaikan oleh Faridatus shalehah sebagai berikut:

“ Untuk mengembangkan SDM marketing yang handal KSPPS BMT NU selalu mengadakan pelatihan khusus karyawan yang dilaksanakan di kantor pusat agar marketing KSPPS BMT NU terus berkembang”⁹³

⁹³Faridatus shalehah, bagian tabungan KSPPS BMT NU Cabang Galis Pamekasan, wawancara langsung selasa 07 februari 2023

Imam Maulidi kepala KSPPS BMT NU Cabang Galis juga menjelaskan:

“Pelatihan di KSPPS BMT NU yang dilaksanakan di kantor pusat yaitu pelatihan untuk karyawan, untuk semua karyawan pelatihan dilaksanakan setahun 2 kali, untuk marketing 3 bulan sekali. Pelatihan ini dilaksanakan untuk meningkatkan kinerja karyawan. Salah satu pelatihan yang dilaksanakan adalah yang berkaitan dengan strategi dan hasil kerja sebelumnya”⁹⁴

Pelatihan karyawan yang dilaksanakan oleh KSPPS BMT NU ini untuk meningkatkan kinerja karyawan, dan supaya karyawan ketika memberikan layanan dan ketika memasarkan produk-produknya semakin lebih baik lagi. Sehingga masyarakat menjadi lebih tertarik menjadi anggota KSPPS BMT NU Cabang Galis.

Adapun pelatihan untuk marketing disini seperti yang disampaikan oleh bapak Ebit sebagai berikut:

“Untuk kriteria yang dimiliki oleh marketing KSPPS BMT NU Cabang Galis adalah mengutamakan prinsip 3S yaitu senyum, salam, sapa. Serta berpakaian rapi, berintegrasi dan bersemangat.”⁹⁵

Imam Maulidi selaku kepala cabang KSPPS BMT NU Cabang Galis Pamekasan juga kembali menuturkan:

⁹⁴ Imam Maulidi kepala cabang BMT NU Cabang Galis Pamekasan, wawancara langsung Selasa 07 Februari 2023

⁹⁵ Al-mutaabbid Billah, juru tabungan BMT NU Cabang Galis Pamekasan, wawancara langsung Selasa 07 Februari 2023

“Untuk keunggulan dari marketing di KSPPS BMT NU Cabang Galis ini mereka sudah cukup berpengalaman, berketerampilan dasar, serta memahami dan mengenal jenis produk serta pasar sasaran.”⁹⁶

Berdasarkan penjelasan informan di atas bahwa marketing di KSPPS BMT NU Cabang Galis yaitu mengutamakan senyum, salam, sapa, memakai seragam dan berpakaian rapi. Marketing sudah cukup berpengalaman dan sudah memahami terhadap jenis produk yang ada di KSPPS BMT NU. Jadi jika ada calon anggota yang bertanya mengenai jenis produk-produknya marketing langsung bisa menjawabnya.

Hal ini diperkuat oleh penjelasan dari salah satu anggota tabungan mudharabah (TABAH) ibu Naimah, sebagai berikut:

“Alasan saya menabung di KSPPS BMT NU Cabang Galis karena pelayanan yang baik dari para karyawan khususnya marketing, serta kalau saya menabung selalu di jemput ke rumah saya, jadi saya tidak perlu repot-repot untuk pergi langsung ke kantor BMT, dan dengan adanya tabungan mudharabah (TABAH) sangat bermanfaat uang saya jadi aman dan ketika saya butuh uang tidak repot untuk meminjam akan tetapi saya dapat mengambil ditabungan saya kapan saja dan juga mendapatkan bagi hasil.”⁹⁷

Dari pemaparan di atas dapat disimpulkan bahwa demi kemajuan KSPPS BMT NU Cabang Galis, maka karyawan diberikan pelatihan khusus di kantor pusat. Yang mana pelatihan tersebut berguna untuk meningkatkan kinerja dan

⁹⁶ Imam Maulidi, kepala cabang BMT NU Cabang Galis Pamekasan, wawancara langsung Selasa 07 Februari 2023

⁹⁷ Naimah, Nasabah tabungan mudharabah BMT NU Cabang Galis Pamekasan, wawancara langsung Rabu 08 Februari 2023

pelayanan yang baik dan kenyamanan bagi para nasabahnya. Dari berbagai strategi pemasaran yang sudah dilakukan oleh KSPPS BMT NU Cabang Galis, strategi pemasaran tersebut sudah berjalan dengan efektif dan jumlah nasabah juga semakin meningkat.

Hal ini tersebut disampaikan oleh bapak Ebit selaku marketing tabungan di KSPPS BMT NU Cabang Galis pamekasan.

“Dalam tabungan mudharabah (TABAH) startegi yang dilakukan oleh marketing KSPPS BMT NU Cabang Galis kini bisa dikatakan sudah efektif hal itu di buktikan dengan data jumlah nasabah yang dari tahun ke tahun terus mengalami peningkatan.”⁹⁸

Dari pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah KSPPS BMT NU Cabang Galis sudah efektif, karena para karyawan dapat menarik minat calon nasabah ataupun nasabah untuk menggunakan produk tersebut dan tetap bertahan menggunakan produk tersebut, dengan berbagai media yang digunakan, baik itu media STP, Bauran pemasaran seperti menyebar brosur serta mendatangi langsung dan menyampaikan informasi kepada para calon nasabah secara tatap muka ataupun media mulut ke mulut. Tentunya pihak KSPPS BMT NU Cabang Galis tidak hanya memperhatikan mengenai strategi pemasaran, namun juga memperhatikan pelayanan kepada para nasabah, baik itu dari segi sikap, tutur kata, serta sopan santun pada saat bertemu dengan tetap mengucapkan salam. Hal tersebut yang membuat para calon nasabah menjadi tertarik untuk bergabung menjadi nasabah KSPPS BMT NU Cabang

⁹⁸ Al-mutaabit Billah, juru tabungan BMT NU Cabang Galis Pamekasan, wawancara langsung 08 februari 2023

Galis. Peningkatan jumlah nasabah tabungan mudharabah (TABAH) juga dibuktikan dengan semakin bertambahnya nasabah setiap tahunnya hingga saat ini berjumlah 1.577 nasabah.

2. Efektivitas Strategi Pemasaran Produk TABAH di KSPPS BMT NU

Galis

Jumlah nasabah bagi KSPPS BMT NU Cabang Galis Pamekasan menjadi tolak ukur kesuksesan yang dapat digunakan BMT agar lembaga keuangan semakin produktif. Kesuksesan suatu lembaga keuangan tentunya tidak terlepas dari peran bagian pemasaran yang mampu memasarkan produk dengan berupaya memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat. Oleh karena itu, setiap lembaga keuangan perlu menerapkan strategi pemasaran yang baik untuk mendeteksi peluang pasar dan agar produk yang ditawarkan tepat pada sasaran. Strategi pemasaran yang tepat dapat menciptakan kepuasan serta meningkatkan loyalitas nasabah, yang nantinya akan berdampak pada peningkatan jumlah nasabah di suatu lembaga keuangan. Efektif tidaknya suatu strategi pemasaran, dapat dilihat dari meningkat tidaknya jumlah nasabah dari waktu ke waktu.

Berikut tanggapan Bapak Imam Maulidi sebagai Kepala Cabang KSPPS BMT NU Cabang Galis Pamekasan menyampaikan sebagai berikut:

”Strategi pemasaran yang diterapkan oleh BMT NU Cabang Galis pada produk tabungan mudharabah (TABAH) sejauh ini berdampak terhadap meningkatnya jumlah nasabah. Dikatakan meningkat karena jumlah nasabah pada tabungan mudharabah (TABAH) terus meningkat dari tahun ke tahun. Dan juga evaluasi

kineja karyawan di BMT juga dilakukan secara intensif dan terus menerus, hal tersebut dilakukan untuk menciptakan tenaga kerja yang kompeten.”⁹⁹

Bapak Ebit selaku juru tabungan juga memberikan tanggapan sebagai berikut:

“Tentu saja penerapan strategi pemasaran pada produk tabungan mudharabah (TABAH) berdampak terhadap meningkatnya jumlah nasabah, terbukti dengan meningkatnya jumlah nasabah dari tahun ke tahun.”¹⁰⁰

Berdasarkan hasil wawancara tersebut maka dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan oleh KSPPS BMT NU Cabang Galis sudah berjalan efektif. Dikarenakan mengalami peningkatan secara terus menerus setiap tahunnya.

Tabel 2.4

DATA JUMLAH NASABAH TABUNGAN TABAH

DI BMT NU CABANG GALIS

Jumlah Nasabah Tabungan Mudharabah (TABAH)	Tahun
533	2017
694	2018
700	2019

⁹⁹ Imam Maulidi, kepala cabang BMT NU Cabang Galis Pamekasan, wawancara langsung Rabu 08 Februari 2023

¹⁰⁰ Al-muaabibillah, juru tabungan KSPPS BMT NU Cabang Galis Pamekasan, wawancara langsung Rabu 08 Februari 2023

748	2020
1.469	2021
1.539	2022
1.577	2023

Sumber: Admin KSPPS BMT NU Cabang Galis Pamekasan

Berdasarkan data di atas dan pemaparan para informan, sudah jelas bahwa penerapan strategi pemasaran pada produk tabungan mudharabah berdampak terhadap meningkatnya jumlah nasabah di KSPPS BMT NU Cabang Galis Pamekasan. Dikarenakan adanya peningkatan terus menerus dari tahun ketahun. Oleh karena itu peneliti menyimpulkan strategi pemasaran pada produk tabungan mudharabah (TABAH) yang dilakukan oleh KSPPS BMT NU Cabang Galis Pamekasan berjalan dengan baik\ efektif.

C. Temuan Penelitian

Berdasarkan data yang diperoleh setelah peneliti melakukan penelitian dengan mengumpulkan data melalui observasi, wawancara, pengamatan, dan dokumentasi, kemudian peneliti memaparkan sesuai dengan penjelasan yang diperoleh dari lapangan, sehingga peneliti menemukan beberapa hal sebagai bentuk temuan peneliti. Beberapa hasil temuan yang dilampirkan dalam bentuk tulisan adalah sebagai berikut:

1. Strategi Pemasaran Produk Tabungan Mudharabah (TABAH) di KSPPS BMT NU Cabang Galis Pamekasan

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi selama dilapangan. Peneliti menemukan beberapa temuan penelitian yang berkaitan dengan Strategi pemasaran produk tabungan mudharabah (TABAH) di KSPPS BMT NU Cabang Galis Pamekasan sebagai berikut:

- a. pemasaran pada tabungan mudharabah (TABAH) di KSPPS BMT NU Cabang Galis Pamekasan salah satunya yaitu secara door to door dengan cara terjun langsung ke lapangan atau bagian pemasaran langsung mendatangi nasabah potensial dan melakukan promosi.
- b. Menetapkan Segmentasi Pasar, yaitu memilih calon anggota masyarakat dari kalangan menengah kebawah.
- c. Menetapkan target pasar, yaitu menentukan calon anggota yang akan menjadi sasaran, yang menjadi sasaran pada produk tabungan TABAH adalah kepada pedagang artinya lebih memfokuskan kepada mereka yang lebih membutuhkan.
- d. Untuk mendesain suatu strategi pemasaran maka KSPPS BMT NU Cabang Galis Pamekasan menerapkan konsep 4P.
- e. Pelatihan marketing. Untuk menciptakan karyawan yang handal maka KSPPS BMT NU melakukan pelatihan selama 6 bulan sekali untuk semua karyawan dan 3 bulan sekali untuk marketing.
- f. Meyakinkan masyarakat bahwa menabung di lembaga KSPPS BMT NU Cabang Galis Pamekasan di jamin aman dan mendapatkan bagi hasil yang cukup menarik.

- g. Membagi waktu tugas kepada karyawan marketing pada saat menarik tabungan tidak hanya menarik tabungan kepada nasabah saja melainkan masih bersilaturahmi ke masyarakat sekitar nasabah untuk besosialisasi dan menjelaskan mengenai tabungan TABAH.
- h. menginformasikan produk tabah ke peserta koloman\muslimatan dengan bantuan tokoh masyarakat.

2. Efektivitas Strategi Pemasaran Produk Tabungan Mudharabah (TABAH) di KSPPS BMT NU Cabang Galis Pamekasan

Strategi segmentasi, target dan posisi dan bauran pemasaran yang diterapkan pada produk tabungan mudharabah (TABAH) dapat dikatakan efektif, terbukti dengan meningkatnya jumlah nasabah dari tahun ke tahun.

D. Pembahasan

Dalam pembahasan ini, peneliti akan memaparkan hasil penelitian yang dilakukan untuk mengetahui strategi pemasaran dan efektivitas strategi pemasaran pada produk tabungan mudharabah (TABAH) di KSPPS BMT NU Cabang Galis Pamekasan.

1. Strategi Pemasaran Produk Tabungan Mudharabah (TABAH) di KSPPS BMT NU Cabang Galis Pamekasan

KSPPS BMT NU Cabang Galis untuk mencapai tujuannya dalam menarik dan mempertahankan calon nasabah / nasabah memiliki strategi tersendiri dalam menginformasikan produk-produknya. Adapun cara untuk memberitahukan

kepada masyarakat dengan cara pemasaran, yang mana koperasi harus memasarkan produknya seluas mungkin kepada masyarakat atau nasabah.

Dalam hal ini KSPPS BMT NU Cabang Galis Pamekasan dalam memasarkan produk tabungan TABAH dengan cara promosi yaitu terjun langsung ke lapangan, menyebarkan brosur, internet dan media sosial, dan melakukan jemput bola mereka menggunakan segala cara untuk mendapatkan perhatian nasabah tentunya dengan memberikan pelayanan yang baik dan sopan terhadap mereka.

Dalam hal ini strategi yang dijalankan oleh KSPPS BMT NU Cabang Galis Pamekasan sudah cukup baik karena melakukan promosi dengan terjun langsung, sehingga membuat calon nasabah lebih percaya terhadap lembaga dan keamanannya, akan tetapi tidak semua masyarakat yang tertarik bukan berarti tidak percaya terhadap lembaga dan kemanannya melainkan karena sudah bergabung dengan lembaga lain. Selain dari strategi yang disebutkan diatas, KSPPS BMT NU Cabang Galis Pamekasan juga menggunakan dua konsep yaitu:

a) Segmentasi pasar

Segmentasi yang dilakukan oleh KSPPS BMT NU Cabang Galis Pamekasan dalam memasarkan produk tabungan mudharabah (TABAH) adalah dengan mendatangi nasabah potensial dengan menggunakan variabel demographich segmentation, segmentasi tersebut didasarkan pada jenis produk yang dikeluarkan oleh KSPPS BMT NU.

Dan segmentasi yang dituju oleh KSPPS BMT NU Cabang Galis adalah dari kalangan menengah ke bawah seperti pelaku UMKM, maka yang dilakukan

oleh KSPPS BMT NU Cabang Galis bisa dikatakan sudah baik. Karena mereka mendatangi nasabah potensial yang memungkinkan untuk menabung pada produk TABAH.

b) Pasar Sasaran

Dalam hal ini target konsumen atau segmen yang dibidik oleh KSPPS BMT NU Cabang Galis Pamekasan adalah kalangan menengah kebawah seperti pelaku UMKM.

Strategi yang di jalankan oleh KSPPS BMT NU Cabang Galis dikatakan efektif mengingat dalam prakteknya untuk mendesain suatu strategi pemasaran adalah diantaranya adalah penerapan konsep STP (Segmentation, targeting, positioning).¹⁰¹

Selain dua konsep diatas KSPPS BMT NU Cabang Galis memasarkan produknya juga dengan menggunakan strategi bauran pemasaran 4P diantaranya produk, harga, tempat, promosi:

a. Produk

Penerapan strategi produk tabungan mudharabah (TABAH) dengan syarat yang mudah dengan akad mudharabah mutlaqah. Produk merupakan sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat, maka peluncuran suatu produk di perlukan strategi tertentu.

Adapun strategi yang dilakukan oleh KSPPS BMT NU Cabang Galis Pamekasan dalam menetapkan produk diantaranya:

¹⁰¹ Iwan Purwanto, Manajemen Strategi, hlm. 151

1. Keragaman produk

KSPPS BMT NU Cabang Galis menciptakan berbagai macam produk diantaranya adalah SIAGA, SABAR, TABAH, SAJADAH, SAHARA, SIDIK FATONAH, TARAWI, SIBERKAH. Sehingga dengan menciptakan dengan berbagai macam produk ini masyarakat bisa memilih jenis simpanan yang diinginkan.

Dalam hal ini untuk produk di KSPPS BMT NU Cabang Galis Pamekasan ada berbagai macam ragam, yang mana dari berbagai macam ragam tersebut mempunyai kelebihan dan manfaat masing-masing. Diantaranya adalah tabungan TABAH. Tabungan TABAH di KSPPS BMT NU merupakan simpanan bagi hasil, simpanan ini banyak diminati oleh masyarakat, dan menjadi produk unggulan atau produk yang paling banyak peminatnya dikalangan masyarakat.

2. Merk

Merk adalah suatu nama, istilah, tanda, lambang atau desain atau gabungan semua yang diharapkan mengidentifikasi barang atau jasa dari seseorang, penjual atau sekelompok penjual, dan diharapkan dapat membedakan barang atau jasa dari produk pesaing. Dalam hal ini KSPPS BMT NU Cabang Galis memberikan suatu nama dengan nama yang berbeda dengan lembaga keuangan lainnya disebut TABAH (tabungan mudharabah).

3. Kualitas Produk

KSPPS BMT NU Cabang Galis Pamekasan mempertimbangkan beberapa hal dalam menciptakan produk yang akan di tawarkan kepada

masyarakat dan menciptakan produk sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Dalam penetapan produk KSPPS BMT NU Cabang Galis sangat memperhatikan mutu dan manfaat yang diperoleh oleh nasabahnya serta produk yang berkualitas bagus, karena dengan produk yang berkualitas bagus akan memberikan kepercayaan kepada masyarakat untuk menjadi nasabah tabungan TABAH di KSPPS BMT NU Cabang Galis.

Dalam hal ini kualitas produk di KSPPS BMT NU Cabang Galis lebih memperhatikan mutu dan manfaat, aman dan terhindar dari riba. Agar dapat mempertahankan nasabah maka lembaga harus menjaga mutu dan manfaat serta keamanannya. Dengan kualitas yang baik dapat memikat calon nasabah baru untuk menjadi nasabah Di KSPPS BMT NU Cabang Galis Pamekasan.

b. Harga

Dalam hal ini strategi penetapan harga di KSPPS BMT NU Cabang Galis untuk tabungan TABAH ialah dengan membayar setoran awal Rp. 10.000 dan setoran selanjutnya minimal Rp. 2.500. Harga yang diterapkan oleh oleh KSPPS BMT NU Cabang Galis Pamekasan sudah mengikuti harga pasaran dan dapat dikatakan murah dan mempermudah nasabahnya dalam menabung. Dengan demikian nasabah tidak kesulitan jika memang ingin menabung di tabungan mudharabah (TABAH).

c. Tempat (Place)

Pemilihan lokasi kantor sangat penting, hal ini agar nasabah mudah menjangkau setiap lokasi KSPPS BMT NU Cabang Galis. Pilihan yang tepat dapat mengembangkan usahanya dan memasarkan produk-produknya. Penentuan

lokasi KSPPS BMT NU Cabang Galis dilakukan dengan berbagai pertimbangan untuk mencari lokasi yang strategis. Pertimbangan dilakukan dengan berbagai alasan diantaranya yaitu dekat dengan keramaian, pasar serta dekat dengan jalan raya agar mudah dijangkau oleh nasabah. Dan lokasi KSPPS BMT NU Cabang Galis berada di Jalan Raya Sumenep dekat pasar Keppo. Lokasi ini sudah cukup strategis karena berdekatan dengan keramaian, pasar, dan berada di jalan raya.

d. Promosi

Promosi merupakan kegiatan terpenting yang berperan aktif dalam memperkenalkan, memberitahukan dan meningkatkan kembali manfaat suatu produk yang di promosikan tersebut. Adapun strategi bauran promosi yang dijalankan oleh KSPPS BMT NU Cabang Galis terdiri dari:

a) *Advertising* (Periklanan)

Dalam hal ini KSPPS BMT NU Cabang Galis dalam mengiklankan tabungan TABAH kepada masyarakat melalui Marketing menyebar brosur ke berbagai daerah, serta menjelaskan apa itu tabungan TABAH dan keunggulan dari produk tabungan TABAH yang ada di KSPPS BMT NU Cabang Galis. Dimana dalam mempromosikan produknya KSPPS BMT NU Cabang Galis menonjolkan manfaat produknya dan keunggulan dari tabungan TABAH tersebut.

b) *Sales Promotion* (Promosi Penjualan)

Bentuk persuasi langsung melalui penggunaan berbagai insentif yang dapat diatur untuk merangsang pembelian produk dengan segera atau meningkatkan jumlah barang. Dalam hal ini strategi promosi penjualan

yang dilakukan oleh KSPPS BMT NU Cabang Galis adalah dengan cara memberikan hadiah berupa sembako kepada penabung terbesar yang menabung di KSPPS BMT NU Cabang Galis.

c) *Personal Selling* (penjualan tatap muka)

Yaitu komunikasi langsung antara penjual dan calon pelanggan dan membentuk pemahaman pelanggan terhadap produk, sehingga mereka kemudian akan mencoba untuk membelinya. Dalam hal ini promosi yang dilakukan oleh KSPPS BMT NU Cabang Galis adalah dengan mendatangi langsung calon nasabah yang berpotensi, dan memberikan informasi dan pemahaman kepada calon nasabah.

d) *Direct Marketing* (pemasaran langsung)

Dalam hal ini pemasaran langsung yang dilakukan oleh KSPPS BMT NU Cabang Galis melalui media telepon dan internet seperti, website, media sosial facebook, whatsapp, instagram. Promosi yang dijalankan oleh KSPPS BMT NU Cabang Galis dalam memasarkan produk tabungan TABAH sudah cukup baik untuk memperoleh nasabah dan memperkenalkan produknya ke masyarakat. Dengan adanya strategi promosi ini sangat membantu KSPPS BMT NU Cabang Galis dalam memasarkan produknya kepada masyarakat. Serta strategi yang paling ampuh untuk digunakan oleh KSPPS BMT NU Cabang Galis adalah strategi promosi untuk mendapatkan calon nasabah.

Hubungan antara STP dengan marketing mix adalah STP itu menganalisis karakteristik pembeli dan karakteristik pasar, yang nantinya hasil analisis tersebut

tentu akan beragam dan masuk ke dalam kelompok karakteristik yang berbeda-beda dan dari hasil analisis tersebut maka dibutuhkan marketing mix yang dapat mengurus atau memilah di berbagai bidang sesuai dengan karakteristiknya.

2. Efektivitas Strategi Pemasaran Produk Tabungan Mudharabah (TABAH) di KSPPS BMT NU Cabang Galis Pamekasan

Efektivitas memuat artian ketercapaian target yang ditetapkan lembaga keuangan berdasarkan strategi pemasaran yang diterapkannya. Setiap perusahaan termasuk KSPPS BMT NU Cabang Galis Pamekasan pasti berupaya untuk menciptakan, mempertahankan dan meningkatkan jumlah nasabahnya. Peningkatan jumlah nasabah merupakan salah satu bentuk dari tercapainya tujuan pemasaran KSPPS BMT NU Cabang Galis Pamekasan. Sebagaimana teori yang dikemukakan oleh Kasmir dalam bukunya bahwa peningkatan jumlah mitra menjadi tujuan utama menjalankan strategi pemasaran.¹⁰²

Setiap tahunnya jumlah nasabah tabungan mudharabah (TABAH) selalu meningkat sehingga dapat dikatakan bahwa strategi pemasaran STP (Segmenting, Targeting dan Positioning) dan bauran pemasaran yang diterapkan pada produk tabungan mudharabah (TABAH) dinilai efektif. Dikatakan efektif karena setelah menerapkan strategi pemasaran tersebut lembaga keuangan dapat mencapai tujuan pemasarannya yaitu dengan adanya peningkatan penjualan produk dan peningkatan jumlah nasabah. Artinya lembaga keuangan mampu dan berhasil menarik minat nasabah untuk menggunakan produk tabungan mudharabah (TABAH). Pernyataan peneliti tersebut diperkuat dengan teori yang dikutip oleh

¹⁰² Kasmir, Pemasaran Bank, 162

Ahmad Syahrizal dan Heru Setiawan dalam jurnalnya, bahwa dalam ruang lingkup strategi pemasaran lembaga keuangan suatu program atau kegiatan dapat dinilai efektif apabila suatu lembaga keuangan mampu untuk meningkatkan penjualan produk dan mampu meningkatkan jumlah nasabah dari waktu ke waktu.¹⁰³

Jadi peneliti menyimpulkan bahwa strategi pemasaran STP (Segmenting, Targeting dan Positioning) dan bauran pemasaran yang diterapkan pada produk tabungan mudharabah (TABAH) dapat dinilai efektif, terbukti dengan tercapainya tujuan pemasaran yaitu meningkatnya penjualan produk dan meningkatnya jumlah nasabah.

¹⁰³ Ahmad Syahrizal dan Heru Setiawan, "Strategi Pemasaran Tabungan Wadi'ah Simpatik Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Kuala Tungkal," Jurnal Ekonomi Syariah vol.2, no.1 (Juni 2019): 89.