

## BAB IV

### PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Paparan Data

##### 1. Profil KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang

###### a. Sejarah Berdirinya KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong

Berdirinya KSPP syariah BMT NU Cabang Camplong tidak terlepas dari peran KSPP syariah BMT NU Gapura sebagai kantor pusatnya. Maka, berbicara mengenai sejarah berdirinya BMT NU cabang Camplong, tidak jauh berbeda dari sejarah berdirinya KSPP syariah BMT NU Gapura.<sup>76</sup>

Ummat islam mayoritas dari mereka berada di garis kemiskinan. Mereka memang tumbuh, tapi kerap layu hingga sukar berkembang. Sementara rentenir dan tengkulak diam-diam telah melumat dan mencekik leher mereka.

Sejatinya, ummat islam mempunyai potensi yang sangat besar dalam bidang ekonomi. Tetapi mengapa masih berada di “pinggiran” dalam peta perekonomian. Salah satu penyebabnya adalah belum adanya kesadaran bersama untuk melakukan gerakan secara berjama’ah untuk memaksimalkan potensi yang besar itu. Untuk itulah pendirian KSPP syariah Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) oleh MWC Gapura menjadi sangat urgent untuk meningkatkan kualitas ummat melalui jalur ekonomi dan sosial yang di kelola berdasarkan syariah islam.<sup>77</sup>

---

<sup>76</sup><http://bmtnujatim.com>, diakses pada tanggal 21 Juni 2022 pukul 10.59 WIB.

<sup>77</sup>Ibid.

Serangkaian upaya telah dilakukan oleh lembaga perekonomian MWC NU Gapura, diawali dengan pelatihan kewirausahaan (08-10 april 2003), bincang bersama alumni pelatihan guna merumuskan model penguatan ekonomi kerakyatan (13 juni 2003), temu usaha (21 november 2003), lokakarya tanaman alternatif selain tembakau (13 mei 2004) dan lokakarya perencanaan pembentukan BUMNU (badan usaha milik NU).

Dari lokakarya tersebut akhirnya ditemukan bahwa persoalan yang perlu pertama kali diatasi adalah penguatan modal bagi usaha umat islam yang selama ini kurang mendapatkan akses permodalan dan dikuasai oleh para pemodal besar atau praktek rentenir yang cenderung mencekik usaha mereka. Setidaknya, kesimpulan tersebut dikuatkan dengan informasi data yang diberikan oleh karyawan salah satu bank harian bahwa jumlah nasabah mereka di Kec Gapura pada bulan juli 2004 mencapai 3.311 orang. Akhirnya pada tanggal 01 juni 2004 pengurus MC NU menyepakati untuk mendirikan sebuah usaha simpan pinjam pola syari'ah yang di beri nama BMT (*Baitul Maal wa Tamwil*).

Saat pertama kali didirikan, koperasi ini dikelola oleh dua orang yaitu bapak masyudi selaku direktur utama KSPP.Syari'ah BMT NU serta rekannya. Modal awal koperasi ini hanyalah sebesar Rp. 400.000, (Empat Ratus Ribu Rupiah). Keberadaan koperasi ini tidak serta merta diterima oleh masyarakat. Butuh waktu yang cukup lama untuk mendapatkan kepercayaan oleh masyarakat. Pengelolapun hampir putus asa, karena sejak didirikan hingga maret 2004 belum ada penabung. Tetapi, semangat terus dilakukan bahwa semuanya membutuhkan proses dan usaha. Kemudian seiring dengan berjalannya waktu ternyata kehadiran BMT NU sangat membantu masyarakat miskin dalam hal permodalan, sehingga

BMT NU semakin berkembang, dan dari perkembangan inilah BMT NU Gapura mulai mendirikan cabang diberbagai tempat seperti halnya di Desa Dungkek, Saronggi, Bluto, Pragaan, Rubaru, Manding, Batu Putih, Batang-Batang dengan tujuan yang sama yaitu membantu masyarakat miskin dalam hal permodalan dan menjauhkan dari kekejaman para rentenir.

#### **b. Visi dan Misi BMT NU Jatim Cabang Camplong Sampang**

##### **Visi:**

Terwujudnya BMT NU yang jujur, amanah, dan profesional sehingga anggun dalam layanan, unggul dalam kinerja menuju terbentuknya 100 kantor cabang pada tahun 2026 untuk kemandirian dan kesejahteraan anggota

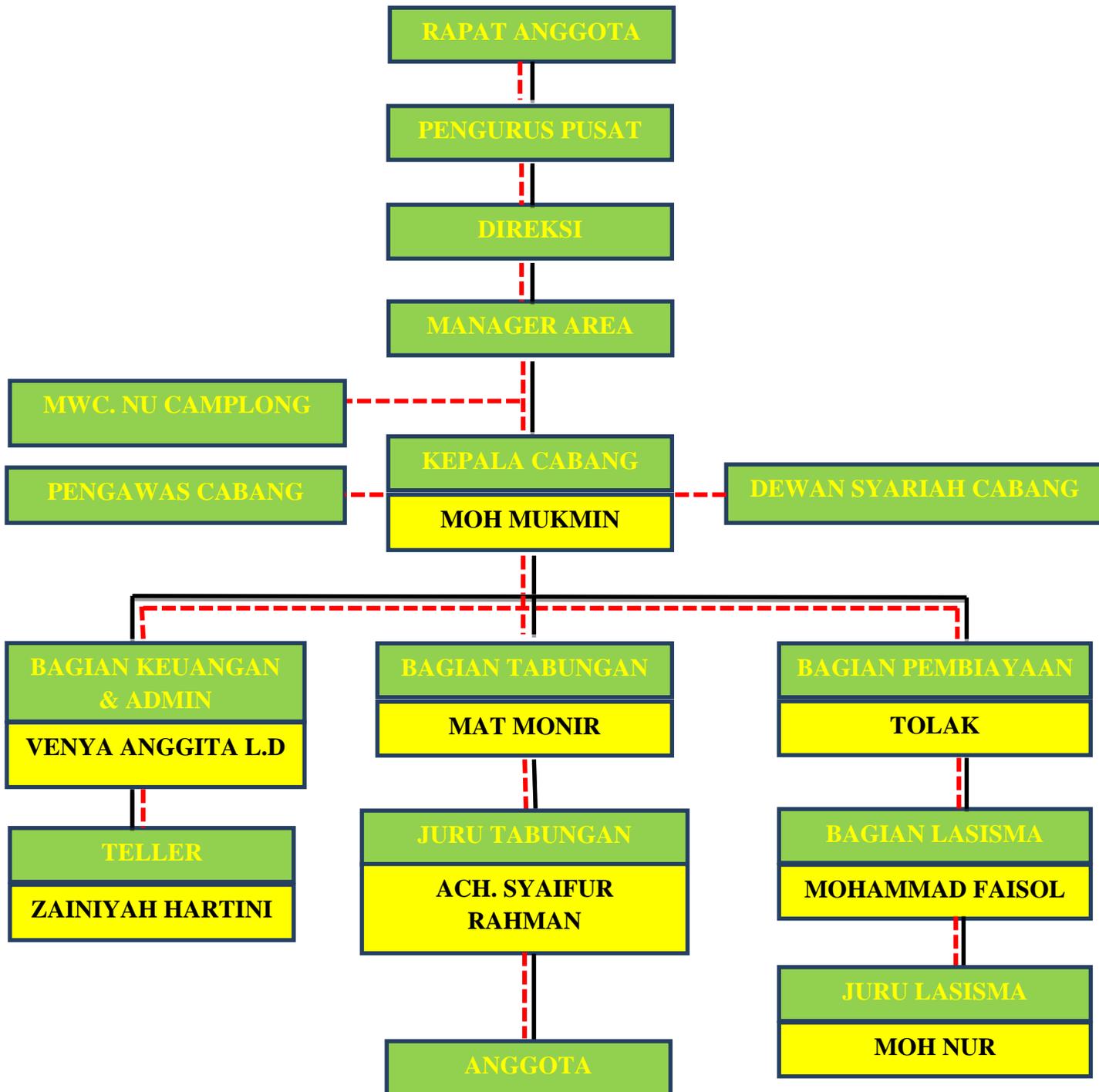
##### **Misi:**

- 1) Memberikan layanan prima, bina usaha dan solusi kepada anggota sebagai pilihan utama Menerapkan dan mengembangkan nilai-nilai.
- 2) Syariah secara murni dan konsekuen sehingga menjadi acuan tata kelola usaha yang profesional dan amanah.
- 3) Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan yang berkesinambungan menyuju berdirinya 100 kantor cabang pada tahun 2023.
- 4) Mengutamakan penghimpunan dana atas dasar ta'awun dan penyaluran pembiayaan pada segment UMKM baik secara Perseorangan maupun berbasis jamaah.
- 5) Mewujudkan penghimpunan dan penyaluran zakat, infaq, shodaqah, dan waqaf.

c. Struktur Pengola KSPPS BMT NU Jatim Cabang Camplong

Bagan 4.1

Struktur Pengelola KSPPS BMT NU Cabang Camplong Sampang



Sumber: Dokumen BMT NU Cabang Camplong

Keterangan

Garis Instruksi : —————

Garis Koordinasi : - - - - -

#### **d. Tugas dan Tanggung jawab**

##### **1) Keuangan dan administrasi**

Tugas dan tanggung jawab

- a) Melakukan penghimpunan dana
- b) Memberikan pelayanan prima kepada setiap anggota, memastikan terlaksananya pelayanan yang memuaskan kepada mitra/anggota.
- c) Membuat laporan kegiatan kepada kepala cabang secara berkala sebagai pertanggungjawaban seluruh aktivitas bagian keuangan,
- d) Memeriksa dan/atau menandatangani dokumen-dokumen. / formulir / data-data yang berkaitan dengan bidang tugas Bagian keuangan.
- e) Mengarsip laporan keuangan dan berkas-berkas yang berkaitan secara langsung dengan keuangan

##### **2) Bagian Pembiayaan**

Tugas dan tanggung jawab

- a) Melaksanakan administrasi akad pembiayaan, pengikatan agunan, teguran angsuran, pelunasan pembiayaan serta kunjungan lapangan.
- b) Memastikan seluruh pengajuan pembiayaan telah diproses sesuai dengan proses sebenarnya dan bertanggung jawab terhadap terlaksananya proses pembiayaan dari pengajuan hingga realisasi.
- c) Melakukan survey tingkat kelayakan dan melakukan kepatutan calon debitur dalam menilai agunan pembiayaan setelah mendapatkan disposisi dari kepala cabang.

### **3) Bagian Tabungan**

Tugas dan tanggung jawab

- 1) Memonitoring Saldo Simpanan masing-masing Anggota dan Penabung;  
Bertanggungjawab seluruh transaksi di lapangan pada hari yang sama sebelum tutup Kas. Dan jika pada saat Kas telah ditutup tetapi masih di lapangan, maka transaksi dilakukan keesokan harinya dan atas sepengetahuan Kepala Cabang.
- 2) Bertanggung jawab penuh atas seluruh transaksi yang terjadi di lapangan
- 3) Memastikan simpanan yang harus dijemput telah dilaksanakan sesuai dengan waktu yang telah ditentukan
- 4) Memastikan tidak ada selisih antara dana yang dijemput dengan dana yang disetorkan ke teller
- 5) Membuat laporan kegiatan kepada kepala cabang secara berkala sebagai pertanggung jawaban seluruh aktivitas bagian keuangan.

### **4) Teller**

Tugas dan tanggung jawab

- a) Memberikan pelayanan secara prima kepada setiap anggota dan Penabung
- b) Menghitung keadaan keuangan atau transaksi setiap hari
- c) Melakukan Chek Fisik uang tunai setiap hari
- d) Melakukan Verifikasi dan Transaksi Harian
- e) Mengatur dan menyiapkan pengeluaran uang tunai baik pembiayaan maupun simpanan yang telah disetujui oleh kepala Cabang.

## **e. Produk BMT NU Cabang Camplong**

### **1) Produk Tabungan**

Dalam produk tabungan BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang terdiri dari:<sup>78</sup>

#### **a) SIAGA (Simpanan Anggota)**

Tabungan yang disediakan bagi yang berminat menjadi anggota sekaligus pemilik KSPP.Syariah BMT NU dengan bagi hasil yang menguntungkan dengan menggunakan akad musyarakah. Siaga terdiri dari: siaga pokok dibayar satu kali sebesar Rp.100.000, siaga wajib di bayar setiap bulan Rp.20.000, siaga khusus dibayar kapan saja dengan setoran minimal Rp.100.000, siaga pokok dan wajib hanya bisa ditarik ketika berhenti dari keanggotaan sedangkan siaga khusus dapat di tarik setiap bulan januari.

#### **b) SIDIK Fathonah (Simpanan Pendidikan Fathonah)**

Simpanan untuk siswa dan orang tua siswa yang ingin meraih cita-cita pendidikan secara sempurna dengan bagi hasil yang menguntungkan dengan menggunakan akad mudharabah muthlaqah yang dapat disetor kapanpun dan ditarik pada saat Tahun Ajaran Baru dan Semesteran.

#### **c) SAJADAH (Simpanan Berjangka Wadiah Berhadiah)**

Simpanan dengan keuntungan yang dinikmati diawal dengan memperoleh hadiah langsung tanpa diundi. Menggunakan akad wadi'ah yad dhamanah, dapat ditarik berdasarkan ketentuan yang berlaku.

---

<sup>78</sup> Data berdasarkan brosur KSPP Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang.

**d) SIBERKAH (Simpanan Berjangka Mudharabah)**

Simpanan dengan keuntungan yang melimpah dengan bagi hasil 65% menggunakan akad mudharabah mutlaqah.

**e) SAHARA (Simpanan Haji dan Umrah)**

Simpanan yang dapat mempermudah menunaikan ibadah haji dan umrah dengan memperoleh keuntungan dengan bagi hasil 65% sebagai bekal tambahan biaya haji dan umrah.

**f) SABAR (Simpanan Lebaran)**

Simpanan yang bisa mempermudah memenuhi kebutuhan lebaran dengan keuntungan 55%. Menggunakan akad mudharabah mutlaqah. Setoran kapan saja dan penarikan hanya bisa dilakukan setiap bulan ramadhan.

**g) TABAH (Tabungan Mudharabah)**

Simpanan yang bisa mempermudah memenuhi kebutuhan sehari-hari karena setoran dan penarikan dapat dilakukan kapan saja dengan bagi hasil 40%.

**h) TARAWI (Tabungan Ukhrawi)**

Tabungan sekaligus beramal karena bagi hasilnya disedekahkan kepada fakir miskin dan yatim piatu. Menggunakan akad mudharabah muthlaqah dengan setoran awal Rp.25.000 dan selanjutnya Rp.5.000 dengan bagi hasil 50%.

## **2) Produk Pembiayaan/pinjaman**

Sedangkan produk pembiayaan syariah di BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang terdiri dari:<sup>79</sup>

### **a) Al-Qardlul Hasan**

Pembiayaan dengan jasa seikhlasnya (tanpa bagi hasil & margin), jangka waktu maksimal 36 bulan dengan angsuran mingguan, bulanan atau cash tempo.

### **b) Bai' Bitsamanil Ajil (BBA) dan mudharabah**

Pembiayaan dengan pola jual beli barang. Harga pokok diketahui bersama dengan harga jual berdasarkan kesepakatan bersama. Selisih harga pokok dengan harga jual merupakan margin/keuntungan KSPP. Syariah BMT NU. Jangka waktu maksimal 36 bulan dengan angsuran bulanan atau cash tempo.

### **c) *Mudharabah dan Musyarakah***

Pembiayaan seluruh modal kerja yang dibutuhkan (mudharabah) atau sebagian modal kerja (musyarakah) dengan pola bagi hasil. Bagi hasil keuntungan yang sebenarnya dengan bagi hasil berdasarkan kesepakatan (mudharabah) atau sesuai proporsi modal (musyarakah). Jangka waktu maksimal 36 bulan dengan angsuran bulanan atau cash tempo.

### **d) Gadai/Rahn**

Pembiayaan dengan menyerahkan barang atau bukti kepemilikan barang sebagai tanggungan pinjaman dengan nilai pinjaman minimal 80% dari harga barang. Masa pinjaman maksimal 4 bulan dan diperpanjang

---

<sup>79</sup>Ibid.

maksimal 3 kal. Barang yang diserahkan berupa barang berharga seperti perhiasan emas dan sebagainya. Biaya taksir dan uji barang di tanggung pemilik barang. KSPP.Syariah BMT NU mendapatkan ujroh/ongkos penitipan barang setiap harinya sebesar Rp.6 untuk setiap kelipatan Rp.10.000 dari harga barang.

### **3) Produk Jasa**

Sedangkan produk jasa di BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang terdiri dari:<sup>80</sup>

- a) Pembayaran rekening PLN, telephone, internet, pulsa pasca bayar CDMA dan GSM.
- b) Transfer/kiriman uang antar bank seluruh Indonesia dan luar negeri.
- c) Pembayaran biaya pendidikan perguruan tinggi seluruh indonesia.

## **B. Paparan Data Lapangan**

Pada bagian ini peneliti akan memaparkan penelitian yang diperoleh dari lapangan baik dari hasil wawancara, observasi, maupun dokumentasi. Laporan hasil penelitian di arahkan untuk memberikan jawaban secara menyeluruh tentang strategi pemasaran sebagaimana di rumuskan dalam fokus penelitian.

### **1. Strategi Pemasaran Produk Tabungan *Mudhrabah* di BMT NU Jatim Cabang Camplong Sampang.**

Strategi diartikan sebagai sebuah rencana yang disatukan, luas, dan terintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategi perusahaan dengan tantangan lingkungan dan dirancang untuk memastikan bahan tujuan utama

---

<sup>80</sup>Ibid.

perusahaan itu dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi. Pemasaran merupakan usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan para nasabahnya terhadap produk dan jasa. Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan di jalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan.

Dalam menghadapi persaingan yang semakin kompleks, sangat dibutuhkan manajemen yang handal dan mampu untuk mengantisipasi pada setiap persaingan yang dapat menjalankan perusahaan secara efektif dan efisien. Berbagai usaha untuk menciptakan produk yang unggul dalam kegiatan pemasaran, salah satunya yaitu bagaimana memasarkan produknya ke masyarakat luas. Pemasaran merupakan usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan para nasabahnya terhadap produk dan jasa. Salah satu sumber dana bank yang berperan bagi kelangsungan kegiatan operasional bank adalah dana pihak ketiga yaitu tabungan. Sumber dana yang berasal dari pihak ketiga merupakan sumber dana yang cukup besar dan berpengaruh terhadap bank. BMT NU Cabang Camplong memiliki berbagai produk-produk yang diterapkan yaitu produk tabungan, pembiayaan dan Lazisma akan tetapi yang banyak diminati oleh masyarakat sekitar adalah produk tabungan karena selain itu uang yang disimpan di BMT aman, nasabah juga mendapatkan bagi hasil dari simpanan tersebut maka dari itu produk tabungan di BMT NU Cabang Camplong ini termasuk produk yang unggul. Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti dapatkan di lapangan bersama Kepala Cabang BMT NU Jatim Cabang Camplong, maka Kepala Cabang akan menjelaskan tentang strategi pemasaran yang dilakukan di BMT NU Cabang Camplong, yaitu sebagai berikut:

“Tabungan *mudharabah* itu disingkat menjadi TABAH, strategi pemasaran tabungan *mudharabah* yang saya lakukan sebagai kepala cabang di BMT NU Jatim Cabang Camplong yaitu pertama, saya selaku kepala cabang melakukan turba atau turun bareng ke lapangan bersama sebagian karyawan kadang juga turun bareng bersama semua karyawan tapi kalau bareng semua karyawan harus ada waktu yang tepat untuk mengumpulkan semua karyawan dan lokasinya juga dekat tidak jauh karena mengumpulkan semua karyawan tidak gampang harus direncanakan jauh-jauh hari. Strategi pemasaran yang kedua yaitu dari segi pelayanan, ketika ada tamu atau nasabah gadai emas, nasabah pengajuan, dan lain-lain, pada saat itu saya mengambil kesempatan mengobrol bersama nasabah tersebut untuk menawarkan dan mempromosikan produk tabungan yang ada disini agar nasabah yang pengajuan atau gadai emas juga berminat untuk buka tabungan di BMT NU Jatim Cabang Camplong. Strategi pemasaran yang ketiga yaitu dari segi jasa jemputan angsuran dan tabungan, kami bisa memaksimalkan pada jasa jemputan tabungan keliling, dengan begitu orang sekitar yang belum menjadi nasabah bisa melihat secara langsung kalau menabung di BMT NU Jatim Cabang Camplong bisa dijemput ke rumah masing-masing nasabah pada setiap hari, jadi nasabah tidak perlu repot-repot untuk datang ke kantor dan hal tersebut bisa kami jadikan promosi kepada semua orang. Jadi kesimpulannya yaitu dengan adanya strategi pemasaran tabungan *mudharabah* tersebut, jumlah nasabah produk tabungan dan produk yang lain terus bertambah setiap bulannya karena nasabah merasa dimudahkan dengan strategi yang diterapkan oleh pihak BMT NU Jatim Cabang Camplong.”<sup>81</sup>

Setelah menjelaskan tentang strategi pemasaran yang dilakukan di BMT NU Cabang Camplong, Bapak Moh Mukmin juga menjelaskan strategi apa saja yang dilakukan dalam meningkatkan minat nasabah produk tabungan *mudharabah* di BMT NU Jatim Cabang Camplong karena salah satu tantangan dari perkembangan suatu lembaga adalah bagaimana meningkatkan minat nasabah. Jika tingkat keinginan nasabah tinggi dalam memakai atau memiliki suatu produk, maka akan meningkatkan permintaan yang tinggi juga, permintaan nasabah merupakan target utama dalam konsep *marketing* bank syariah. Minat juga mempunyai hubungan yang cukup erat dengan dorongan dalam diri suatu individu yang kemudian menimbulkan keinginan untuk berpartisipasi dan terlibat pada

---

<sup>81</sup> Moh. Mukmin, Kepala Cabang BMT NU Jatim Cabang Camplong, Wawancara Langsung, (Senin, 05 Juli 2022).

sesuatu yang diminatinya. Berikut penjelasan yang dipaparkan oleh Bapak Moh Mukmin selaku Kepala Cabang BMT NU Jatim Cabang Camplong:

“Strategi pemasaran yang kami lakukan dalam meningkatkan minat nasabah pada produk tabungan *mudharabah* yaitu pertama, tabungan *mudharabah* ada bagi hasil setiap bulannya walaupun sedikit tapi insyaallah bermanfaat bagi para nasabah. Strategi yang kedua yaitu kita bergerak di pelayanan, ketika nasabah butuh uang atau mau narik uang dari tabungann yaitu tidak perlu ke kantor bisa langsung di lapangan, dengan cara begitu nasabah merasa nyaman dan kalau karyawan menyediakan uang cash bisa langsung pencairan hari itu juga tidak perlu nunggu besok harinya karena kalau menunggu terlalu lama kadang nasabah jadi tidak nyaman sedangkan kami mengutamakan kenyamanan nasabah, ketika nasabah merasa nyaman dengan pelayanan kita insyaallah untuk yang lain juga akan merasa nyaman. Strategi yang ketiga yaitu penarikan yang dilakukan secara langsung di lapangan membuat orang sekitar apalagi orang pasar jadi tergiur untuk melakukan penarikan juga di BMT NU Jatim Cabang Camplong dan anak lapangan atau anak tabungan selalu kami sediakan uang cash yang lebih agar orang pasar bisa melakukan penarikan secara langsung karena di lapangan sering ada nasabah yang melakukan penarikan secara tiba-tiba dalam jumlah yang sedikit antara Rp. 500.000 sampai Rp. 2.000.000, tetapi kalau penarikan atau pencairan dalam jumlah yang besar seperti Rp. 5.000.000 keatas nasabah tetap harus datang kekantor, kemudian pada sore hari uang hasil tagihan dari nasabah harus disetor ke admin sebagai ganti uang penarikan yang pagi harinya. Jadi kesimpulannya yaitu dengan adanya strategi tersebut insyaallah bisa menarik minat nasabah untuk bergabung dan bisa meningkatkan jumlah nasabah di BMT NU Jatim Cabang Camplong”<sup>82</sup>

Untuk meningkatkan minat nasabah pada produk tabungan *mudharabah* tidak hanya menerapkan strategi pemasaran saja tetapi pihak BMT NU Jatim Cabang Camplong juga menggunakan sistem bagi hasil yang diterapkan pada produk tabungan *mudharabah*, melalui pinjaman di BMT NU Jatim Cabang Camplong yang tidak menggunakan bunga atau riba melainkan dengan sistem bagi hasil, sehingga masyarakat tidak perlu khawatir untuk meningkatkan usahanya. Berikut penjelasan Bapak Moh Mukmin selaku Kepala Cabang BMT

---

<sup>82</sup> Ibid.

NU Jatim Cabang Camplong tentang sistem bagi hasil yang diterapkan pada tabungan *mudharabah*:

“Sistem bagi hasil itu tergantung dari jumlah hasil pendapatan cabang masing-masing, memang bagi hasilnya hanya bisa keluar setiap bulan tapi untuk jumlahnya tergantung dari berapa banyak nasabah yang sudah di dapat oleh karyawan dan sistem seperti itu hanya untuk produk tabungan *mudharabah* (tabah) karena kalau produk tabungan *mudharabah* saldo masuknya setiap bulan. Berbeda dengan sistem pada produk tabungan keanggotaan (siaga), kalau tabungan keanggotaan saldonya masuk setiap tahun karena kalkulasinya dihitung pertahun, jumlahnya pun lebih besar produk tabungan keanggotaan dari pada tabungan *mudharabah*. Tetapi tidak bisa dipastikan juga hasil dari tabungan *mudharabah*, tergantung saldo yang karyawan dapat, kalau saldo tabungan *mudharabah* yang mereka dapat banyak maka bagi hasilnya juga akan banyak. Jadi kesimpulannya yaitu setiap karyawan harus lebih semangat untuk mendapatkan nasabah lebih banyak lagi agar bagi hasil yang didapat terus bertambah.”<sup>83</sup>

Peningkatan jumlah nasabah tidak lepas dari strategi pemasaran yaitu produk dan promosi, yang dilakukan oleh BMT NU Cabang Camplong. Strategi pemasaran tersebut diupayakan agar dapat terjangkau oleh masyarakat dan dapat bersaing dengan koperasi lain. Setelah menjelaskan tentang strategi pemasaran yang diterapkan pada produk tabungan *mudharabah*, Bapak Moh Mukmin akan menjelaskan tentang promosi yang dilakukan oleh BMT NU Jatim Cabang Camplong dan sarana alat promo siapa saja yang digunakan. Seperti yang dipaparkan oleh Bapak Moh Mukmin selaku Kepala Cabang BMT NU Jatim Cabang Camplong:

“Dalam melakukan promosi BMT NU Jatim Cabang Camplong menggunakan cara yang berbeda-beda tergantung produk yang di promosikan, pertama untuk mempromosikan produk tabungan, kami bisa langsung masuk ke inti tabungan tersebut dengan cara menjelaskan

---

<sup>83</sup>Ibid.

macam-macam produk tabungan yang ada di BMT NU Jatim Cabang Camplong pada saat karyawan sedang berada di lapangan atau pada saat karyawan melakukan kredit dengan nasabahnya. Bisa juga karyawan masuk melalui produk yang disukai oleh nasabahnya terlebih dahulu baru kami akan menjelaskan tentang produk tabungan, kami melakukan cara tersebut tergantung sikon dari lingkungan sekitar atau daerah yang didatangi oleh para karyawan. Kedua, untuk mempromosikan produk gadai emas kami bisa langsung bilang kepada masyarakat kalau BMT NU Jatim Cabang Camplong juga punya produk Gadai atau *Rahn* dan kami juga memberikan brosur kepada semua masyarakat yang kami datangi. Sedangkan alat promosi yang kami gunakan yaitu seperti benner, spanduk, penyebaran brosur, penjualan pribadi bahkan adanya suatu kegiatan sosial lainnya ataupun hubungan antara karyawan dengan nasabah dan calon nasabah yang sangat baik, karyawan di BMT NU Cabang Camplong mempunyai kriteria dan respon yang baik sehingga calon nasabah percaya untuk menabung di BMT NU Jatim Cabang Camplong. Jadi kesimpulannya yaitu setiap kami melakukan promosi dan alat promosi yang kami gunakan harus bisa menarik minat nasabah agar setiap karyawan bisa mencapai targetnya masing-masing.”<sup>84</sup>

Setelah karyawan melakukan promosi produk tabungan *mudharabah*, karyawan juga akan menjelaskan prosedur pembukaan tabungan kepada masyarakat yang berminat untuk membuka tabungan di BMT NU Jatim Cabang Camplong terutama prosedur produk tabungan *mudharabah* yang memang banyak peminatnya karena tabungan *mudharabah* merupakan simpanan yang bisa mempermudah memenuhi kebutuhan sehari-hari karena setoran dan penarikan dapat dilakukan kapan saja dengan bagi hasil 40%. Seperti yang dipaparkan oleh Bapak Moh Mukmin selaku Kepala Cabang BMT NU Jatim Cabang Camplong:

“Prosedur untuk membuka tabungan dan menjadi nasabah di BMT NU Jatim Cabang Camplong sama seperti Lembaga keuangan yang lain yaitu harus memilih tabungan apa yang disukai dan melakukan pendaftaran terlebih dahulu, setelah itu mengisi formulir yang sudah disediakan. Selain itu juga ada syarat-syarat yang harus dipenuhi oleh calon nasabah yaitu membawa foto copy KTP dan KK, tanda tangan permohonan pembuatan rekening, foto di kantor untuk diletakkan di computer agar pada saat

---

<sup>84</sup> Ibid.

penarikan tinggal disesuaikan wajah nasabah tersebut, dan terakhir bayar biaya admin Rp. 10.000. Jadi kesimpulannya yaitu setiap nasabah baru harus melakukan foto dikantor dan diletakkan di computer agar pada saat penarikan tinggal disesuaikan nama dan wajah nasabah tersebut, dengan begitu uang nasabah akan aman karena kalau bukan orangnya sendiri yang melakukan penarikan dan fotonya tidak sesuai, tidak akan diperbolehkan oleh pihak BMT NU Cabang Camplong Sampang”<sup>85</sup>

Meningkatnya minat nasabah juga tergantung pada letak lokasi kantor yang strategis dan sesuai dengan strategi pemasaran, berikut penjelasan Bapak Moh Mukmin selaku Kepala Cabang BMT NU Jatim Cabang Camplong tentang letak lokasi kantor BMT NU Jatim Cabang Camplong:

“Untuk letak lokasi kantor BMT NU Jatim Cabang Camplong menurut saya insyaallah sudah cukup strategis, tepat berada di pinggir jalan raya, sehingga dapat diakses dengan mudah oleh masyarakat sekitar, lokasi yang mudah diakses bertujuan untuk memberi kemudahan kepada konsumen dalam menemukan informasi dan keberadaan produk dengan begitu setiap bulan jumlah nasabah di BMT NU Cabang Camplong Sampang terus meningkat dan sesuai dengan strategi pemasaran. Hal tersebut bisa dilihat dari jemputan disini yang hampir 900 jemputan setiap harinya, dengan jumlah yang sebanyak itu insyaallah letak lokasinya tepat, baik dari produk tabungan ataupun produk yang lain dan untuk asset juga sudah lumayan meningkat di BMT NU Jatim Cabang Camplong. Jadi kesimpulannya yaitu untuk lokasi BMT NU Jatim Cabang Camplong kami usahakan tidak akan dipindah karena letak lokasinya sudah cukup strategis dan kami akan usahakan strategi pemasaran terus terlaksana dengan baik agar setiap hari jemuputannya lebih meningkat.”<sup>86</sup>

Strategi pemasaran setiap Lembaga keuangan berbeda-beda tergantung peraturan dari Lembaga keuangan masing-masing, BMT NU Jatim Cabang Camplong menggunakan strategi pemasaran yang berbeda dengan Lembaga keuangan lainnya terutama dalam produk tabungan sehingga jumlah nasabahnya

---

<sup>85</sup> Ibid.

<sup>86</sup>Moh. Mukmin, Kepala Cabang BMT NU Jatim Cabang Camplong, Hasil ObservasiLangsung, (Senin, 05 Juli 2022).

bisa terus bertambah setiap tahunnya. Seperti yang dipaparkan oleh Bapak Ach Syaifur Rahman selaku juru tabungan di BMT NU Jatim Cabang Camplong:

“Teknik strategi pemasaran yang digunakan oleh BMT NU Cabang Camplong adalah strategi pemasaran 7p, di antaranya: *Product, Price, Promotion, Place, People, Physical evidence, Process*. Penerapan dari ketujuh hal tersebut mampu menunjang suksesnya suatu perusahaan dan bertujuan untuk meningkatkan minat nasabah dalam bergabung di BMT NU Cabang Camplong. Strategi pemasaran yang digunakan oleh BMT NU Jatim Cabang Camplong yang membedakan dengan Lembaga keuangan lainnya yaitu terletak pada tulisan tabungan ada Sebagian Lembaga keuangan atau koperasi syariah yang lain keliatannya masih pakai tabungan manual atau di tulis tangan, tapi kalau di BMT NU Jatim Cabang Camplong harus di print out agar kami bisa menyesuaikan dengan zaman sekarang yang modern dan serba gampang, dengan begitu para nasabah jadi yakin dan percaya kepada BMT NU Jatim Cabang Camplong sehingga bisa menabung dalam jumlah yang besar. Jadi kesimpulannya yaitu kami pihak BMT NU Jatim Cabang Camplong akan terus berusaha melakukan strategi pemasaran yang sesuai dengan keadaan zaman modern atau terus meng-update strategi yang bisa mempermudah karyawan dan juga nasabah.”<sup>87</sup>

Dalam strategi pemasaran untuk meningkatkan minat nasabah pasti ada kemudahan dan kesulitannya, hal tersebut yang sering dihadapi oleh para karyawan untuk mendapatkan nasabah baru. Seperti yang dipaparkan oleh Bapak Ach Syaifur Rahman selaku bagian tabungan di BMT NU Jatim Cabang Camplong:

“Setiap pemasaran memang kadang ada kemudahan dan kesulitannya. Menurut saya cara yang paling mudah untuk mendapatkan banyak nasabah yaitu dengan cara turba atau turun bareng-bareng langsung ke lapangan. Kenapa cara turba selalu dapat banyak nasabah karena kami mempromosikan setiap produk tidak canggung dan secara bersamaan jadi kami tidak malu bertemu langsung dengan nasabah, kalau dengan cara turun sendiri-sendiri ke lapangan para karyawan kadang malu yang mau bicara langsung dengan nasabah sehingga nasabah yang didapat lebih sedikit dari pada dengan cara turun bareng. Dan kesulitan yang kami hadapi dalam melakukan cara turba tersebut yaitu kami sangat sulit untuk mengumpulkan semua karyawan dalam satu waktu secara bersamaan

---

<sup>87</sup> Ach Syaifur Rahman, Juru Tabungan, BMT NU Jatim Cabang Camplong Sampang, Hasil Observasi Langsung (Selasa, 06 Juli 2022).

karena setiap karyawan pasti punya kesibukan yang lain. Maka dari itu kalau kami mau melakukan cara turun bareng bersama-sama, harus direncanakan jauh-jauh hari agar para karyawan bisa mengatur waktunya untuk berkumpul melakukan cara turun bareng. Sekalinya berkumpul dan para karyawan melakukan turun langsung bareng-bareng bisa menghasilkan banyak nasabah. Jadi kesimpulannya yaitu kami akan terus berusaha untuk tetap menggunakan cara turun bareng ke lapangan bersama karyawan agar nasabah yang didapat lebih banyak lagi dan bisa melatih semua karyawan untuk tidak malu atau canggung bicara langsung dengan semua masyarakat.”<sup>88</sup>

Selain ada kemudahan dan kesulitan dalam melakukan strategi pemasaran di BMT NU Jatim Cabang Camplong, dari segi pelayanan BMT NU Jatim Cabang Camplong juga dapat respon positif dari para nasabahnya. Seperti yang dipaparkan oleh Bapak Mubin selaku nasabah lama di BMT NU Jatim Cabang Camplong:

“Saya sebagai nasabah lama di BMT NU Jatim Cabang Camplong, saya merasa puas dengan pelayanan semua pegawainya terutama dalam hal penarikan dan penjemputan. Dalam hal penarikan yang jumlahnya sedikit saya bisa langsung melakukan penarikan di lapangan, kalau dalam jumlah yang besar baru saya disuruh langsung ke kantor. Begitu juga dalam hal jemputan tergantung dengan jumlah uangnya dan sikonnya masing-masing. Jadi kesimpulannya menurut saya yaitu semua pegawainya tetap memberikan pelayanan yang terbaik bagi semua nasabahnya dan tetap melakukan penarikan dan penjemputan di lapangan walaupun dengan jumlah yang sedikit tapi bisa mempermudah semua nasabah.”<sup>89</sup>

Tabungan *mudharabah* itu disingkat menjadi TABAH, strategi pemasaran tabungan *mudharabah* yang dilakukan oleh kepala cabang di BMT NU Jatim Cabang Camplong yaitu pertama, kepala cabang melakukan turba atau turun bareng ke lapangan bersama sebagian karyawan. Strategi pemasaran yang kedua yaitu dari segi pelayanan, ketika ada tamu atau nasabah gadai emas, nasabah pengajuan, dan lain-lain, pada saat itu kepala cabang mengambil kesempatan mengobrol bersama nasabah tersebut untuk menawarkan dan mempromosikan

---

<sup>88</sup> Ibid.

<sup>89</sup>Mubin. Nasabah, BMT NU Jatim Cabang Camplong Sampang, Wawancara Langsung (Rabu, 07 Juli 2022).

produk tabungan yang ada disini agar nasabah yang pengajuan atau gadai emas juga berminat untuk buka tabungan di BMT NU Jatim Cabang Camplong. Strategi pemasaran yang ketiga yaitu dari segi jasa jemputan angsuran dan tabungan, karyawan bisa memaksimalkan pada jasa jemputan tabungan keliling.

Strategi pemasaran yang dilakukan dalam meningkatkan minat nasabah pada produk tabungan *mudharabah* yaitu pertama, tabungan *mudharabah* ada bagi hasil setiap bulan. Strategi yang kedua yaitu bergerak di pelayanan, ketika nasabah butuh uang atau mau narik uang dari tabungannya itu tidak perlu ke kantor bisa langsung di lapangan, dengan cara begitu nasabah merasa nyaman dan kalau karyawan bawa uang cash bisa langsung pencairan hari itu juga tidak perlu nunggu besok harinya karena kalau menunggu terlalu lama kadang nasabah jadi tidak nyaman. Strategi yang ketiga yaitu penarikan yang dilakukan secara langsung di lapangan membuat orang sekitar apalagi orang pasar jadi tergiur untuk melakukan penarikan. Dengan strategi pemasaran seperti itu bisa menarik minat nasabah untuk bergabung dan bisa meningkatkan jumlah nasabah di BMT NU Jatim Cabang Camplong.

Meningkatnya minat nasabah juga tergantung pada letak lokasi kantor yang strategis dan sesuai dengan strategi pemasaran, untuk letak lokasi kantor BMT NU Jatim Cabang Camplong sudah cukup strategis, tepat berada di pinggir jalan raya, sehingga dapat diakses dengan mudah oleh masyarakat sekitar, lokasi yang mudah diakses bertujuan untuk memberi kemudahan kepada konsumen dalam menemukan informasi dan keberadaan produk dengan begitu setiap bulan jumlah nasabah di BMT NU Cabang Camplong Sampang terus meningkat, baik

dari produk tabungan ataupun produk yang lain dan untuk asset juga sudah lumayan meningkat di BMT NU Jatim Cabang Camplong.

Teknik strategi pemasaran yang digunakan oleh BMT NU Cabang Camplong adalah strategi pemasaran 7p, di antaranya: *Product, Price, Promotion, Place, People, Physical evidence, Process*. Penerapan dari ketujuh hal tersebut mampu menunjang suksesnya suatu perusahaan dan bertujuan untuk meningkatkan minat nasabah dalam bergabung di BMT NU Cabang Camplong. Dengan begitu para nasabah jadi yakin dan percaya kepada BMT NU Jatim Cabang Camplong sehingga bisa menabung dalam jumlah yang besar.

## **2. Dampak Strategi Marketing Mix Terhadap Produk Tabungan *Mudharabah* di BMT NU Jatim Cabang Camplong Sampang.**

Pentingnya produk tabungan *mudharabah* pada suatu Lembaga dan kontribusinya dalam meningkatkan minat nasabah di BMT NU Jatim Cabang Camplong tidak ternilai harganya, karena sudah saatnya para nasabah membuka tabungan *mudharabah* di BMT NU Jatim Cabang Camplong untuk mempermudah kebutuhan sehari-hari. Dengan adanya produk tabungan *mudharabah* akan berdampak baik dalam meningkatkan minat nasabah di BMT NU Jatim Cabang Camplong, hal ini seperti yang dijelaskan oleh Ibu Venya Anggita selaku bagian Keuangan dan Admin:

“Dampak strategi pemasaran pada produk tabungan *mudharabah* di BMT NU Jatim Cabang Camplong yang pertama yaitu dampaknya sangat berpengaruh dan sangat signifikan karena hampir semua nasabah tertarik untuk membuka tabungan *mudharabah* selain bisa ditarik setiap hari, nasabah juga mendapat keuntungan setiap bulan. Dan dampak yang kedua yaitu nasabah tabungan *mudharabah* terus bertambah setiap bulannya. Jadi kesimpulannya dengan adanya strategi pemasaran produk tabungan

*mudharabah* berdampak baik dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk yang lain juga dan nasabah aman tidak perlu khawatir jika suatu saat terjadi sesuatu pada keuangannya plus nasabah juga bisa mendapat bagi hasil dari produk tabungan *mudharabah*.”<sup>90</sup>

Dengan adanya strategi pemasaran yang digunakan oleh BMT NU Jatim Cabang Camplong Sampang berdampak baik dalam meningkatkan jumlah nasabah dari tahun ke tahun jumlah nasabah di BMT NU Jatim Cabang Camplong terus meningkat, berikut penjelasan Ibu Venya Anggita selaku bagian Keuangan dan Admin tentang jumlah nasabah 5 tahun terakhir dari tahun 2018 sebelum covid sampai tahun 2022:

“Sejak menjalankan strategi pemasaran 7P jumlah nasabah 5 tahun terakhir terus meningkat, yaitu dari tahun 2018 jumlah nasabah 1.302, pada tahun 2019 meningkat jadi 1.848, tahun 2020 meningkat jadi 2.260, tahun 2021 meningkat lagi jadi 2.852 dan sekarang tahun 2022 lebih meningkat jadi 3.348. Dengan bukti jumlah nasabah tersebut bisa menjadi bukti bahwa strategi yang kami lakukan sudah bagus karena jumlah nasabahnya dari tahun ke tahun terus meningkat. Jadi kesimpulannya yaitu kami harus terus menjalankan strategi pemasaran 7P tersebut agar setiap tahun nasabah BMT NU Jatim Cabang Camplong lebih meningkat lagi dan BMT NU terus berkembang kedepannya”<sup>91</sup>

Saat menjalankan strategi pemasaran pada produk tabungan BMT NU Jatim Cabang Camplong ini tentu pasti memiliki kendala. Terutama dalam hal mendapatkan nasabah, karena gak semua masyarakat gampang untuk mengikuti produk tabungan *mudharabah*, ada juga masyarakat yang tidak berminat sama sekali berhubungan dengan Lembaga keuangan atau Bank. Seperti yang dipaparkan oleh Ibu Venya Anggita L.D selaku bagian keuangan dan admin:

---

<sup>90</sup>VenyaAnggita L.D, Bagian Keuangan dan Admin, BMT NU Jatim Cabang CamplongSampang, Hasil ObservasiLangsung (Selasa, 06 Juli 2022).

<sup>91</sup>VenyaAnggita L.D, Bagian Keuangan dan Admin, BMT NU Jatim Cabang CamplongSampang, WawancaraLangsung (Selasa, 06 Juli 2022).

“Kendala yang kami hadapi disini yaitu pertama masyarakat belum semuanya bisa mengikuti produk tabungan *mudharabah* dan mereka belum mengerti betapa pentingnya produk tabungan *mudharabah* untuk kehidupan dimasa yang akan datang. Kendala yang kedua yaitu walaupun sudah dijelaskan panjang lebar terkadang masih ada yang belum tertarik untuk mengikuti produk tabungan *mudharabah*, hanya orang-orang tertentu saja yang mengerti dan tertarik untuk mengikuti produk tabungan *mudharabah*. Kendala yang ketiga yaitu disinikan koperasi syariah bukan Cuma satu di BMT NU Jatim saja, diluar juga banyak koperasi syariah yang mirip dengan BMT NU Jatim, jadi kadang masyarakat yang kami tawarkan produk tabungan di BMT NU Jatim mereka sudah menabung atau sudah menjadi nasabah dari koperasi sebelah karena koperasi sebelah buka lebih awal dari BMT NU Jatim. Tapisemua kembali pada pelayanan kami, kalau pelayanan kami baik, bagus dan buat masyarakat nyaman, maka ada juga masyarakat yang pindah dari koperasi sebelah menjadi nasabah BMT NU Jatim Cabang Camplong. Kurang lebih yaitu kendala yang kami hadapi selama ini. Jadi kesimpulannya yaitu kami pihak BMT NU Jatim Cabang Camplong harus bisa memberikan pelayanan yang terbaik kepada semua nasabah agar nasabah kami lebih banyak dan terus meningkat.”<sup>92</sup>

Produk tabungan *mudharabah* dalam meningkatkan minat nasabah di BMT NU Jatim Cabang Camplong memiliki strategi pemasaran tertentu yaitu dengan cara promosi dan turun bareng dilapangan. Dengan strategi pemasaran yang dilakukan selama ini hasil yang diperoleh lumayan, nasabah di BMT NU Jatim Cabang Camplong terus bertambah. Seperti yang telah dipaparkan oleh Ibu Zainiyah Hartini selaku Teller di BMT NU Jatim Cabang Camplong:

“Alhamdulillah hasil dari strategi pemasaran produk tabungan *mudharabah* lumayanlah ya para karyawan tidak pernah pulang atau balik kantor dengan tangan kosong, pastinya tetap ada nasabah baru yang mereka dapat dari luar karena para karyawan selalu mencar dalam mencari nasabah baru dan BMT NU Jatim Cabang Camplong juga sudah lumayan terkenal, terkadang karyawan belum mempromosikan produk-produk yang ada di BMT NU Jatim Cabang Camplong, sudah dipanggil duluan oleh masyarakat atau nasabah yang mau nabung karena mereka sudah mengenal terlebih dahulu BMT NU Jatim Cabang Camplong dan para karyawannya. Jadi kesimpulannya yaitu kami akan terus berusaha untuk melaksanakan cara promosi turun bareng karena dengan cara turun bareng

---

<sup>92</sup>Ibid.

atau turba insyaallah para karyawan pasti mendapatkan nasabah baru dan bisa menambah jumlah nasabah BMT NU Jatim Cabang Camplong.”<sup>93</sup>

Mengenai keunggulan dari produk tabungan *mudharabah* di BMT NU Jatim Cabang Camplong lebih mengutamakan bagi hasil untuk nasabah dan jumlah tabungan setiap harinya, akan tetapi masih ada keunggulan lain yang diberikan oleh produk tabungan *mudharabah* ini, seperti yang dipaparkan oleh Ibu Zainiyah Hartini selaku Teller di BMT NU Jatim Cabang Camplong:

“Keunggulan dari produk tabungan *mudharabah* di BMT NU Jatim Cabang Camplong yang kami anggap berpotensi sekali dalam meningkatkan minat nasabah untuk ikut produk tabungan *mudharabah* ini, yaitu keunggulan yang pertama setoran awal minimal berjumlah Rp. 10.000 dan itu sudah termasuk bagi hasil. Keunggulan yang kedua yaitu bebas biaya administrasi bulanan, jadi setiap bulan itu nasabah yang menabung dapat bagi hasil dari BMT NU Jatim, walaupun nasabah itu sendiri tidak konsisten tiap hari menabung tapi tetap setiap bulan nasabah tersebut dapat bagi hasil. Keunggulan yang ketiga yaitu uang tabungan nasabah bisa ditarik setiap hari sesuai kebutuhan nasabah dan keunggulan yang keempat yaitu nasabah minimal nabungnya itu setiap hari Rp. 5.000. Jadi kesimpulannya yaitu dengan adanya keunggulan tersebut para nasabah merasa nyaman karena memudahkan semua prosesnya dan jumlah nasabah di BMT NU Jatim Cabang Camplong terus bertambah.”<sup>94</sup>

Dengan adanya produk tabungan *mudharabah* ini, nasabah yang awalnya tidak tahu tentang betapa pentingnya menabung untuk masa depan sekarang menjadi tahu dan tertarik untuk menabung di BMT NU Jatim Cabang Camplong. Produk tabungan *mudharabah* ini selain bermanfaat untuk meningkatkan minat nasabah di BMT NU Jatim Cabang Camplong, sekaligus bermanfaat untuk kondisi kehidupan ekonomi nasabah di masa depan. Seperti yang dipaparkan oleh salah satu nasabah produk tabungan *mudharabah* di BMT NU Jatim Cabang Camplong yaitu Bapak Mubin.

---

<sup>93</sup>Zainiyah Hartini, Bagian Teller, BMT NU Jatim Cabang Camplong Sampang, Wawancara Langsung (Selasa, 06 Juli 2022).

<sup>94</sup>Ibid.

“Setelah saya mengikuti produk tabungan *mudharabah* di BMT NU Jatim Cabang Camplong, keuangan saya jadi lebih aman, kehidupan saya setiap hari jadi lebih baik karena saya bisa menabung setiap hari minimal Rp. 5.000 dan bisa juga ditarik setiap hari sesuai kebutuhan saya. Saya merasa kondisi ekonomi saya jauh lebih baik dari sebelumnya. Selain itu kondisi ekonomi nasabah yang mengikuti produk tabungan *mudharabah* ini bukan hanya nasabah yang ekonominya menengah ke atas, walaupun nasabah yang mempunyai penghasilan kecil atau menengah kebawah juga bisa mengikuti produk tabungan *mudharabah* di BMT NU Jatim Cabang Camplong ini dan berapapun jumlah tabungannya tetap mendapatkan bagi hasil.”<sup>95</sup>

Selain produk tabungan *mudharabah* di BMT NU Jatim Cabang Camplong berdampak baik dalam meningkatkan minat nasabah dan bermanfaat untuk kehidupan ekonomi nasabah, tidak lupa juga pelayanan yang diberikan oleh pihak bank atau para karyawan BMT NU Jatim Cabang Camplong juga sangat baik. Seperti yang dipaparkan oleh salah satu nasabah di BMT NU Jatim Cabang Camplong yaitu Bapak Usnan Slamet.

“Sejauh ini dari awal karyawan menawarkan produk tabungan *mudharabah* kepada saya sampai sekarang saya sudah menjadi nasabah yang lumayan lama mengikuti produk tabungan *mudharabah* ini, pelayanan yang mereka berikan sangat baik dan memuaskan hati. Pelayanan dari karyawan BMT NU Jatim Cabang Camplong yang bisa saya sebutkan yaitu pertama memberikan atau mengutamakan *service excellent* kepada semua nasabah tidak pandang bulu. Kedua yaitu para karyawan BMT NU Jatim Cabang Camplong setiap ada nasabah selalu medo’akan yang terbaik untuk nasabah contohnya: terimakasih ya bapak/ibu sudah bekerjasama untuk menabung di BMT NU Jatim Cabang Camplong semoga rejekinya selalu barokah. Pelayanan yang ketiga yang tidak pernah saya lupakan yaitu para karyawan selalu memberikan salam dan bersalaman kepada nasabah yang sesama jenis. Dan yang terakhir yaitu dengan kesabaran para karyawan dalam menghadapi semua sifat nasabah yang bermacam-macam juga patut di acungi jempol. Jadi kesimpulannya yaitu dengan adanya produk tabungan *mudharabah* bisa membantu keuangan saya di masa depan dan begitu juga dengan pelayannya yang sangat bagus, saya dan nasabah yang lain berharap kepada BMT NU Jatim Cabang Camplong agar terus mempertahankan

---

<sup>95</sup>Mubin, Nasabah, BMT NU Jatim Cabang CamplongSampang, WawancaraLangsung (Rabu, 07Juli 2022).

produk-produknya dan terus memberikan pelayanan yang terbaik terhadap semua nasabahnya.”<sup>96</sup>

Sesuai dengan pedoman observasi dan hasil pengamatan peneliti selama proses penelitian di BMT NU Jatim Cabang Camplong, kegiatan yang dilakukan dalam memasarkan produk *mudharabah* dengan menggunakan teori bauran pemasaran/marketing. Dampak strategi pemasaran pada produk tabungan *mudharabah* di BMT NU Jatim Cabang Camplong yang pertama yaitu dampaknya sangat berpengaruh dan sangat signifikan karena hampir semua nasabah tertarik untuk membuka tabungan *mudharabah* selain bisa ditarik setiap hari, nasabah juga mendapat keuntungan setiap bulan. Dan dampak yang kedua yaitu nasabah tabungan *mudharabah* terus bertambah setiap bulannya. Jadi dengan adanya strategi pemasaran produk tabungan *mudharabah* berdampak baik dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk yang lain juga dan nasabah aman tidak perlu khawatir jika suatu saat terjadi sesuatu pada keuangannya plus nasabah juga bisa mendapat bagi hasil dari produk tabungan *mudharabah*.

Dengan adanya strategi pemasaran yang digunakan oleh BMT NU Jatim Cabang Camplong Sampang berdampak baik dalam meningkatkan jumlah nasabah dari tahun ke tahun jumlah nasabah di BMT NU Jatim Cabang Camplong terus meningkat, jumlah nasabah 5 tahun terakhir dari tahun 2018 sebelum covid sampai tahun 2022 yaitu dari tahun 2018 jumlah nasabah 1.302, pada tahun 2019 meningkat jadi 1.848, tahun 2020 meningkat jadi 2.260, tahun 2021 meningkat lagi jadi 2.852 dan sekarang tahun 2022 lebih meningkat jadi 3.348. Dengan bukti

---

<sup>96</sup>Usnan Slamet, Nasabah, BMT NU Jatim Cabang Camplong Sampang, Wawancara Langsung (Rabu, 07 Juli 2022).

jumlah nasabah tersebut bisa menjadi bukti bahwa strategi yang kami lakukan sudah bagus karena jumlah nasabahnya dari tahun ke tahun terus meningkat.

### **C. Temuan Penelitian**

Berdasarkan paparan data yang dimaksud dalam konteks ini tentunya mempunyai korelasi atau hubungan yang sangat erat dengan hasil penelitian yang diperoleh di lapangan, baik yang dihasilkan dari observasi maupun dari hasil wawancara serta temuan lainnya yang berasal dari dokumentasi dilokasi penelitian yakni di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang hasil penemuan penelitian yang diperoleh atau yang didapatkan sebagai berikut:

#### **1. Strategi Pemasaran Produk Tabungan *Mudhrabah* di BMT NU Jatim Cabang Camplong Sampang**

##### **a. Produk**

- 1) Prosedur yang mudah untuk membuka tabungan dan menjadi nasabah baru di BMT NU Jatim Cabang Camplong yaitu harus memilih tabungan apa yang disukai, melakukan pendaftaran, dan mengisi formulir yang sudah disediakan.
- 2) Pada produk tabungan *mudharabah* ada bagi hasil setiap bulan walaupun hanya tapi insyaallah bermanfaat bagi para nasabah.
- 3) Produk tabungan di BMT NU Jatim Cabang Camplong terdiri dari Tabungan *Mudharabah* (TABAH), Simpanan Anggota (SIAGA), Simpanan Pendidikan Fathonah (Sidik Fathonah), Simpanan Berjangka Wadiah Berhadiah (SAJADAH), Simpanan Berjangka *Mudharabah* (SIBERKAH), Simpanan Haji dan Umrah (SAHARA), Simpanan Lebaran (SABAR), dan Tabungan Ukhrawi (TARAWI).

## **b. Promosi**

- 1) Kepala cabang melakukan turun bareng ke lapangan bersama sebagian karyawan, kalau bersama semua karyawan harus ada waktu yang tepat untuk mengumpulkan semua karyawan.
- 2) Ketika ada nasabah baru yang sedang pengajuan, kepala cabang berkesempatan mengobrol bersama nasabah tersebut untuk menawarkan dan mempromosikan produk tabungan yang ada BMT NU Jatim Cabang Camplong.
- 3) BMT NU Jatim Cabang Camplong memaksimalkan pada jasa jemputan angsuran dan tabungan keliling, nasabah merasa nyaman tidak perlu ke kantor karena bisa melakukan penarikan dan setoran secara langsung di lapangan.
- 4) Karyawan menjelaskan macam-macam produk tabungan yang ada di BMT NU Jatim Cabang Camplong beserta keunggulannya masing-masing secara langsung pada saat karyawan berada di lapangan.
- 5) BMT NU Jatim Cabang Camplong menggunakan alat promosi mulai dari banner, spanduk, penyebaran brosur, penjualan pribadi bahkan sampai mengadakan kegiatan sosial lainnya.

## **c. Price (Harga)**

Dengan menasar target pasar para ibu-ibu, BMT NU Jatim Cabang Camplong menetapkan biaya administrasi dan visa saldo sesuai dengan target tersebut yaitu biaya administrasi sebesar Rp 10.000 dan visa saldo pada tabungan harus sisa Rp 10.000 itu sudah maksimal nominalnya.

## **d. Place (Tempat)**

Letak tempat usaha serta kondisi wilayah yang strategis juga memiliki efek yang signifikan bagi perkembangan suatu perusahaan. Letak lokasi kantor BMT

NU Jatim Cabang Camplong cukup strategis, karena tepat berada di pinggir jalan raya sehingga dapat diakses dengan mudah oleh masyarakat sekitar.

**e. Process (Proses)**

Proses yang memudahkan untuk target konsumen mengetahui produk yang ada di BMT NU Jatim Cabang Camplong hingga melakukan proses menjadi nasabah baru yaitu terletak pada buku tabungan di BMT NU Jatim Cabang Camplong yang tidak ditulis tangan tetapi dengan cara di print out agar bisa menyesuaikan dengan zaman sekarang yang modern dan serba gampang.

**f. People (Orang atau SDM)**

Sumber daya manusia yang direkrut tentunya orang-orang yang profesional dan telah melewati proses rekrutmen yang panjang hingga terpilih menjadi bagian dari BMT NU Jatim Cabang Camplong.

**g. Physical Evidence (Tampilan Fisik)**

Physical evidence atau tampilan fisik dari BMT NU Jatim Cabang Camplong yaitu penentuan logo dan moto, menciptakan kemasan, keputusan label, website hingga media sosial dari BMT NU Jatim Cabang Camplong.

**2. Dampak Strategi Marketing Mix Terhadap Produk Tabungan**

***Mudharabah* di BMT NU Jatim Cabang Camplong Sampang.**

Dengan adanya produk tabungan *mudharabah* akan berdampak baik dalam meningkatkan minat nasabah di BMT NU Jatim Cabang Camplong. Dampak strategi pemasaran pada produk tabungan *mudharabah* di BMT NU Jatim Cabang Camplong yaitu:

- a. Banyak nasabah yang tertarik untuk membuka tabungan *mudharabah* karena selain bisa ditarik setiap hari, nasabah juga mendapat keuntungan setiap bulan.

- b. Nasabah tabungan *mudharabah* terus bertambah setiap bulannya bahkan jumlah nasabah 5 tahun terakhir ini terus meningkat yaitu dari tahun 2018 jumlah nasabah 1.302 sampai sekarang tahun 2022 meningkat jadi 3.348.
- c. Nasabah puas dengan pelayanan yang diberikan oleh semua pegawai BMT NU Jatim Cabang Camplong terutama dalam hal penarikan dan penjemputan tabungan yang bisa dilakukan di lapangan asalkan dengan jumlah yang sedikit.
- d. Keuangan nasabah menjadi lebih aman dan begitu juga dengan kehidupan nasabah menjadi lebih baik karena dapat menabung setiap hari dan bisa juga ditarik setiap hari sesuai kebutuhan nasabah.

Produk tabungan *mudharabah* ini selain bermanfaat untuk meningkatkan minat nasabah di BMT NU Jatim Cabang Camplong, sekaligus bermanfaat untuk kondisi kehidupan ekonomi nasabah di masa depan. Manfaat yang dirasakan oleh nasabah yaitu sebagai berikut:

- a. Keuangan nasabah jadi lebih aman.
- b. Kehidupan nasabah setiap hari jadi lebih baik karena bisa menabung setiap hari minimal Rp. 5.000 dan bisa juga ditarik setiap hari sesuai kebutuhannya.

#### **D. Pembahasan**

Berdasarkan paparan data dan temuan penelitian di muka, maka selanjutnya akan dibahas mengenai beberapa hal atau persoalan yang sesuai dengan fokus penelitian dalam skripsi ini yang berjudul “Strategi Pemasaran Produk Tabungan *Mudharabah* Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Di BMT NU Jawa Timur Cabang CamplongSampang” antara lain sebagaiberikut:

## **1. Strategi Pemasaran Produk Tabungan *Mudhrabah* di BMT NU Jatim Cabang Camplong Sampang**

Peningkatan jumlah nasabah tidak lepas dari strategi pemasaran yaitu produk dan promosi, yang dilakukan oleh BMT NU Cabang Camplong. Teknik strategi pemasaran yang digunakan oleh BMT NU Cabang Camplong adalah strategi pemasaran 7p, di antaranya: *Product, Price, Promotion, Place, People, Physical evidence, Process*. Penerapan dari ketujuh hal tersebut mampu menunjang suksesnya suatu perusahaan dan bertujuan untuk meningkatkan minat nasabah dalam bergabung di BMT NU Cabang Camplong. Tetapi strategi pemasaran 7P tidak semuanya dilakukan di BMT NU Jatim Cabang Camplong Sampang, akan tetapi hanya dilakukan 2P yaitu produk dan promosi. Strategi pemasaran tersebut diupayakan agar dapat terjangkau oleh masyarakat dan dapat bersaing dengan koperasi lain.

### **a. Strategi Produk**

Strategi Pemasaran produk yang dilakukan oleh BMT NU Cabang Camplong dalam memasarkan produknya yaitu pertama dimana dalam penentuan produk di BMT NU Cabang Camplong disini sangat mudah diingat. Kedua, mempunyai manfaat yang cukup terhadap nasabah ataupun calon nasabah karena tidak adanya bunga melainkan bagi hasil sesuai dengan produk yang dimilikinya. Dan yang ketiga juga produk yang ditawarkan di BMT NU sangatlah banyak dan bermacam-macam sesuai dengan kebutuhan para nasabahnya yang ingin memilikinya.

### **b. Strategi Promosi**

Strategi Promosi yang dilakukan oleh BMT NU Jatim Cabang Camplong yaitu dengan cara, pertama menjelaskan macam-macam produk tabungan yang ada di BMT NU Jatim Cabang Camplong pada saat karyawan sedang berada di lapangan atau pada saat karyawan melakukan kredit dengan nasabahnya. Kedua, Karyawan masuk melalui produk yang disukai oleh nasabahnya terlebih dahulu baru akan menjelaskan tentang produk tabungan yang ada di BMT NU Jatim Cabang Camplong. Ketiga, untuk mempromosikan produk gadai emas karyawan bisa langsung bilang kepada masyarakat kalau BMT NU Jatim Cabang Camplong juga punya produk Gadai atau *Rahn*. Dan keempat, menyebarkan brosur kepada semua masyarakat yang didatangi.

Strategi pemasaran tabungan *mudharabah* yang dilakukan oleh Kepala Cabang BMT NU Jatim Cabang Camplong membuat jumlah nasabah tabungan *mudharabah* terus bertambah. Strategi yang dilakukan yaitu pertama, kepala cabang melakukan turba atau turun bareng ke lapangan bersama para karyawan, untuk mengumpulkan semua karyawan lokasinya harus dekat tidak jauh dan harus direncanakan jauh-jauh hari, agar semua karyawan lapangan bisa mengikuti turun bareng bersama-sama. Strategi pemasaran yang kedua dari segi pelayanan, ketika ada tamu atau nasabah gadai emas, nasabah pengajuan, dan lain-lain, pada saat itu Kepala Cabang mengambil kesempatan mengobrol bersama nasabah tersebut untuk menawarkan dan mempromosikan produk tabungan yang ada BMT NU Jatim Cabang Camplong agar nasabah tersebut juga berminat untuk buka tabungan di BMT NU Jatim Cabang Camplong. Strategi pemasaran yang ketiga dari segi jasa jemputan angsuran dan tabungan, pihak BMT NU Jatim Cabang

Camplong bisa memaksimalkan pada jasa jemputan angsuran dan tabungan keliling, jadi nasabah tidak perlu repot-repot untuk datang ke kantor.

Strategi pemasaran yang digunakan oleh BMT NU Jatim Cabang Camplong yang membedakan dengan lembaga keuangan lainnya yaitu dalam hal visa saldo ketika nasabah melakukan penarikan tabungan di koperasi syariah atau lembaga keuangan lainnya harus sisa Rp. 50.000, tapi kalau di BMT NU Jatim Cabang Camplong harus sisa Rp. 10.000 dan itu sudah maksimal nominalnya. Untuk meningkatkan minat nasabah pada produk tabungan *mudharabah* tidak hanya menerapkan strategi pemasaran saja tetapi pihak BMT NU Jatim Cabang Camplong juga menggunakan sistem bagi hasil yang diterapkan pada produk tabungan *mudharabah*, melalui pinjaman di BMT NU Jatim Cabang Camplong yang tidak menggunakan bunga atau riba melainkan dengan sistem bagi hasil, sehingga masyarakat tidak perlu khawatir untuk meningkatkan usahanya. Dengan begitu minat nasabah dalam produk tabungan *mudharabah* dan produk yang lain juga terus bertambah setiap tahunnya.

### **c. Strategi Price (Harga)**

Price atau harga yaitu sejumlah uang yang dikeluarkan konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan. Fokus perusahaan yaitu pada bagaimana caranya agar dapat membuat pelanggan atau calon nasabah merasa pengeluarannya sesuai dengan apa yang mereka dapat. Dengan menasar target pasar para ibu-ibu, BMT NU Jatim Cabang Camplong menetapkan biaya administrasi dan visa saldo sesuai dengan target tersebut yaitu biaya administrasi sebesar Rp 10.000 dan visa saldo pada tabungan harus sisa Rp 10.000 itu sudah maksimal nominalnya.

#### **d. Place (Tempat)**

Dalam pembuatan sebuah produk, pebisnis harus memiliki tempat atau lokasi usaha agar setiap aktivitas pekerjaan dapat dilakukan dengan lancar dan efektif. Dengan adanya strategi khusus untuk memilih lokasi yang benar-benar tepat dengan produk atau layanan. Hal ini karena letak tempat usaha serta kondisi wilayah yang strategis juga memiliki efek yang signifikan bagi perkembangan suatu perusahaan. Letak lokasi kantor BMT NU Jatim Cabang Camplong cukup strategis, karena tepat berada di pinggir jalan raya sehingga dapat diakses dengan mudah oleh masyarakat sekitar.

#### **e. Process (Proses)**

Proses merupakan pengalaman konsumen mulai dari awal pengenalan produk hingga proses pembelian produk. Dengan adanya proses yang memudahkan untuk target konsumen mengetahui produk yang ada di BMT NU Jatim Cabang Camplong hingga melakukan proses menjadi nasabah baru yaitu terletak pada buku tabungan di BMT NU Jatim Cabang Camplong yang tidak ditulis tangan tetapi dengan cara di print out agar bisa menyesuaikan dengan zaman sekarang yang modern dan serba gampang.

#### **f. People (Orang atau SDM)**

Orang atau sumber daya manusia merupakan faktor penting dalam membuat suatu kemajuan atau kemunduran dari suatu perusahaan. Ketika bisnis atau usaha yang sedang dijalankan mengalami pertumbuhan dari sisi kredibilitas dan cakupan bisnis yang luas, selanjutnya adalah menentukan struktur organisasi internal perusahaan, inilah mengapa berbagai perusahaan berlomba-lomba untuk mencari kandidat pekerja terbaik dan berpengalaman karena karyawan yang

memiliki pengalaman yang banyak dapat memberikan pengaruh yang baik bagi perusahaan. Sumber daya manusia yang direkrut oleh BMT NU Jatim Cabang Camplong tentunya orang-orang yang profesional dan telah melewati proses rekrutmen yang panjang hingga terpilih menjadi bagian dari BMT NU Jatim Cabang Camplong.

#### **g. Physical Evidence (Tampilan Fisik)**

Selain kemasan produk, tampilan fisik tempat usaha juga harus diperhatikan, karena apabila tempat usaha memiliki desain yang bagus, maka akan semakin banyak calon nasabah yang tertarik. Dengan banyaknya calon nasabah yang terpicu karena tampilan fisik usaha, maka akan semakin banyak pula yang bisa dikonversi menjadi nasabah potensial. Physical evidence atau tampilan fisik dari BMT NU Jatim Cabang Camplong yaitu penentuan logo dan moto, menciptakan kemasan, keputusan label, website hingga media sosial dari BMT NU Jatim Cabang Camplong.

## **2. Dampak Strategi Marketing Mix Terhadap Produk Tabungan *Mudharabah* di BMT NU Jatim Cabang Camplong Sampang**

Dengan adanya produk tabungan *mudharabah* akan berdampak baik dalam meningkatkan minat nasabah di BMT NU Jatim Cabang Camplong. Dampak strategi pemasaran pada produk tabungan *mudharabah* di BMT NU Jatim Cabang Camplong seperti yang dijelaskan oleh Ibu Venya Anggita selaku bagian Keuangan dan Admin yaitu pertama, banyak nasabah yang tertarik untuk membuka tabungan *mudharabah* karena selain bisa ditarik setiap hari, nasabah juga mendapat keuntungan setiap bulan. Kedua, nasabah tabungan *mudharabah*

terus bertambah setiap bulannya bahkan jumlah nasabah 5 tahun terakhir ini terus meningkat yaitu dari tahun 2018 jumlah nasabah 1.302 sampai sekarang tahun 2022 meningkat jadi 3.348. Ketiga, nasabah puas dengan pelayanan yang diberikan oleh semua pegawai BMT NU Jatim Cabang Camplong terutama dalam hal penarikan dan penjemputan tabungan yang bisa dilakukan di lapangan asalkan dengan jumlah yang sedikit. Dan keempat, keuangan nasabah menjadi lebih aman dan begitu juga dengan kehidupan nasabah menjadi lebih baik karena dapat menabung setiap hari dan bisa juga ditarik setiap hari sesuai kebutuhan nasabah.

Keunggulan dari produk tabungan *mudharabah* di BMT NU Jatim Cabang Camplong yaitu pertama, setoran awal minimal berjumlah Rp. 10.000 dan itu sudah termasuk bagi hasil. Kedua, bebas biaya administrasi bulanan, jadi setiap bulan nasabah yang menabung dapat bagi hasil dari BMT NU Jatim, walaupun nasabah itu sendiri tidak konsisten tiap hari menabung tapi tetap setiap bulan nasabah tersebut dapat bagi hasil. Ketiga, uang tabungan nasabah bisa ditarik setiap hari sesuai kebutuhan nasabah. Dan keempat, nasabah minimal menabungnya yaitu setiap hari Rp. 5.000.

Produk tabungan *mudharabah* ini selain bermanfaat untuk meningkatkan minat nasabah di BMT NU Jatim Cabang Camplong, sekaligus bermanfaat untuk kondisi kehidupan ekonomi nasabah di masa depan. Manfaat yang dirasakan oleh nasabah yaitu keuangan nasabah jadi lebih aman, kehidupan nasabah setiap hari jadi lebih baik karena bisa menabung setiap hari minimal Rp. 5.000 dan bisa juga ditarik setiap hari sesuai kebutuhan masing-masing.

Strategi pemasaran yang diterapkan BMT NU Cabang Camplong yaitu dengan memanfaatkan media online, brosur, mengikuti event, melakukan open table, melakukan kegiatan / sosialisasi Islami. Kesimpulan menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan oleh BMT NU Cabang Camplong memiliki dampak positif dan berdampak baik terhadap peningkatan minat nasabah pada produk *mudharabah* karena hampir semua nasabah tertarik untuk membuka tabungan *mudharabah* selain bisa ditarik setiap hari, nasabah juga mendapat keuntungan setiap bulan. Selain itu, nasabah juga merasa aman tidak perlu khawatir jika suatu saat terjadi sesuatu dalam keuangannya plus nasabah juga bisa mendapat bagi hasil dari produk tabungan *mudharabah*. Produk tabungan *mudharabah* dalam meningkatkan minat nasabah di BMT NU Jatim Cabang Camplong memiliki strategi pemasaran tertentu yaitu dengan cara promosi dan turun bareng dilapangan, dengan strategi pemasaran yang dilakukan selama ini hasil yang diperoleh lumayan, nasabah di BMT NU Jatim Cabang Camplong terus bertambah. Jadi dengan cara turun bareng atau turba para karyawan pasti mendapatkan nasabah baru.