

BAB IV

PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN, DAN PEMBAHASAN

A. Profil KSPPS BMT Nuansa Umat Cabang Tlanakan Pamekasan

1. Sejarah BMT

Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) NU merupakan salah satu Lembaga ekonomi mikro yang cukup berperan memperlancar gerak roda perekonomian. Hal ini karena Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) NU mendukung ekonomi sektor riil terutama usaha kecil menengah dan mikro yang jumlahnya cukup banyak di Indonesia.

Selain itu BMT juga merupakan Lembaga ekonomi mikro yang menjalankan sistem ekonomi syariah yang bisa menjadi alternatif bagi rakyat Indonesia yang berpenduduk mayoritas umat islam untuk menyimpan dananya.

Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) NU muncul bergerak dari sebuah kegundahan keadaan mayoritas penduduk Sumenep dan khususnya masyarakat kecamatan Gapura, dimana kesejahteraan mereka tiada pertumbuhan yang konkret. Sedangkan mereka cukup bersemangat dalam bekerja.

Penduduk Kecamatan Gapura Kabupaten Sumenep adalah penduduk pekerja. Dalam sebuah keluarga suami dan istri sama-sama bekerja untuk mencukupi kebutuhannya sehari-hari, tetapi kerja keras yang mereka kerjakan tidak dapat memajukan perekonomiannya. Akibatnya keadaan ini mengakibatkan Nahdlatul Ulama kasihan, oleh sebab itu di tahun 2003 pengelola MWC NU Gapura memberi perintah kepada organisasi

perekonomian. Dimana yang berperan menjadi pimpinan organisasi keuangan yaitu Masyudi. Berawal dari perjanjian serentak, alhasil organisasi Perekonomian merancang agenda peneguhan ekonomi untuk kemakmuran penduduk *mardhatillah*.

Adapun benda tertentu yang menjadi kemauan agar diperlukan adanya upaya secara kongkret., sistematis, danterpadu untuk menyelesaikan macam-macam masalah ekonomo penduduk untuk melaksanakan program tersebut.

Berbagai tindakan sudah dilaksanakan oleh organisasi Perekonomian MWC NU Gapura, dimulai dengan mengadakan penataran kewirausahaan pada tanggal 8-10 april 2003.

Bincang Bersama Alumni Pelatihan guna merumuskan Model Penguatan Ekonomi Kerakyatan tanggal 13 Juni tahun 2003, temu usaha bulan November 2003, Lokakarya Tanaman Alternatif selain tembakau 13 Mei tahun 2004, dan Lokakarya Pembentukan BUMNU (Badan Usaha Milik NU).

Dan akhirnya Lokakarya tersebut telah terdapat persoalannya bagi masyarakat miskin yaitu lemah askes pendanaan penjualan, dan lemahnya penguasaan ilmu teknologi modern.

Ada juga anggota Lokakarya setuju masalah yang harus di selesaikan adalah pemberian modal bagi usaha kecil yang masih kurang memperoleh modal sehingga dikuasai oleh para pedagang besar atau rentenir yang merugikan para usaha kecil.

Masyudi yang bertindak sebagai pimpinan Lembaga Perkonomian NU pada waktu memberikan penawaran untuk membangun *baitul Maal wat*

tamwil (BMT) sebagai lembaga keuangan mikro syariah yang bergerak di bidang usaha simpan bagi anggota.

Para pengelola dan peserta PWC NU Gapura keberatan dengan pendapat pimpinan organisasi keuangan untuk membangun BMT. Disebabkan trauma dimasa lalu yang kerap kali didirikan lembaga keuangan, dan pada akhirnya uang mereka disalah gunakan. Sehingga pada akhirnya di tanggal 11 juni 2004 pengelola PWC NU beserta peserta Lokakarya menyetujui pendapat untuk membangun usaha simpan pinjam berpola syariah yang bernama BMT (Baitul Maal Wat tamwil).¹

BMT NU cabang Tlanakan Pamekasan didirikan disaat MWC NU Tlanakan memiliki keinginan untuk membentuk organisasi keuangan, yang disaat itu belum ada di benak organisasi keuangan yang seperti apa, dimana tujuan dari dibentuknya lembaga keuangan tersebut agar dapat memberikan penghasilan pada NI (Nahdlatul Ulama) teruntuk NU Tlanakan. Selanjutnya MWC mengadakan rapat bersama anggota, agar saat diadakannya kegiatan NU tlanakan tidak perlu mengajukan proposal dana atau ketiadaan meminta amal di pinggir jalan.

Selesai dilaksanakan observasi pada penduduk Tlanakan dengan tujuan apakah mereka mampu diajak kerja sama serta solid dalam memajukan BMT di Tlanakan, kemudian MWC bernegosiasi dengan BMT NU Jawa Timur pada bulan Agustus 2016.

¹ Sitti Hosnol Hotimah, "Implementasi Prinsip Syariah Pada Tabungan Tabah Di KSPPS BMT nuansa Unat Cabang Tlanakan Pamekasan", (Skripsi Institut Agama Islam Negeri Madura, 2022), 35-36

Setelah melakukan negosiasi MWC mendatangi salah satu masyarakat yang ada di Tlanakan untuk mendaftarkan diri dan dinyatakan lulus. Setelah dinyatakan lulus staf calon pekerja di BMT Tlanakan melakukan magang di BMT NU Camplong dan diklat di BMT NU Jawa Timur.

Setelah kembali lagi di Tlanakan mereka mempersiapkan segala sesuatu untuk acara pembukaan BMT NU Tlanakan, sehingga pada tanggal 23 Oktober 2016 KSPPS BMT NU Cabang Tlanakan Pamekasan resmi didirikan.

2. Visi Dan Misi BMT NU Cabang Tlanakan Pamekasan

Visi dan misi adalah sebuah pernyataan yang digunakan sebagai cara untuk mengomunikasikan tujuan dari sebuah organisasi.

Visi dan Misi BMT NU Cabang Tlanakan Pamekasan yaitu sebagai berikut :

a. Visi

Terwujudnya BMT NU Jawa Timur yang jujur, amanah, dan profesional.

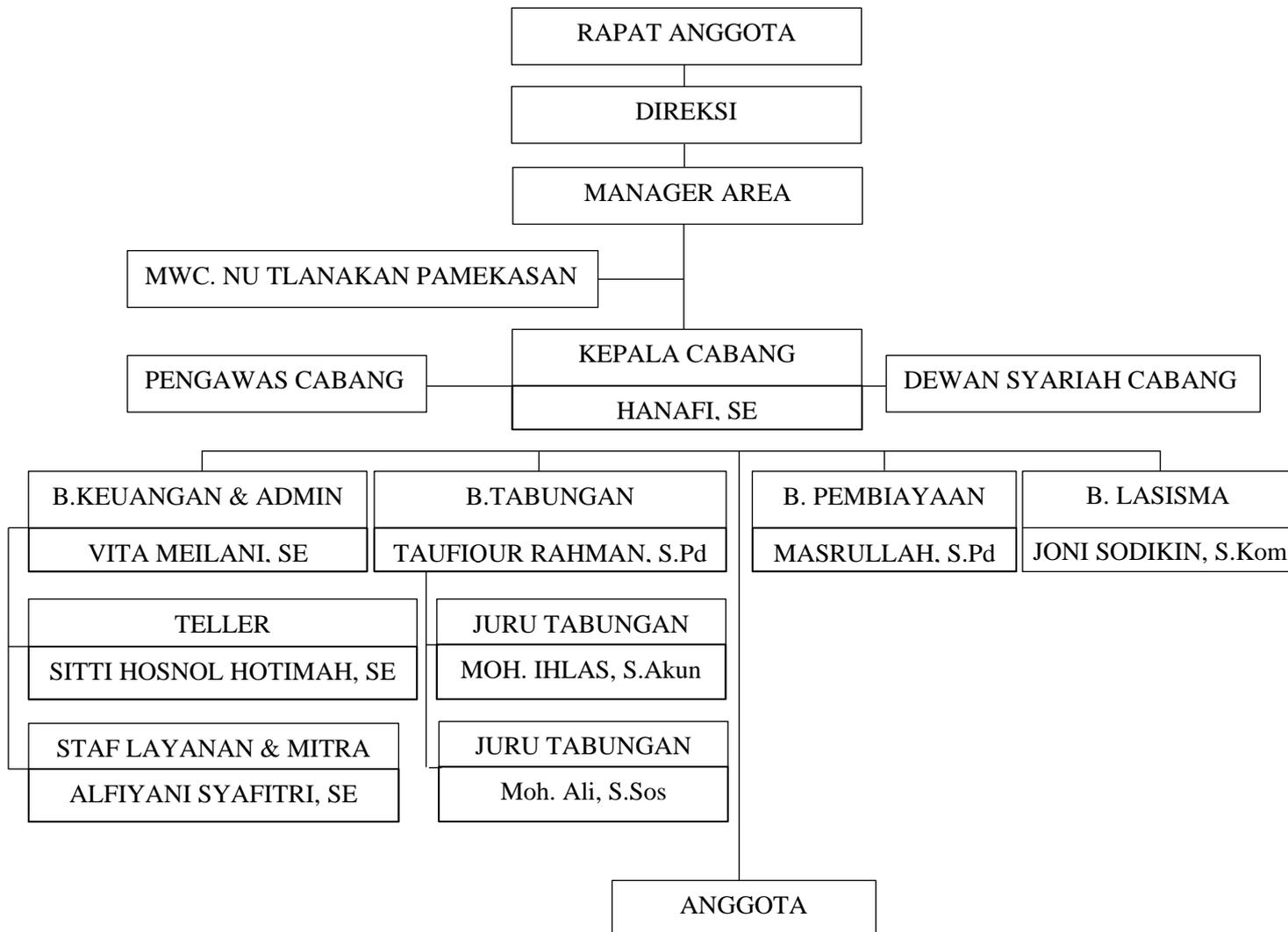
b. Misi

- 1) Menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam kegiatan ekonomi, memberdayakan usaha kecil dan menengah dan membina kepeduliannya (orang mampu) kepada dhuafa (kurang mampu) secara terpola dan berkesinambungan.
- 2) Memberikan layanan usaha yang prima kepada seluruh anggota dan mitra KSPPS BMT NU Jawa Timur.
- 3) Mencapai pertumbuhan dan hasil usaha KSPPS BMT NU Jawa Timur yang layak serta profesional untuk kesejahteraan bersama.

- 4) Memperkuat permodalan sendiri dalam rangka memperluas jaringan layanan BMT Jawa Timur.
- 5) Turut berperan serta dalam gerakan pengembangan ekonomi syariah.

3. Struktur Organisasi

GAMBAR 4.1
STRUKTUR PENGELOLA
KSP. SYARIAH BMT NU
CABANG TLANAKAN PAMEKASAN



4. Produk-produk KSPPS BMT NU Cabang Tlanakan Pamekasan
BMT NU Cabang Tlanakan Pamekasan Memiliki berbagai macam produk terdiri dari produk tabungan, produk pembiayaan

A. Produk Tabungan

Tabungan adalah simpanan uang dari pendapatan atau uang yang dimiliki seseorang ke dalam akun atau wadah keuangan tertentu untuk digunakan dimasa depan.

1) Siaga (Simpanan Anggota)

Suatu simpanan yang wajib dimiliki oleh anggota.

Karakteristik dan Ketentuan Umum

- a) Siaga merupakan simpanan yang harus dibayar oleh masyarakat yang berminat menjadi anggota BMT NU Jawa Timur
- b) Siaga disini menggunakan akad musyarakah dengan bagi hasil yang menguntungkan sebesar 70 persen dari selisih hasil usaha (SHU)
- c) Biaya pendaftaran anggota Rp. 10.000

Siaga disini ada 3 jenis yaitu:

- Siaga pokok
- Siaga wajib
- Siaga khusus

2) Sahara (Simpanan Haji dan Umrah)

Merupakan tabungan dalam bentuk mata uang rupiah pada Bank Aceh Syariah yang di khususkan bagi umat muslim untuk memenuhi biaya perjalanan ibadah haji dan umroh.

Karakteristik dan Ketentuan Umum

- a) Sahara membantu anda merencanakan ibadah haji dan umrah menjadi lebih mudah
- b) Setoran awal Rp 1.000.000 setoran selanjutya sesuai dengan kemampuan.
- c) Bagi hasil perbulan 65% sebagai bekal tambahan biaya Haji dan Umrah.
- d) Menggunakan akad Mudharabah dan Mutalaqah
- e) Setoran dapat dilakukan setiap saat dan penarikan hanya dilakukan ketika hendak melakukan ibadah haji dan umrah kecuali jika terdapat udszur syar'i
- f) Biaya pembukaan rekenin Rp. 5.000

3) Tabah (Tabungan Mudharabah)

Karakteristik dan ketentuan umum:

- a) Tabah disediakan bagi yang ingin memiliki tabungan dengan cara penarikan dan setoran setiap saat membutuhkan.
- b) Bagi hasil langsung ditambah bukan pada setiap bulan di rekening tabah dengan nisbah bagi hasil (perbulan) 40% untuk anggota/calon anggota dan 60% untuk BMT

- c) Setoran awal pembukaan rekening Rp. 10.000 dan selanjutnya setoran minimal Rp. 2.500
- d) Saldo minimal penarikan Rp. 10.000
- e) Biaya pembukaan rekening Rp. 5.000

4) Sabar (Simpanan Lebaran)

Karakteristik dan ketentuan umum:

- a) Sabar adalah simpanan yang dapat mempermudah anda untuk memenuhi kebutuhan lebaran
- b) Setoran awal pembukaan rekening Rp. 25.000 dan setoran selanjutnya minimal Rp. 5.000
- c) Bagi hasil langsung ditambah bukukan di setiap awal bulan di rekening tiara. Dengan nisbah bagi hasil (perbulan) untuk anggota/calon anggota 55% dan untuk BMT 45%

5) Sidik Fathonah (Simpanan Pendidikan Fathonah)

Karakteristik dan ketentuan umum:

- a) Sidik fathonah adalah simpanan yang disediakan bagi anda yang ingin menyiapkan dana pendidikan sejak dini bagi putra/putrinya
- b) Setoran awal pembukaan rekening Rp. 2.500 dan setoran selanjutnya minimal Rp. 500
- c) Bagi hasil 45% yang menguntungkan

6) Tarawi (Tabungan Ukhrawi)

Karakteristik dan ketentuan umum

- a) Tarawi disiapkan bagi anda yang ingin beramal untuk kaum dhuafa
- b) Bagi hasil tidak diberikan kepada anggota/calon anggota akan tetapi digunakan untuk membantu fakir miskin/yatim piatu dan 50% BMT
- c) Setoran awal pembukaan rekening Rp. 25.000 dan selanjutnya Rp. 5.000

7) Siberkah (Simpana Berjangka Mudharabah)

Karakteristik dan ketentuan umum:

- a) Siberkah merupakan tabungan yang hanya dapat ditarik dalam jangka waktu minimal 1 tahun.
- b) Jumlah minimal setoran awal dan merikunya minimal Rp. 500.000
- c) Menggunakan akad mudharabah dan mutalaqah

8) Sajadah (Simpanan berjangka wadiah Berhadiah)

Karakteristik dan ketentuan umum:

- a) Simpanan dengan keuntungan yang dapat dinikmati dengan memperoleh hadiah langsung tanpa diundi.
- b) Menggunakan akad wadiah yad al-dhamanah
- c) Dapat ditarik dalam kurun waktu 1 tahun.

B. Produk pembiayaan

1) Al-Qardul Hasan

Karakteristik dan ketentuan umum:

- a) Pembiayaan dengan plafond maksimal Rp. 1.000.000

- b) Pembiayaan tanpa bagi hasil atau margin/keuntungan.
- c) Dianjurkan memberikan jaza'ul ihsan (balas budi) sesuai dengan keikhlasan mitra.
- d) Waktu maksimal 36 bulan dengan angsuran mingguan atau cash tempo.

2) Murabahah dan Bai' Bitsamanil Ajil (BBA)

Karakteristik dan ketentuan umum:

- a) Pembiayaan dengan cara BMT NU Jawa Timur menjual barang yang dibutuhkan oleh mitra secara kredit.
- b) BMT NU Jawa Timur memperoleh margin (keuntungan) mulai 1,3% dari harga pokok barang
- c) Plafond dan waktu pembiayaan sesuai dengan kesepakatan, dengan cara angsuran mingguan, atau bulanan (bai' bitsamanil ajil/BBA) atau cash tempo/pembayaran diakhir jangka waktu (akad murabahah)
- d) Untuk murabahah mitra diharuskan memberikan DP (uang muka) maksimal 20% dari harga jual barang.

3) Mudharabah dan musyarakah

Karakteristik dan ketentuan umum:

- a) Pembiayaan dengan sistem bagi hasil antar shohibul maal (BMT NU) dengan mudharib (mitra)
- b) Plafond dan waktu pembiayaan sesuai kesepakatan.
- c) Musyarakah: modal usahana dari kedua belah pihak (sharing modal) hasil sesuai dengan struktur modal.

d) Mudlarabah: modal usaha seluruh nya di sediakan BMT dengan nisbah bagi hasil 65% (BMT) dan 35% (mitra). Dan atau kesepakatan bersama.

4) Rahn/Gadai

Karakteristik dan ketentuan umum:

- a) Barang yang bisa digadaikan berupa perhiasan emas dan barang berharga lainnya.
- b) Mitra menanggung biaya taksir mulai 0,5% dari nilai taksir barang yang digadaikan
- c) Jumlah pembiayaan 80% dari nilai taksir barang.
- d) Memberikan ujroh/biaya penitipan sebesar Rp.6 dari nilai taksir barang untuk kelipatan Rp. 10.000
- e) Ujroh dihitung setiap hari (sistem harian), jangka waktu gadai maksimal 4 bulan dengan masa tenggang 15 hari dan dapat di perpanjang kembali.

C. Produk Jasa

1) Pembiayaan Rekening

BMT NU Jawa Timur menyediakan layanan jasa segala macam pembayaran seperti: PLN, internet, pulsa, tranfer uang antar bang seluruh Indonesia dan luar negeri, pembayaran biaya pendidikan seluruh Indonesia, dan pendaftara Haji dan Umrah.

2) Layanan Antar Jemput Tabungan dan Pembiayaan.

BMT NU Jawa Timur menyediakan layanan yang siap mengantarkan dan menjemput tabungan.

2. Paparan Data

1. Strategi Pemasaran Pada Tabungan Sajadah Di KSPPS BMT Nuansa Umat Cabang Tlanakan Pamekasan.

Dari hasil data wawancara, observasi, dan dokumentasi yang dilakukan peneliti di BMT NU Cabang Tlanakan Pamekasan, BMT NU Cabang Tlanakan Pamekasan menerapkan strategi pemasaran dengan menggunakan *segmenting, targeting, dan positioning* (STP).

A) *Segmenting*

Dalam hal ini peneliti melaksanakan wawancara dengan kepala cabang BMT NU cabang Tlanakan pamekasan yaitu bapak Hanafi terkait *segmenting* pada produk tabungan sajadah berikut isi wawancara tersebut.

“Untuk meningkatkan daya saing produk tabungan terutama produk tabungan sajadah BMT NU Cabang Tlanakan Pamekasan melakukan setrategi *segmenting* dengan menargetkan pada para pedagang yang ingin menyimpan uang.

”²

Selanjutnya peneliliti mewawancarai karyawan yang bernama Taufiqur Rahman.

² Hanafi, *Wawancara*, BMT NU Cabang Tlanakan Pamekasan, Tanggal 17 Mei 2023

“segmen pasar untuk tabunga nsajadah ini kamu prioritaskan kepada para pedagang karena disekitar kantor BMT NU cabang Talanakan Pamekasan ini banyak sekali pusat perdagangan.”³

Dari hasil wawancara diatas dapat dinyatakan bahwa untuk menambah nilai saing pada produk tabungan sajadah BMT NU Cabang Tlanakan Pamekasan tubungan sajadah disana dikhusus kan atau di prioritaskan untuk para pedagang karena BMT NU cabang Tlanakan Pamekasan berdekatan dengan pusat perdagangan.

B) Targeting

Dalam hal ini peneliti melakukan wawancara pada kepala cabang BMT NU cabang Tlanakan Pamekasan mengenai taget pasar untuk produk tabungan sajadah.

“Untuk strategi targeting di BMT NU cabang Tlanakan Pamekasan memasang target 5 anggota dalam 1 bulan untuk mencapai target tersebut kami pergi ke para pedagang yang berada di sekitar BMT NU cabang Tlanakan pamekasan untuk memasarkan langsung produk tabungan sajadah.”⁴

Peneliti juga mewawancarai kayawan BMT NU cabang Tlanakan Pamekasan mengenai target pasar produk tabungan sajadah yang bernama Joni Sodikin berikut isi wawancaranya.

“Untuk tabungan sajadah BMT NU cabang Tlanakan Pamekasan tidak memasang taget 5 anggota dalam 1 bulannya

³ Taufiqur Rahman, *Wawancara*, BMT NU Cabang Tlanakan Pamekasan, Tanggal 17 Mei 2023

⁴ Hanafi, *Wawancara*, BMT NU Cabang Tlanakan Pamekasan, Tanggal 17 Mei 2023

jadi kami harus mencari anggota untuk bergabung menjadi anggota dari tabungan sajadah dengan cara pergi ke para pedagang yang ada di sekitar kantor untuk menawarkan produk tabungan sajadah.”⁵

Dari hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa target anggota tabungan sajadah dalam 1 bulan adalah 5 anggota untuk mencapai target tersebut BMT NU cabang Tlanakan melakukan penawaran langsung pada para pedagang yang ada di sekitar BMT NU cabang Tlanakan Pamekasan.

C) *Positioning*

Positioning adalah strategi yang dilaksanakan perusahaan agar gampang dikenal dan ada di benak masyarakat. Positioning terlahir bukan hanya dari perbincangan pemasarannya, melainkan dari kemampuan produk yang dipasarkan tempat, pegawai, dan proses pemasarannya. Dalam hal ini peneliti melaksanakan wawancara bersama kepala cabang BMT NU cabang Tlanakan Pamekasan.

“Untuk memudahkan masyarakat mengingat tentang tabungan sajadah BMT NU cabang Tlanakan Pamekasan akan memberikan bonus kepada anggota yang ingin menabung dan bonus tersebut bisa dinikmati diawal ketika sudah melakukan pembukuan rekening tabungan sajadah.”⁶

⁵ Joni Sodikin, *Wawancara*, BMT NU Cabang Tlanakan Pamekasan, Tanggal 17 Mei 2023

⁶ Hanafi, *Wawancara*, BMT NU Cabang Tlanakan Pamekasan, Tanggal 17 Mei 2023

Kemudian peneliti melakukan wawancara dengan anggota tabungan sajadah di BMT NU cabang Tlanakan Pamekasan mengenai positioning yang bernama Rahemah.

“saya menabung menggunakan produk tabungan sajadah karena adanya hadiah yang saya dapat pada saat saya melakukan pembukaan rekening dan hadiah tersebut bisa saya nikmati di awal dan juga tidak adanya pemotongan pada saat saya mengambil uang tabungan saya.”⁷

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa BMT NU cabang Tlanakan Pamekasan melakukan strategi positioning pada tabungan sajadah agar dapat diingat di benak masyarakat dengan cara memberikan hadiah di awal pembukaan tabungan sajadah dan hadiah tersebut dapat dinikmati langsung.

2. Kendala Segmentasi, Targeting, Dan Positioning Pada Tabungan Sajadah Di KSPPS BMT Nuansa Umat Cabang Tlanakan Pamekasan.

a. Kendala *Segmenting*

Dari kendala segmenting ini peneliti melakukan wawancara dengan kepala cabang BMT NU cabang Tlanakan Pamekasan berikut isi dari wawancara tersebut.

⁷ Rahemah, *Wawancara*, BMT NU Cabang Tlanakan Pamekasan, Tanggal 17 Mei 2023

“Kendala dari segmenting pasar di BMT NU cabang Tlanakan Pamekasan pada tabungan sajadah adalah banyak pedagang yang sudah memakai bank konvensional sebagai tempat menabung uangnya.”⁸

Hal yang di sampaikan oleh oleh kepala cabang tersebut selaras dengan apa yang disampaikan karyawan BMT NU cabang Tlanakan Pamekasan yaitu Moh. Ihlas.

“dari beberapa para pedagang yang saya datangi kebanya para pedagang yang berada di sekitar kantor BMT NU cabang Tlanakan Pamekasan sudah menggunakan bank konvensional sebagai tempat untuk menabung uangnya .”⁹

Berdasarkan hasil wawancara diatas kendala dari segmenting pada tabungan sajadah adalah kebanyakan para pedagang yang ada di sekitar kantor BMT NU cabang Tlanakan Pamekasan sudah menggunakan bank konvensional sebagai alat untuk menabung uang mereka.

b. Kendala *Targeting*

Untuk kendala dari tergeting ini peneliti melaksanakan wawancara bersama kepala cabang BMT NU cabang Tlanakan Pamekasan yaitu bapak Hanafi berikut hasil wawancaranya.

“kendala targeting di BMT NU cabang Tlanakan Pamekasan adalah tabungan sajadah kurang dikenal luas oleh masyarakat karena hanya menawarkan pada para pedagang yang ada di sekitar kantor ”¹⁰

⁸ Hanafi, *Wawancara*, BMT NU Cabang Tlanakan Pamekasan, Tanggal 17 Mei 2023

⁹ Moh. Ihlas, *Wawancara*, BMT NU Cabang Tlanakan Pamekasan, Tanggal 17 Mei 2023

¹⁰ Hanafi, *Wawancara*, BMT NU Cabang Tlanakan Pamekasan, Tanggal 17 Mei 2023

Hal tersebut selaras dengan apa yang di sampaikan oleh anggota tabungan sajadah BMT NU cabang Tlanakan pamekasan yaitu Joni Sodikin.

“tabungan sajadah hanya dikenal oleh para pedagang yang ada disekitar kantor BMT NU cabang Tlanakan Pamekasan jadi banyak masyarakat di luar kawasan kantor tidak mengetahui tentang tabungan sajadah.”¹¹

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapatdisimpulkan bahwa kendala dari targeting adalah tabungan sajadah yang ada di BMT NU cabang Tlanakan Pamekasan tidak dikenal oleh masyarakat luas karena hanya pasarkan pada para pedagang yang ada di sekitar kantor BMT NU cabang Tlanakan Pamekasan.

c. Kendala *positioning*

Mengenai kendala posirtioning ini peneliti melakukan wawan cara dengan kepala cabang BMT NU cabang Tlanakan Pamekasan berikut hasil wawancaranya.

“Kendala dari positioning ini adalah ada beberapa masyarakat caln anggota yang mengundurkan diri untuk menjadi anggota tabungan sajadah dikarenakan jangka waktu yang yangditentukan untuk tabungan sajadah adalah 1 tahun.”¹²

Hal tersebut berhubungan dengan apa yang disampaikan oleh anggota dari BMT NU cabang Tlanakan Pamekasan yaitu ibu Rahemah.

“Saya sudah satu tahun menjadi anggota dari produk tabungan sajadah saya memberi tahu pada tetangga saya untuk memakai tabungan sajadah

¹¹ Rahemah, *Wawancara*, BMT NU Cabang Tlanakan Pamekasan, Tanggal 17 Mei 2023

¹² Hanafi, *Wawancara*, BMT NU Cabang Tlanakan Pamekasan, Tanggal 17 Mei 2023

sebagai tempat untuk menyimpan uangnya setelah pergi ke BMT NU cabang Tlanakan Pamekasan tetangga saya membatalkan untuk menjadi anggota tabungan sajadah karena jangka waktu untuk mengambil tabungan sajadah adalah 1 tahun menurut tetangga saya hal tersebut sangat lama.”¹³

Dari hasil wawancara tersebut kendala dari positioning adalah adanya beberapa anggota yang mengundurkan diri untuk menjadi anggota tabungan sajadah karena jangka waktu untuk pengambilan tabungan sajadah adalah 1 tahun hal tersebut menurut berapa masyarakat terlalu lama.

3. Temuan Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang didapat oleh hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi. Peneliti memperoleh beberapa temuan sebagai berikut:

1. Strategi Pemasaran Pada Tabungan Sajadah Di KSPPS BMT Nuansa Umat cabang Tlanakan Pamekasan

- A) Strategi segementing tabungan sajadah dilakukan dengan cara prioritaskan untuk para pedagang.
- B) Strategi targeting untuk mencapai target dilakukan dengan cara menawarkan langsung produk tabunga sadah pada para pedagang.
- C) Target anggota dalam 1 bulan tabungan sajadah adalah 5 anggota.
- D) Tabungan sajadah di memberikan bonus di awal pada anggotanya
- E) Tidak ada pemotongan saat pengambilan tabungan
- F) Jangka waktu pengambilan tabungan yaitu 1 tahun

¹³ Rahemah, *Wawancara*, BMT NU Cabang Tlanakan Pamekasan, Tanggal 17 Mei 2023

G) Adanya bonus yang bisa dinikmati di awal saat mendaftar sebagai anggota dari tabungan sajadah

2. Kendala Segmenting, Targeting, dan Positioning Pada Tabungan Sajadah Di KSPPS BMT Nuansa Umat Cabang Tlanakan Pamekasan.

- a. Kendala segmenting pada tabungan sajadah adalah pedagang kebanyakan sudah menggunakan bank konvensional untuk menyimpan uangnya.
- b. Kendala dari targeting tabunga sajadah adalah masyarakat diluar daerah tlanakan tidak mengetahui tentang tabungan sajadah karena hanya ditawarkan di sekitar kantor BMT NU cabang Tlanakan Pamekasan.
- c. Kendala positioning tabungan sajadah adalah ada beberapa masyarakat yang mengundurkan diri untuk menjadi tabungan sajadah karena jangka waktu pada tabungan sajadah lumayan lama yaitu 1 tahun.

4. Pembahasan

Pembahasan adalah hasil dari penelitian yang dapat dijelaskan sebagai pemikiran asli peneliti untuk memberikan penjelasan dan interpretasi atas hasil penelitian yang telah dianalisis guna menjawab pertanyaan pada penelitiannya.

Berdasarkan hasil temuan data dan temuan penelitian diatas yang telah diuraikan oleh peneliti diatas, maka pembahasan yang bersangkutan dengan implementasi strategi pemasaran pada tabungan sajadah dalam menambah jumlah

anggota di KSPPS BMT nuansa umat cabang Tlanakan Pamekasan adalah sebagai berikut:

1. Strategi Pemasaran Pada Tabungan Sajadah Di KSPPS BMT Nuansa Umat cabang Tlanakan Pamekasan

Setelah peneliti melakukan penelitian lapangan ke BMT NU cabang Tlanakan Pamekasan, berdasarkan hasil penelitian peneliti strategi yang digunakan BMT NU cabang Tlanakan Pamekasan dalam memasarkan produk tabungan sajadah BMT NU cabang Tlanakan Pamekasan salah satunya menggunakan strategi segmenting, targeting, dan positioning (STP)

a) Segmenting

Segmenting yaitu pembagian kelompok konsumen atau pembeli pada suatu bisnis yang mempunyai kebutuhan, karakteristik, dan juga perilaku berbeda atau heterogeny di dalam pasar tertentu yang kemudian akan menjadi satu pasar homogen nantinya serta menjadi sasaran pasar dengan strategi sendiri.

Segmentasi pasar ini merupakan salah satu strategi yang ada di dalam dunia bisnis dengan mengelompokkan produk yang dimiliki sesuai dengan kemiripan, kesamaan, minat, dan juga kebutuhan pelanggan.

Segmenting atau segmentasi pasar akan mempermudah perindustrian untuk melaksanakan jenis marketing marketing yang selaras untuk mencari target pemasaran.

BMT NU cabang Tlanakan memprioritaskan atau memfokuskan tabungan sajadah kepada para pedagang yang ada di sekitar BMT NU

cabang Tlanakan Pamekasan karena jumlah parapedagang yang ada di sekitar sangat banyak dan juga berdekatan dengan pasar.

Dengan memprioritaskan atau di khususkan kepada para pedagang yang berada di sekitar BMT NU cabang Tlanakan Pamekasan strategi tersebut sangat efektif karena kantor BMT NU cabang Tlanakan Pamekasan berdekatan dengan banyak Pusat perdagangan.

Dari hasil wawancara yang dilaksanakan peneliti di BMT NU cabang Tlanakan Pamekasan melakukan strategi segmentasi untuk memasarkan produk tabungan sajadah dengan cara memprioritaskan atau di khususkan untuk para pedagang yang ada disekitar kantor BMT NU cabang Tlanakan pamekasan.

B) Targeting

Targeting merupakan cara menentukan pasar yang akan dimasuki dan strategi Perusahaan dalam mengoptimalkan pasar tersebut dengan mengimplementasikan konsep prioritas, variabilitas, fleksibilitas.

Targeting termasuk tindakan menganalisis ketertarikan dan minat pasar sekaligus penentuan segmen yang akan menjadi target pasar.

Sehabis dilakukannya segmenting atau segmentasi dan diketahui kelompok atau segmen pasar perusahaan harus melakukan targeting atau melakukan target pasar.

Dalam hal ini perusahaan harus benar-benar mengevaluasi untuk target yang harus ditentukan. Begitu pula dilakukan BMT NU cabang Tlanakan Pamekasan dalam memasarkan produk tabungan sajadahnya.

Untuk mencapai target pasar BMT NU cabang Tlanakan Pamekasan melakukan penawaran langsung pada masyarakat dan para pedagang yang ada disekitar kantor dengan cara mendatangi langsung kerumah masyarakat dan ke para pedagang yang ada di sekitar kantor BMT NU cabang Tlanakan Pamekasan.

Dekatnya BMT NU cabang Tlanakan Pamekasan degan pusat perdagangan dan pusat perbelanjaan kemungkinan besar target tersebut dapat dacapai dan juga ditambah oleh adanya bonus yang bisa di nikmati diawal pembukaan rekening tabungan.

C) Positioning

Positioning adalah strategi komunikasi untuk memasuki jendela otak konsumen agar produk memiliki arti tertentu dan nilai terhadap produk serta brand dalam wujud hubungan asosiatif. Sehingga calon konsumen dalam segmen asartersebut merasa produk tersebut sesuai dengan kebutuhan nya.

Begitupun juga yang diterapkan BMT NU cabang Tlanakan Pamekasan untuk memasarkan produk tabungan sajadahnya, disini BMT NU cabang Tlanakan Pamekasan melakukan brand image pada tabungan sajadah dengan cara memberikan bonus di awal pada anggotanya.

Dengan hal tersebut pandangan masyarakat terhadap tabungan sadah suatu tabungan yang sangat menguntungkan karena mendapatkan hadiah diawal.

Dengan pemikiran dan pandangan masyarakat tentang tabungan sajadah adalah tabungan yang sangat menguntungkan karena adanya

bonus yang bisa mereka nikmati di awal maka tidak sedikit masyarakat yang menggunakan produk tabungan sajadah untuk menabung uangnya dengan menggunakan produk tabungan sajadah yang ada di BMT NU cabang Tlanakan Pamekasan.

Peneliti menganalisis bahwa strategi pemasaran segmenting, targeting, dan positioning di BMT NU cabang Tlanakan pamekasan berjalan efektif karena strategi segmenting pada tabungan sajadah di BMT NU cabang Tlanakan Pamekasan dengan memprioritaskan pada para pedagang sangat cocok dengan tempat berdirinya kantor karena berdekatan dengan pertokoan dan pusat perdagangan, begitu pula dengan strategi targeting BMT NU cabang Tlanakan Pamekasan dalam mencapai target pemasaran dengan cara menawarkan langsung pada masyarakat dan para pedagang dengan menjelaskan langsung tentang tabungan sajadah masyarakat jadi langsung mengerti dan kemungkinan besar mau bergabung menjadi anggota tabungan sajadah.

Serta strategi positioning yang dilakukan BMT NU cabang Tlanakan Pamekasan untuk menanamkan pada pikiran masyarakat tentang tabungan sajadah dengan cara memberikan bonus untuk para anggotanya yang dapat dinikmati di awal jadi masyarakat berpikiran tabungan sajadah adalah tabungan yang menguntungkan untuk para anggotanya.

2. Kendala Segmenting, Targeting, Dan Positioning Pada Tabungan Sajadah Di KSPPS BMT Nuansa Umat Cabang Tlanakan Pamekasan.

a. Kendala *Segmenting*

Kendala segmenting merupakan tindakan mengklarifikasi pasar ke dalam kelompok-kelompok dengan berbagai kategori. Kendala yang dihadapi BMT NU cabang Tlanakan Pamekasan dalam melakukan segmen pasar adalah para pedagang yang ada disekitar kantor BMT NU cabang Tlanakan Pamekasan kebanyakan sudah menggunakan bank konvensional sebagai tempat untuk menabung uangnya. Jadi BMT NU cabang Tlanakan Pamekasan harus mengevaluasi ulang segmen pasar padatabungan sajadah.

Dari beberapa para pedagang yang di datangi dan ditawarkan produk tabungan sajah oleh karyawan BMT NU cabang Tlanakan Pamekasan beberapa pedagang yang ada di sekitar kantor telah menyimpan uangnya di bank konvensional.

Karena masyarakat yang ada di sekitar BMT NU Cabang Tlanakan Pamekasan kebanyakan berprofesi sebagai pedagang dengan jangka waktu pengambilan tabungan sajadah dengan waktu 50 minggu tidak cocok untuk masyarakat karena rputaran uang bagi para pedagang berjalan terus setiap harinya jadi tidak memungkinkan masyarakat sekitar menggunakan produk tabungan sajadah.

b. Kendala *Targeting*

Kendala yang dialami BMT NU cabang Tlanakan Pamekasan mengenai strategi targeting adalah masyarakat sekitar kantor yang mengetahui tentang produk tabungan sajadah tersebut karena untuk mencapai target pasaran BMT NU cabang Tlanamakan Pamekasan

menggunakan cara menawarkan langsung pada masyarakat dan para pedagang yang ada disetar kantor.

Hal tersebut menyebabkan produk tabungan sajadah yang ada di BMT NU cabang Tlanakan pamekasan tidak dikenal oleh masyarakat luar karena hanya di tawarkan di daerah sekitar kantor BMT NU cabang Tlanakan Pamekasan. Jadi untuk mengantisipasi hal tersebut BMT NU cabang Tlanakan Pamekasan harus memperluas pasarnya agar produk tabungan sajadah banyak diketahui dan tidak menutup kemungkinan diminati oleh masyarakat diluar sana.

c. *Kendala Positioning*

Kendala positioning yang dihadapi BMT NU cabang Tlanakan Pamekasan dalam memasarkan produk tabungan sajadah adalah adanya beberapa calon anggota yang mengundurkan dirinya untuk menjadi bagian dari anggota tabungan sajadah. Jadi BMT NU cabang Tlanakan Pamekasan lumayan banyak kehilangan anggotanya.

Hal tersebut di sebabkan oleh lamanya jangka waktu untuk pengambilan tabungan sajadah yaitu 1 tahun. Dngan waktu tersebut beberapa calon anggota menganggap waktu tersebut lumayan lama karena dengan mayoritas penduduknya sebagai pedagang jadi perputaran uang masyarakat sangatlah cepat.

Peneliti menganalisis bahwa ada kendala yang dihadapi BMT NU cabang Tlanakan Pamekasan seperti banyak para pedagang yang ada di sekitar kantor BMT NU cabang Tlanakan Pamekasan yang sudah menggunakan bank konvensional dan tabungan sajadah yang hanya

dikenal oleh masyarakat sekitar BMT NU cabang Tlanakan Pamekasan tidak dikenal oleh masyarakat luar daerah Tlanakan.

Serta adanya beberapa calon anggota yang mengundurkan dirinya karena jangka waktu pengambilan tabungan sajadah menurut mereka lumayan lama.

Tetapi hal tersebut tidak mengurangi minat masyarakat lain untuk menggunakan produk tabungan sajadah karena adanya bonus yang mereka bisa nikmati di awal pembukaan rekening membuat masyarakat begitu antusias dan tertarik untuk menggunakan produk tabungan sajadah untuk menyimpan uangnya.

