

## **BAB IV**

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

#### **A. Gambaran Objek Penelitian**

##### **1. Sejarah Berdirinya KSPPS BMT NU Cabang Klampis Bangkalan**

Pengurus Majelis Perwakilan Cabang Nahdatul Ulama (MWC) Gapura Sumenep mendirikan BMT NU Cabang Klampis sebagai salah satu pemekaran dari BMT NU Jawa Timur koperasi jasa keuangan syariah sebagai wadah perjuangan NU menuju berbasis syariah. demokrasi ekonomi. Karena umat Islam hidup di bawah garis kemiskinan, maka cabang Klampis pun bermula dengan memanfaatkan perekonomian anggota NU. Mereka memang berkembang, tapi ini menantang. Padahal umat Islam, khususnya di Kecamatan Klampis, mempunyai potensi perekonomian yang sangat besar, namun diam-diam para rentenir telah meremukkan dan mencekik leher mereka. Pembentukan KSPP. BMT Syariah NU Cabang Klampis sangat penting untuk membangun BMT NU Cabang Klampis syariah.<sup>1</sup>

BMT NU Cabang Klampis didirikan oleh ketua MWC NU Klampis atas kesepakatan anggotanya, sehingga menghasilkan kesepakatan kecamatan klampis harus mempunyai lembaga keuangan yang dikelola dengan berlandaskan syariah untuk mewadahi masyarakat. Pada saat itu MWC NU hanya memiliki lahan kosong sehingga berdirinya KSPP. Syariah BMT NU Cabang Klampis sedikit mengalami kendala pembangunan. Kurang lebih

---

<sup>1</sup> Wadhiullah, Kepala Cabang BMT NU Cabang Klampis Bangkalan, *Wawancara Langsung* (09 Februari 2023)

selama 6 (bulan) kantor KSPP. Syariah BMT NU Cabang Klampis selesai dibangun dan pada akhirnya tepat pada tanggal 23 Juli 2019 BMT NU Cabang Klampis diresmikan dan mulai beroperasi.<sup>2</sup>

BMT NU Cabang Klampis terus mengalami pertumbuhan, terbukti dengan adanya masyarakat yang hidupnya semakin sejahtera dan juga bisa dilihat dari berbagai prestasi salah satunya adalah pernah mendapatkan penghargaan sebagai cabang terbaik se area Bangkalan. Sebuah pencapaian yang baik untuk lembaga yang bisa dikatakan umurnya masih dini karena lembaga tersebut tidak lama didirikan, namun karena kerja keras pimpinan cabang dan seluruh karyawan membuahkan hasil yang maksimal dan mendapatkan prestasi sebagai cabang terbaik se area bangkalan. KSPP. BMT Syariah Cabang NU Klampis terus memberikan pelayanan yang dapat diandalkan bagi para anggotanya hingga saat ini dijalankan oleh tujuh karyawan di bawah arahan kepala cabang Whadiullah dan menawarkan rangkaian produk tabungan, pembiayaan dan layanan yang sama seperti cabang lainnya.

## **2. Lokasi KSPPS BMT NU Cabang Klampis Bangkalan**

BMT NU Cabang Klampis berlokasi di Jl. Raya Klampis Timur (Kompleks Madrasah NU) sebelah timur pasar Klampis, Desa Klampis, Kecamatan Klampis, Kabupaten Bangkalan. Lokasi KSPPS BMT NU Cabang Klampis Bangkalan sangat strategis, mudah dijangkau dan merupakan jalan utama memasuki kecamatan klampis dan jalur utama memasuki kota bangkalan.<sup>3</sup>

---

<sup>2</sup> Ibid

<sup>3</sup> Sumber: BMT NU Cabang Klampis Bangkalan pada tanggal 10 Februari 2023

### 3. Visi, Misi

#### a. Visi

Terwujudnya BMT NU yang jujur, amanah, dan profesional sehingga anggun dalam layanan, unggul dalam kinerja menuju terbentuknya 100 cabang kantor cabang pada tahun 2006 untuk dan/kesejahteraan anggota.<sup>4</sup>

#### b. Misi

- 1) Memberikan layanan prima, bina usaha dan memberikan 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 menuju berdirinya 100 kantor cabang pada tahun 2026
- 4) Mengutamakan penghimpunan dana atas dasar ta'awun dan penyaluran pembiayaan pada segmen umkm baik secara perorangan maupun berbasis jamaah
- 5) Mewujudkan penghimpunan dan penyaluran zakat, infak, shodaqoh, dan wakaf
- 6) Menyiapkan dan mengembangkan sdi yang berkualitas, profesional dan memiliki integritas tinggi

---

<sup>4</sup> Ibid.

- 7) Mengembangkan budaya dan lingkungan kerja yang ramah dan sehat serta serta manajemen 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
- 9) Meningkatkan kepedulian dan tanggung jawab kepada lingkungan dan jamaah<sup>5</sup>

#### **4. Struktur pengelola KSPPS BMT NU Cabang Klampis Bangkalan**

Struktural BMT merupakan struktural organisasi formal, sistematis/1dan terarah sesuai dengan struktural organisasi pada umumnya. Dengan setiap individunya memiliki tugas penting, kepala cabang bertugas membawahi bagian administrasi dan keuangan, bagian pembiayaan, bagian tabungan dan bagian lasisma, dengan memberikan arahan serta edukasi kepada bawahannya. Sedangkan untuk setiap karyawan memiliki tugas sesuai dengan bidangnya masing-masing.

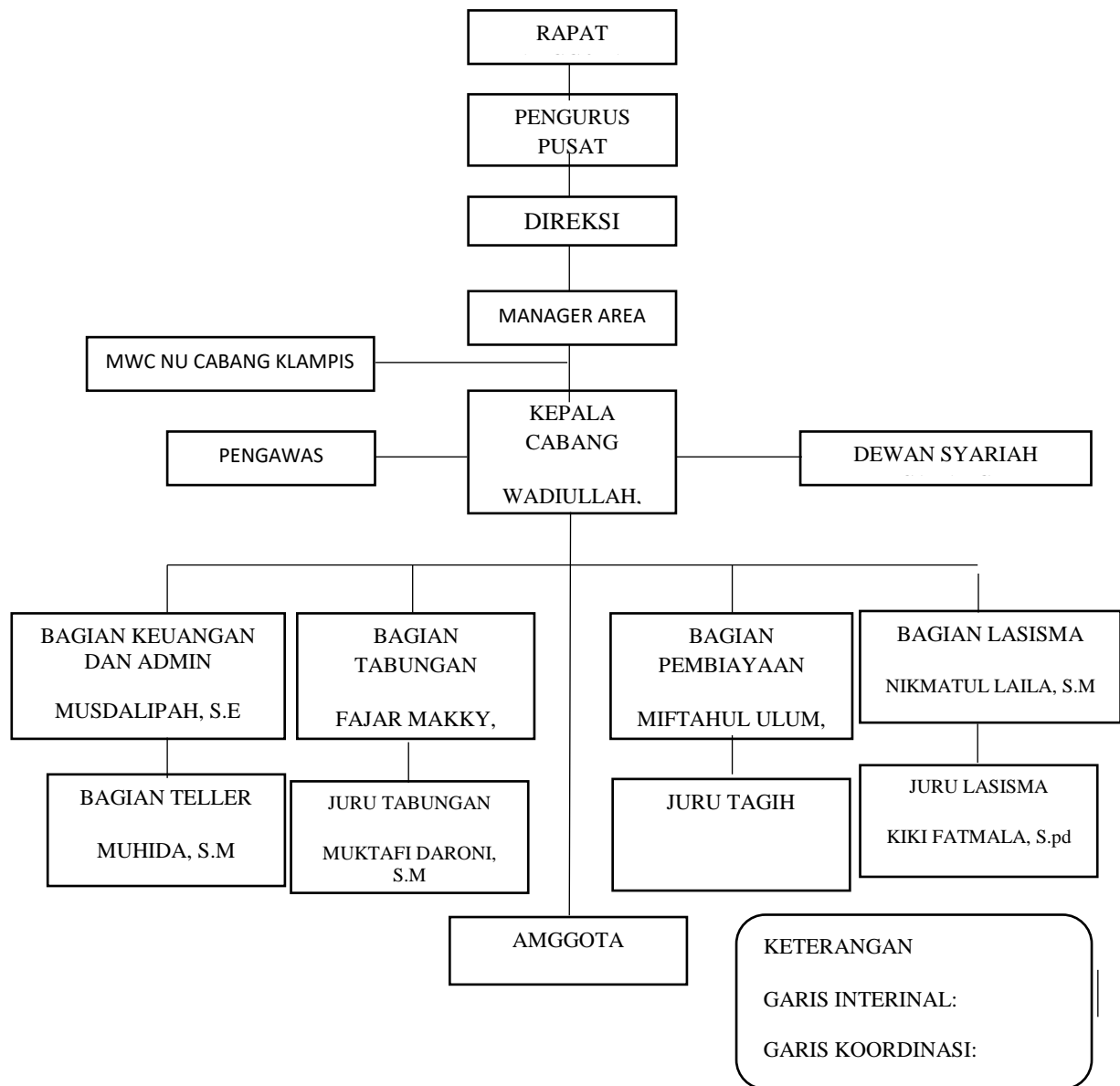
---

<sup>5</sup> Ibid.

Gambar 4. 1

STRUKTUR PENGELOLA KSPP. SYARIAH BMT NU

CABANG KALMPIS BANGKALAN<sup>6</sup>



<sup>6</sup> Wadhiullah, Kepala Cabang BMT NU Cabag Klampis Bangkalan, *Wawancara Langsung* (09 Februari 2023)

## **5. Produk-Produk KSPPS BMT NU Cabang Klampis Bangkalan**

### **Produk penghimpunan dana**

#### a) Simpanan Anggota (SIAGA)

Disediakan bagi anda yang berminat menjadi anggota sekaligus pemilik BMT NU dengan bagi hasil yang menguntungkan yaitu 70 % dari SHU menggunakan akad musyarakah. Siaga terdiri dari: SIAGA pokok dibayar satu kali sebesar Rp. 10.000,- SIAGA wajib perbulan Rp. 20.000,- dan SIAGA khusus dibayar kapan saja dengan setoran minimal Rp. 100.000,- SIAGA pokok dan wajib hanya dapat ditarik sesuai dengan ketentuan berlaku.

#### b) SIDIK Fathonah

Simpanan bagi anda yang ingin meraih cita-cita pendidikan secara sempurna dengan bagi hasil 45 % yang menguntungkan. Menggunakan akad mudharabah mutlaqah. Setoran kapan saja dan penarikan tahun ajaran baru dan semesteran. Setoran awal Rp. 2.500 dan setoran selanjutnya minimal Rp. 500.<sup>7</sup>

#### c) SAJADAH

Simpanan dengan keuntungan yang dapat dinikmati diawal dengan memperoleh hadiah secara langsung tanpa diundi. Menggunakan akad wadi'ah yad al-dhamamah dan dapat ditarik pada waktu berdasarkan ketentuan yang berlaku

---

<sup>7</sup> Sumber: Brosur BMT NU Cabang Klampis Bangkalan pada tanggal 10 Februari 2023

d) SIBERKAH

Keuntungan yang melimpah dengan bagi hasil 65 % menggunakan akad mudharabah mutlaqah. Setoran minimal Rp. 500.000 dengan jangka waktu minimal 1 (satu) tahun

e) Simpanan Haji dan Umroh (SAHARA)

Simpanan yang dapat mempermudah anda dalam menunaikan haji dan umroh dengan memperoleh keuntungan yang melimpah dengan bagi hasil 65 % sebagai bekal tambahan biaya haji dan umroh. Menggunakan akad mudharabah mutlaqah. Setoran awal minimal Rp. 1.000.000,- dan setoran selanjutnya sesuai kemampuan. Setoran kapan saja dan penarikan hanya dapat dilakukan ketika akan melaksanakan haji dan umroh kecuali udzur syari'<sup>8</sup>

f) Simpanan Lebaran (SABAR)

Simpanan yang bisa mempermudah anda memenuhi kebutuhan lebaran dengan memperoleh keuntungan dari bagi hasil sebesar 55 % menggunakan akad mudharabah mutlaqah dengan setoran awal Rp. 25.000 dan setoran selanjutnya minimal Rp. 5.000. setoran kapan saja dan penarikan hanya bisa dilakukan setiap bulan/1ramadhan.

g) Tabungan Mudharabah (TABAH)

Tabunga yang bisa mempermudah anda dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari karena setoran dan penarikan dapat dilakukan kapan saja dan memperoleh keuntungan bagi hasil 40 %. Menggunakan

---

<sup>8</sup> Ibid.

akad mudharabah mutlaqah. Setoran awal Rp. 10.000 dan selanjutnya minimal Rp. 2.500.

h) Tabungan Ukhrawi (TARAWI)

Tabungan sekaligus beramal tanpa kehilangan uang tabungan, anda disedehakan kepada fakir miskin dan anak yatim piatu. Menggunakan akad mudharabah mutlaqah dengan setoran awal Rp. 25.000,- dan selanjutnya minimal Rp. 5.000,- dengan bagi hasil 50 %

Adapun persyaratan untuk mengajukan pembukaan tabungan:

- 1) Photo copy KTP / SIM / KARTANU atau kartu identitas lainnya.
- 2) Mengisi form aplikasi atau registrasi di kantor cabang atau secara online melalui aplikasi BMT NU Keren
- 3) Membayar biaya administrasi pembukaan tabungan Rp. 5.000 (simpanan non siaga) dan Rp. 10.000 (simapanan siaga)

**Produk Pembiayaan <sup>9</sup>**

a) Al-Qordul Hasan

Pembiayaan dengan jasa seiklasnya dengan jangka waktu maksimal 36 bulan dengan angsuran mingguan, bulanan, 4 bulanan, 6 bulanan.

b) Murabahah dan Bai'

Pembiayaan dengan pola jual beli barang. Harga pokok diketahui bersama dengan harga jual berdasarkan kesepakatan. Selisih harga pokok dengan harga jual merupakan margin/keuntungan BMT NU. Jangka waktu maskimal 36 bulan dengan angsuran mingguan, bulanan,

---

<sup>9</sup> Ibid.



4 bulanan, dan 6 bulanan (Bai' Bitsamanil Ajil) dan atau cash tempo (Murabahah)

c) Mudlarabah dan Musyarakah

Pembiayaan modal kerja yang dibutuhkan (Mudharabah) atau sebagian modal kerja (Musyarakah) dengan pola bagi hasil. Bagi hasil dihitung berdasarkan keuntungan yang sebenarnya dengan bagi hasil berdasarkan kesepakatan (Mudharabah) atau sesuai proporsi modal (Musyarakah). Jangka waktu maksimal 36 bulan dengan angsuran bulanan, 4 bulanan, 6 bulanan dan atau cash tempo.

d) Rahn/Gadai

Pembiayaan dengan menyerahkan barang dan atau bukti kepemilikan barang sebagai tanggungan pinjaman dengan nilai pinjaman maksimal 92 % dari harga barang. Masa pinjaman maksimal 4 (empat) bulan dan diperpanjang maksimal 3 (tiga) kali. Barang yang diserahkan berupa barang berharga seperti perhiasan emas dan sebagainya. Biaya taksir dan uji barang ditanggung pemilik barang. BMT NU mendapatkan ujuh/ongkos penitipan barang setiap harinya sebesar Rp. 6 untuk setiap kelipatan Rp. 10.000 dari harga barang.<sup>10</sup>

e) Pembiayaan Tanpa Jaminan

Layanan berbasis jamaah (LASISMA) merupakan layanan pinjaman / pembiayaan tanpa jaminan bagi anggota yang berpenghasilan rendah dengan membentuk kelompok.

---

<sup>10</sup> Ibid.

f) Pembiayaan hidup sehat

Pembiayaan hidup sehat islami (HIDUP SEHATI) disiapkan bagi anggota yang belum memiliki jamban/WC/Toilet/Kamar (jedding) dan sarana air bersih yang sehat dengan menggunakan akad murabahah

Adapun persyaratan untuk mengajukan pembiayaan sebagai berikut:

- 1) Mengisi aplikasi permohonan pembiayaan baik di kantor cabang atau secara online melalui aplikasi BMT NU Keren
- 2) Mengisi form sistem informasi mitra (SIM)
- 3) Menjadi anggota KSPP. Syariah BMT NU jawa timur
- 4) Memiliki tabungan aktif di BMT NU jawa timur
- 5) Bersedia diwawacarai, dilakukann survei usaha serta kelayakan dan dinilai jaminannya.
- 6) Menyerahkan bukti kepemilikan barang jaminan berupa: sertifikat tanah/bangunan, bpkb mobil / motor, SK pertama dan SK terakhir pengangkatan PNS, dan atau jaminan tabungan atau atas nama perorangan atau lembaga.
- 7) Bersedia menyerahkan phobto copy KTP / SIM / KARTANU dan kartu tanda pengenal lainnya dan serta persyaratan administrasi lainnya yang ditentukan kemudian.<sup>11</sup>

## **B. Paparan Data**

Paparan data merupakan data yang diperoleh peneliti melalui pedoman yang telah disusun secara sistematis berdasarkan hasil pengamatan, wawancara dan

---

<sup>11</sup> Ibid.

observasi serta informasi tambahan seperti dokumentasi, rekaman, foto, dan sejarah. Paparan data haruslah sesuai dengan informasi yang diperoleh peneliti berdasarkan fokus penelitian itu sendiri.

Tabungan mudharabah (TABAH) merupakan tabungan unggulan yang dimiliki oleh BMT NU Cabang Klampis Bangkalan. Tabungan mudharabah adalah tabungan yang melalui skema bagi hasil yang sesuai dengan prinsip syariah dapat meringankan kehidupan masyarakat dalam setiap aktivitasnya.

Berdasarkan data yang diperoleh peneliti, berikut merupakan penjelasan narasumber bapak Wadhiullah kepala cabang BMT NU Cabang Klampis Bangkalan:

“Merupakan tabungan yang penarikan dan penyetoran diperbolehkan kapan saja, dan keuntungan dibagi sebesar 40% berdasarkan akad mudharabah mutlaqah dengan setoran awal Rp 10.000 dan selanjutnya minimal Rp 2.500 sehingga memudahkan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari.”<sup>12</sup>

Seperti halnya yang dikatakan oleh Bapak Fajar Makky selaku bagian tabungan saat ditemui untuk wawancara sebagai berikut:

“Iyya mas, Produk tabungan mudharabah ini adalah tabungan yang bisa mempermudah masyarakat atau penggunaanya dalam menjalankan aktivitasnya karena terdapat bagi hasil yang menguntungkan, selain itu proses penarikannya juga dapat dilakukan kapan saja dan ketika terdapat penarikan maupun penyetoran saya sebagai pengelola dan bagian tabungan akan menjemput secara langsung”<sup>13</sup>

Pernyataan dari pengelola BMT NU Cabang Klampis Bangkalan diperkuat oleh ibu Mulihah selaku pengguna produk tabungan mudharabah (TABAH) berikut pernyataannya:

---

<sup>12</sup> Wadhiullah, Kepala Cabang BMT NU Cabang Klampis Bangkalan, *Wawancara Langsung* (09 Februari 2023)

<sup>13</sup> Fajar Makky, Bagian Tabungan BMT NU Cabang Klampis Bangkalan *Wawancara Langsung* (11 Februari 2023)

“Iyya dek, produk tabungan mudharabah ini memang produk tabungan yang bisa mempermudah saya sebagai pengguna, karena ketika saya ingin menabung ada petugas yang menjemput jadi saya tidak perlu ke kantor, selain itu terdapat bagi hasil yang menguntungkan dan/luntuk setorannya sangat murah sekali yaitu minimal Rp. 10.000 ”<sup>14</sup>

Berdasarkan pernyataan yang diperoleh peneliti berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa selain memberikan pelayanan antar jemput, produk tabungan mudharabah juga menawarkan bagi hasil yang menggiurkan, khususnya nisbah bagi hasil sebesar 40% bila menggunakan akad mudharabah mutlaqah dengan setoran awal minimal Rp. 10.000 dan selanjutnya minimal Rp. 2.500

Situasi yang membuat lembaga keuangan baik sekala besar maupun kecil harus mampu merancang strategi pemasaran yang efektif dan efisien guna untuk memenangkan pasar. Dalam hal ini BMT NU Cabang Klampis Bangkalan harus mampu bersaing dari ketatnya persaingan karena tidak sedikit perusahaan maupun lembaga keuangan gagal dalam melakukan pemasaran. Hal tersebut disebabkan karena mereka tidak mengerti tentang strategi pemasaran STP (*segmenting, targeting, positioning*) dampaknya banyak perusahaan yang gagal karena tidak mengerti siapa target mereka dan sembarangan menetapkan segmen psar kemudian tidak sedikit pula yang melakukan positioning eror seperti janji yang selalu berlebihan. Hal ini diungkapkan oleh bapak Fajar Makky selaku bagian tabungan BMT NU Cabang Klampis Bangkalan:

“Memang di BMT NU Cabang Klampis Bangkalan sebelum memilih produk mana yang akan ditawarkan, terlebih dahulu kita mengkaji dengan strategi STP karena dari hal tersebut sudah melingkupi seluruh elemen masyarakat. Dengan menggunakan strategi *segmenting, targeting dan*

---

<sup>14</sup> Mulihah, Anggota Produk Tabungan Mudharabah BMT NU Cabang Klampis Bangkalan *Wawancara Langsung* (12Februari 2023)

*positioning* pemasaran akan lebih terarah, efektif dan efisien, dengan begitu peluang untuk memenangkan pasar akan semakin terbuka”<sup>15</sup>

Hal serupa juga diungkapkan oleh Muktafi selaku juru tabungan BMT NU Cabang Klampis Bangkalan”

“Sebelum melakukan pemasaran terlebih dahulu kita sebagai pengelola BMT NU Cabang Klampis Bangkalan/mengakaji produk mana yang akan dipasarkan dengan menentukan segmen pasar/lkemudian menentukan targetnya siapa saja maka kegiatan pemasaran akan efektif dan tepat sasaran”<sup>16</sup>

Untuk memenangkan pasar BMT NU Cabang Klampis Bangkalan perlu melakukan strategi pemasaran secara detail untuk mencapai pasar sasaran yang diinginkan. Meliputi:

### **1. Implementasi *Segmenting* Produk Tabungan Mudharabah Pada KSPPS BMT NU Cabang Klampis Bangkalan**

Segmentasi pasar merupakan hal yang sangat penting untuk dilakukan sebagai langkah awal sebelum melakukan pemasaran. Langkah ini berfungsi untuk mempermudah dalam proses pemasaran. Pemasaran akan jauh lebih mudah apabila dalam perencanaan pemasaran tersruktur dan sistematis.

Seperti yang disampaikan oleh bapak Wadhiullah selaku kepala cabang di BMT NU Cabang Klampis Bangkalan.

“Sebagai langkah awal perlu melakukan penentuan segmentasi pasar, untuk segmentasi atau pengelompokan pasar di KSPPS BMT NU Cabang Klampis Bangkalan ini, tidak dibagi dalam satu kelompok saja dikarenakan produk tabungan mudharabah (TABAH) ini dapat digunakan oleh siapa saja dan tidak pandang bulu baik untuk kalangan menengah atas maupun menengah bawah jadi semua bisa menggunakan tabungan ini”<sup>17</sup>

---

<sup>15</sup> Fajar Makky, bagian tabungan BMT NU Cabang Klampis Bangkalan, *Wawancara Langsung* (09 Februari 2023)

<sup>16</sup> Muktafi, juru tabungan BMT NU Cabang Klampis Bangkalan, *Wawancara Langsung* (09 Februari 2023)

<sup>17</sup> Wadhiullah, Kepala Cabang BMT NU Cabang Klampis Bangkalan, *Wawancara Langsung* (09 Februari 2023)

Hal serupa juga diungkapkan oleh bapak Muktafi tentang pengelompokan konsumen sebagai berikut:

“Untuk segmentasi atau pengelompokan konsumen pada produk tabungan mudharabah kita melakukan pengelompokan dimulai dari segi letak geografis, demografis masyarakat, psikologis dan juga tingkah laku masyarakat, Karena dari pengelompokan tersebut itu sudah meliputi dari keseluruhan elemen masyarakat”<sup>18</sup>

Begitu pula dengan penuturan bapak Fajar Makky yang menambahkan tentang segmentasi sebagai berikut:

“Pertama dari segi geografis atau berdasarkan tingkat wilayah, memang tidak semua wilayah tidak dapat kita jangkau, namun kita disini lebih memfokuskan untuk wilayah kecamatan klampis saja, contohnya seperti, klampis barat, klampis timur, larangan, bulukagung, bator, probungan, tenggun, manunggal, glintong, trogan, ko’ol, tolbuk, bragang, sorjan. Pada segmentasi dalam segi demografis, atau berdasarkan jenis kelamin laki-laki dan perempuan, untuk usia minimal 17 tahun dan maksimal kita memberikan batasan. Berdasarkan ukuran keluarga dan berdasarkan penghasilan kita tidak membeda-bedakan baik itu dari kalangan menengah ke atas ataupun menengah ke bawah. Berdasarkan agama kita tidak memberikan batasan baik itu berasal dari non-islam sekalipun juga boleh. Selanjutnya dari segi psikografis, kita lebih mengarah pada gaya hidup yang biasa-biasa saja. Dan untuk segmentasi tingkah laku, kita mengarah pada respon anggota kita apakah anggota merasa puas dan terpenuhi”<sup>19</sup>

Dalam pengelompokan segmen pasar BMT NU Cabang Klampis Bangkalan membagi ke dalam beberapa variabel berdasarkan kriteria yang telah ditentukan.

**Tabel 1. 3 : Variabel berdasarkan kriteria tertentu**

No	Variabel	karakteristik
1	Geografis	Kabupaten Bangkalan, Kecamatan klampis, klampis barat, klampis timur, larangan, bulukagung, bator,

<sup>18</sup> Muktafi, Juru Tabungan BMT NU Cabang Klampis Bangkalan, Wawancara Langsung (11 Februari 2023)

<sup>19</sup> Fajar Makky, Bagian Tabungan BMT NU Cabang Klampis Bangkalan *Wawancara Langsung* (11 Februari 2023)

		probungan, tenggun, manunggal, glintong, trogan, ko'ol, tolbuk, bragang, sorjan
2	Demografis	Wanita dan pria
3	Psikologis	Menengah kebawah dan menengah ke atas, menyesuaikan dengan kelas sosial

Selain itu peneliti juga mewawancarai kepada bapak Wadhiullah selaku kepala cabang BMT NU Cabang Klampis tentang segmen pasar mana yang dituju, sebagai berikut:

“Untuk segmen pasar yang kita tuju tidak pandang bulu siapa saja boleh menabung di BMT NU Cabang Klampis Bangkalan selama masih dalam zona jangkauan kami, karna masyarakat yang berpenghasilan menengah ke atas maupun menengah ke bawah juga dapat menabung di sini dengan minimal menabung tiap hari Rp. 2.500/1”<sup>20</sup>

Dari data hasil wawancara secara keseluruhan, peneliti dapat menyimpulkan bahwa segmentasi pasar yang diterapkan dibagi berdasarkan empat elemen segmentasi yaitu, segmentasi geografis, demografis, psikologis dan tingkah laku.

## **2. Implementasi *Targeting* Produk Tabungan Mudharabah Pada KSPPS BMT NU Cabang Klampis Bangkalan**

Untuk langkah selanjutnya yaitu target pasar atau lebih dikenal *targeting* merupakan identifikasi peluang segmentasi pasar yang kemudian di evaluasi terhadap beragam pilihan segmen yang akan dijadikan pilihan untuk dijadikan pasar sasarannya. Dalam menjadikan target pasar BMT NU Cabang Klampis Bangkalan sudah menentukan segmen yang akan menjadi fokus dalam

---

<sup>20</sup> Wadhiullah, Kepala Cabang BMT NU Cabang Klampis Bangkalan *Wawancara Langsung* (11 Februari 2023)

memberikan pelayanan kemitraan kepada anggota. Dalam mengevaluasi segmen pasar, bapak Wadhiullah selaku kepala cabang BMT NU Cabang Klampis menyampaikan:

“Untuk mengevaluasi segmen pasar mana yang akan dilayani pada produk tabungan mudharabah (TABAH), strategi yang kita gunakan tidak terfokus pada satu segmen saja, karna kalangan menengah atas maupun kalangan menengah kebawah bisa menjadi target pasar kami, dengan adanya produk tabungan mudharabah (TABAH) anggota yang memiliki kesibukan tidak perlu repot-repot ke kantor karna kita menggunakan sistem jemput bola maksudnya kita terjun ke rumah-rumah anggota secara langsung”<sup>21</sup>

Peneliti juga mewawancarai bapak Muktafi selaku juru tabungan di BMT NU Cabang Klampis Bangkalan, dengan pertanyaan yang sama, sebagai berikut:

“Strategi yang kita gunakan yaitu dengan menggunakan sistem jemput bola pada produk tabungan mudharabah, selain itu dari tabungan merupakan tabungan yang dapat memudahkan konsumen dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari karena penarikan dan penyetoran dapat dilakukan kapanpun mereka mau, dan juga dapat memperoleh bagi hasil sebesar 40% menggunakan akad mudharabah muthlaqah dengan awal 10.000 dan minimal 2.500.”<sup>22</sup>

Peneliti juga mewawancarai bapak Fajar Makky selaku bagian tabungan tentang target pasar, sebagai berikut:

“Untuk target pasar dari tabungan Mudharabah ini, kami lebih menargetkan pasar yang paling potensial seperti para Pedagang, nelayan, petani karena rata-rata mata pencaharian masyarakat daerah Klampis ini kalau tidak berdagang yaa mereka bercocok tanam atau bertani ada juga yang menjadi nelayan”<sup>23</sup>

Dari hasil wawancara dan observasi secara langsung yang dilakukan oleh peneliti secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa untuk evaluasi target

---

<sup>21</sup> Wadhiullah, Kepala Cabang BMT NU Cabang Klampis Bangkalan *Wawancara Langsung* (09 Februari 2023)

<sup>22</sup> Muktafi, Juru Tabungan BMT NU Cabang Klampis Bangkalan *Wawancara Langsung* (09 Februari 2023)

<sup>23</sup> Fajar Makky, Bagian Tabungan BMT NU Cabang Klampis Bangkalan *Wawancara Langsung* (11 Februari 2023)



pasar strategi yang di gunakan oleh BMT NU Cabang Klampis Bangkalan yaitu tidak melakukan penetapan pasar sasaran yang terfokus pada satu segmen saja. Karena masyarakat menengah ke bawah maupun masyarakat menengah keatas juga bisa menjadi target kami seperti, pedagang, nelayan, petani dan pebisnis kecil sekalipun.

### **3. Implementasi Positioning Produk Tabungan Mudharabah Pada KSPPS BMT NU Cabang Klampis Bangkalan**

BMT NU Cabang Klampis Bangkalan memposisikan produk tabungan mudharabah (TABAH) di mata masyarakat dengan memberikan layanan terbaik untuk anggota demi mendapatkan citra positif masyarakat berdasarkan prinsip-prinsip Islam.

Posisi pasar menjadi salah satu cara untuk merebut posisi produk masyarakat. Upaya ini dilakukan oleh perusahaan atau organisasi untuk menentukan posisi di benak masyarakat. Penentuan posisi pasar sangatlah penting bagi semua perusahaan seperti halnya BMT NU Cabang Klampis Bangkalan hal tersebut di karenakan dalam menentukan posisi pasar dalam produk tabungan mudharabah (TABAH) tidak bisa dilakukan tanpa adanya persiapan, harus tersusun secara sistematis, penuh pertimbangan dan strategi yang efektif dan efisien. Mengingat bahwa produk tabungan mudharabah (TABAH) harus memposisikan produk tepat pada target pasarnya, dengan tujuan memenangkan persaingan dalam pasar sasaran.

BMT NU Klampis Bangkalan dalam memposisikan produk tabungan mudharabah (TABAH) untuk menarik minat masyarakat sebagaimana yang

diungkapkan oleh bapak Wadhiullah sebagai kepala cabang BMT NU Cabang Klampis sebagai berikut:

“Langkah pertama yang perlu dilakukan adalah menerapkan strategi positioning, khususnya dengan menciptakan produk-produk yang benar-benar dibutuhkan masyarakat dan mengatasnamakan lembaga yang berbasis syariah guna menjamin citra KSPPS BMT NU. Cabang Klampis sudah tertanam kuat di benak masyarakat umum. Langkah selanjutnya adalah menginformasikan secara langsung kepada masyarakat mengenai kelebihan dan kekurangan produk tabungan Mudharabah ini dengan cara mendatangi door to door dan menjelaskan bagaimana penyetoran dan penarikan dapat dilakukan kapan saja dengan bagi hasil 40% melalui akad Mudharabah Mutlaqah setoran awal Rp 10.000, lalu untuk selanjutnya Rp 2.500”<sup>24</sup>

Informasi di atas didukung oleh pendapat anggota yang merespon baik terhadap produk tabungan mudharabah (TABAHA) BMT NU Cabang Klampis Bangkalan. Ibu Habibah selaku anggota produk tabungan mudharabah (TABAHA) dari tahun 2020 menjelaskan bahwa:

“Saya tertarik dengan produk tabungan mudharabah karena produk tabungan ini menurut saya tabungannya mudah dan tidak mengganggu aktivitas keseharian saya karena petugas dari BMT disana selalu mendatangi saya untuk menabung dan proses pengambilannya juga bisa melalui petugas yang datang setiap harinya”<sup>25</sup>

Peneliti juga mewawancarai salah satu anggota dari produk tabungan mudharabah (TABAHA) di BMT NU Cabang Klampis Bangkalan dengan ibu Mulihah sebagai berikut:

“Alhamdulillah saya sangat senang dengan produk tabungan ini karena sesuai dengan prinsip syariah dan juga proses penarikannya sangat mudah tidak harus ke kantor cabang tetapi bisa langsung melalui karyawan yang bertugas, selain bagi hasil yang menguntungkan, ini sangat membantu sekali

---

<sup>24</sup> Wadhiullah, Kepala Cabang BMT NU Cabang Klampis Bangkalan *Wawancara Langsung* (09 Februari 2023)

<sup>25</sup> Habibah, Anggota Produk Tabungan Mudharabah BMT NU Cabang Klampis Bangkalan *Wawancara Langsung* (12Februari 2023)

bagi saya sebagai pedagang yang setiap harinya memiliki kesibukan dengan pekerjaan saya”<sup>26</sup>

Dari pemaparan diatas, sesuai dengan apa yang tertera pada brosur yang disebarakan oleh BMT NU Cabang Klampis Bangkalan.

#### **Gambar 4.2**

#### **Brosur Tabungan Mudharabah KSPPS BMT NU Cabang Klampis**



#### **Bangkalan**

wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa dalam memposisikan produk tabungan mudharabah (TABAH) di BMT NU Cabang Klampis Bangkalan produk tabungan (TABAH) yang ditawarkan berdasarkan prinsip-prinsip syariah.

BMT NU Cabang Klampis Bangkalan dalam memposisikan produk tabungan mudharabah (TABAH) sudah melakukan strategi yang benar yaitu dengan menyampaikan keunggulan produknya yang sudah menjadi ciri khas tersendiri dengan sistem bagi hasil yang sangat menguntungkan selain itu para anggota dari produk tabungan mudharabah di permudah dengan sistem jemput

---

<sup>26</sup> Mulihah, Anggota Produk Tabungan Mudharabah BMT NU Cabang Klampis Bangkalan *Wawancara Langsung* (12Februari 2023)

bola dan proses penarikannya cepat dan mudah. Sesuai dengan yang diungkapkan oleh bapak Fajar Makky bagian tabunan, berikut penjelasannya:

“Produk ini adalah yang paling banyak digunakan tidak hanya itu saja hal ini juga memberikan kesan positif terhadap anggota, pelayanan prima diberikan untuk memuaskan nasabah agar mampu bersaing dan memberikan citra kepada anggota bahwa BMT NU Cabang Klampis Bangkalan yang terbaik dari segi pelayanannya, sehingga anggota yang lain dapat memberikan rekomendasi kepada kerabat atau tetangganya untuk menabung dengan produk tabungan mudharabah di BMT NU Cabang Klampis Bangkalan”<sup>27</sup>

Dengan pelayanan terbaik dan maksimal dapat memberikan pengaruh positif terhadap masyarakat dan dapat meningkatkan minat masyarakat untuk menggunakan produk tabungan mudharabah di BMT NU Cabang Klampis Bangkalan.

Berikut yang diungkapkan oleh anggota tabungan mudharabah (TABAH) yang bernama ibu Ririn Indrawati, sebagai berikut:

“Saya menabung dari tahun 2019 sampai sekarang saya tetap menabung/di BMT NU Cabang Klampis Bangkalan, produk tabungan mudharabah sangat bermanfaat, saya sangat puas dan senang disini selain prosesnya sangat cepat dan mudah, dilihat dari segi pelayanannya juga bagus, karyawan yang juga ramah, sopan dan tutur katanya yang halus pokoknya”<sup>28</sup>

Hal serupa juga disampaikan oleh ibu Mulihah. berikut penjelasannya:

“Yaa, saya kira menabung di BMT NU Cabang Klampis merupakan tempat yang aman untuk menabung atau menyimpan uang karena selama tiga tahun saya menabung di BMT/luang saya aman-aman saja. Hubungan antara saya dan petugas antar jemput tabungan juga menjadi keyakinan saya bahwa menabung di BMT merupakan tempat yang aman untuk menabung. Karna dilihat dari segi pelayannya petugas sangat ramah, santun dan

---

<sup>27</sup> Fajar Makky, Bagian Tabungan BMT NU Cabang Klampis Bangkalan *Wawancara Langsung* (12Februari 2023)

<sup>28</sup> Ririn Indrawati, Anggota Produk Tabungan Mudharabah BMT NU Cabang Klampis Bangkalan *Wawancara Langsung* (12Februari 2023)

sopan/ibahkan kalau sudah ketemu ibaratkan sudah seperti keluarga karna saking akrabnya setiap hari menjalin interaksi langsung dengan petugas”<sup>29</sup>

Hasil wawancara kepada anggota produk tabungan mudharabah (TABAH), yaitu peneliti mendapati dalam proses penarikan uang dapat dilakukan di kantor atau langsung kepada karyawan yang bertugas antar jemput tabungan dengan pelayanan yang ramah, sopan, dan tutur katanya yang halus dan anggota percaya dengan menabung di BMT NU Cabang Klampis merupakan tempat yang aman untuk menyimpan uang.

Dari hasil wawancara dan observasi yang dilakukan oleh peneliti dapat ditarik kesimpulan bahwa BMT NU Cabang Klampis Bangkalan benar-benar memperhatikan pelayanan terbaik yang diberikan kepada anggota. Sehingga memberikan kesan yang positif di benak anggota. Pelayanan yang diberikan pada anggota secara optimal mendapatkan apresiasi, kepuasan dan loyalitas anggota

### **C. Temuan Penelitian**

Dalam paparan data diatas diperoleh temuan di lapangan, baik dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi serta temuan lainnya yang diperoleh peneliti dapat dijabarkan sebagai berikut:

#### **1. Implementasi *Segmenting* Produk Tabungan Mudharabah Pada BMT NU Cabang Klampis Bangkalan**

---

<sup>29</sup> Mulihah, Anggota Produk Tabungan Mudharabah BMT NU Cabang Klampis Bangkalan *Wawancara Langsung* (12Februari 2023)

BMT NU Cabang Klampis Bangkalan melakukan pengelompokan berdasarkan geografis, demografis, psikologis dan tingkah laku, diantaranya yaitu:

- a) Berdasarkan segmen geografis BMT NU Cabang Klampis melakukan Pengelompokan peta pasar tidak semua wilayah dapat dijangkau hanya terfokuskan pada wilayah kecamatan klampis dan sekitarnya
- b) Berdasarkan segmentasi demografis BMT NU melakukan pengelompokan berdasarkan jenis kelamin laki-laki dan perempuan, usia minimal 17 tahun. Berdasarkan agama kita tidak memberikan batasan baik itu berasal dari non-islam sekalipun juga boleh.
- c) Berdasarkan segmen psikologis BMT NU Cabang Klampis lebih mengarah kepada gaya hidup yang sederhana dan berkecukupan
- d) Pengelompokan pasar secara tingkah laku BMT NU Cabang Klampis mengarah pada respon pengguna tabungan mudharabah (TABAH) apakah merasa puas dan terpenuhi

## **2. Implementasi *Targeting* Produk Tabungan Mudharabah Pada BMT NU Cabang Klampis Bangkalan**

- a) Dalam penentuan pasar sasaran tidak terfokus pada satu segmen saja seperti segmen para pedagang, nelayan, petani dll. Akan tetapi, BMT NU Cabang Klampis lebih mengutamakan pasar sasaran yang paling potensial seperti pasar dan lingkungan tempat tinggal pengelola terdekat.
- b) BMT NU Cabang Klampis tidak membedakan kalangan masyarakat kelas atas, kelas menengah/1maupun masyarakat kelas

menengah ke bawah juga bisa menggunakan tabungan mudharabah (TABAH).

### **3. Implementasi *Positioning* Produk Tabungan Mudharabah Pada BMT NU Cabang Klampis Bangkalan**

- a) Bagi hasil yang menguntungkan dengan nisbah bagi hasil 40% yang langsung bisa dicairkan setiap bulan dari sisa hasil usaha (SHU) setelah di akumulasikan keseluruhan pengguna tabungan mudharabah
- b) Penarikan dan penyetoran bisa dilakukan kapan saja melalui kantor BMT NU Cabang Klampis dan pengelola antar jemput tabungan
- c) Berlandaskan sistem yang sesuai dengan hukum syariat Islam untuk menghindari transaksi ribawi
- d) Memberikan pelayanan terbaik dan memberikan fasilitas seperti antar jemput tabungan berupa bentuk loyalitas pengelola BMT NU Cabang Klampis

#### **D. Pembahasan**

Strategi pemasaran yang digunakan suatu perusahaan akan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap seberapa baik perusahaan memasarkan produknya karena dengan strategi pemasaran yang tepat, perusahaan dapat menghasilkan, mempertahankan, dan menumbuhkan permintaan pelanggan dengan cara yang efektif dan bertahan lama.

BMT NU Cabang Klampis dalam memasarkan produk khususnya tabungan tabungan mudharabah memerlukan strategi yang efektif dengan tujuan menarik jumlah anggota sebanyak-banyaknya, melakukan perumusan dalam memilih dan menetapkan pasar sasaran yang akan dituju dengan menggunakan strategi pemasaran melalui segmentasi pasar menjadi beberapa kelompok (*segmenting*), menentukan suatu target pemasaran (*targeting*) dan penentuan posisi pasar (*positioning*) atau biasa disingkat dengan STP).

### **1. Implementasi Strategi Pemasaran *Segmenting* Produk Tabungan Mudharabah Pada BMT NU Cabang Klampis Bangkalan**

Segmentasi melibatkan pemisahan pasar menjadi kelompok konsumen dengan tuntutan sifat atau perilaku berbeda-beda yang memerlukan inisiatif produk atau inisiatif pemasaran berbeda.<sup>30</sup> KSPPS BMT NU Cabang Klampis melakukan segmentasi pasar yang berbeda mulai dari semua kalangan profesi seperti, pedagang, nelayan, petani dan pegawai.

Segmentasi dibagi berdasarkan karakteristik konsumen, diantaranya:

#### **a) Segmentasi Geografis**

Dalam bukunya Philip Kotler segmentasi geografis atau pembagaaian pasar ke dalam divisi geografis seperti negara, provinsi, perkotaan, pedesaan atau kompleks perumahan / pemukiman.<sup>31</sup> Pada segmen ini KSPPS BMT NU Cabang Klampis merumuskan pengelompokan calon pengguna tabungan menjadi beberapa bagian menurut skala wilayah karena tidak semua wilayah dapat dijangkau.

---

<sup>30</sup> Hendy Mustiko Aji, *Manajemen Pemasaran Syariah*, (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2019), hlm. 191.

<sup>31</sup> Philip Kotler, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Indeks, 2007), 301-317



Dalam melakukan pengelompokan-pengelompokan pasar (*segmenting*) BMT NU Cabang Klampis Bangkalan membagi atau mensegmentasikan konsumen atau calon anggota menjadi beberapa karakteristik konsumen atau calon anggota berdasarkan Segmentasi Geografis, Demografis psikografis, dan tingkah laku. Pada segmentasi berdasarkan pada Geografis, pasar dibagi menjadi beberapa wilayah dalam negara, provinsi, kota, desa hingga suku .terkecil.BMT NU Klampis membagi pemasaran produk tabungan mudharabah pada wilayah-wilayah yang potensial karena tidak semua wilayah dapat dijangkau dan memerlukan banyak proses dan waktu dalam memasarkan produk tabungan mudhrabah pada wilayah yang sekiranya sulit dijangkau dan kurang berpotensi. KSPPS BMT NU melakukan pemetaan pasar dengan memilih desa maupun tempat yang interaktif dan potensial di Kecamatan Klampis yang kemudian nantinya akan menjadi target pasar sasaran produknya, diantaranya yaitu: klampis barat, klampis timur, larangan, bulukagung, bator, probungan, tenggun, manunggal, glintong, trogan, ko'ol, tolbuk, bragang, sorjan dan diperluas daerah lainnya, wilayah-wilayah tersebut merupakan wilayah yang menurut BMT NU Cabang Klampis cukup potensial untuk akhirnya tabungan mudhrabah dipasarkan karena pada wilayah tersebut merupakan wilayah yang cukup berkembang dan rata-rata wilayah tersebut merupakan suatu daerah yang rata-rata bekerja pada sektor pertanian dan juga sektor perikanan adapaun juga sebagian merupakan pedagang yang memasarkan hasil bumi dan juga hasil laut yang didapatkan sehingga menurut BMT NU Cabang Galis tabungan mudhrabah akan sangat bermanfaat dan

berguna bagi mereka karena sistem dan cara menabung yang mudah bahkan mereka akan diuntungkan.

#### **b) Segmentasi Demografis**

Dalam segmen ini KSPPS BMT NU Cabang Klampis BMT NU dalam menetapkan anggotanya yaitu dari berbagai profesi, segi usia, dan juga dari segi jenis kelamin. Dalam segi profesi, dikarenakan rata-rata masyarakat yang tinggal di daerah Klampis merupakan masyarakat yang memiliki hasil bumi yang baik dalam sektor pertanian, hasil laut yang baik dalam sektor perikanan maka BMT NU Cabang Klampis membaginya pada profesi/seperti pedagang, nelayan, petani dan pegawai. Jika dilihat dari umur ataupun usia tentunya sudah berusia 17 tahun keatas dan tidak ada batasan usia dalam proses membuka rekening tabungan mudarabah menggunakan KTP dan kartu identitas lainnya sebagai syarat administrasi, kemudian dilihat dari segi jenis kelamin tidak ditentukan artinya antara laki-laki dan perempuan diperbolehkan asalkan memiliki akal sehat yang bisa menunjang proses administrasi.

#### **c) Segmentasi psikografis**

Menurut Philip Kotler segmentasi psikografis yaitu membagi pasar menjadi suatu kelompok yang berbeda berdasarkan pada karakteristik sosial, gaya hidup dan karakteristik kepribadian.<sup>32</sup> Dalam segmen ini upaya yang dilakukan oleh BMT NU Cabang Klampis dengan mengikuti perkembangan psikologisnya dan mengamati gaya hidup dan karakteristik kepribadian anggotanya.

#### **d) Segmentasi tingkah laku**

---

<sup>32</sup> Ibid, hlm 303

Berdasarkan segmen tingkah laku BMT NU Cabang Klampis Bangkalan mengarah pada respon anggota ketika pihak pengelola BMT NU Cabang Klampis memberikan pelayanan baik di dalam kantor cabang maupun diluar kantor yang dilakukan teller maupun bagian tabungan dan juru tabungan. Pengelola BMT NU Cabang Klampis mengamati pengguna tabungan mudharabah apakah pelayanan yang diberikan sudah memberikan terpenuhi dan mendapatkan kepuasan.

Jadi dalam pengelompokan pasar yang dipakai dibagi menjadi beberapa segmen atau kelompok-kelompok yaitu Segmentasi Geografis yang berdasarkan lokasi dan wilayah, Demografis yang berdasarkan pada profesi, segi usia, dan juga dari segi jenis kelamin. Psikografis yang berdasarkan cara atau gaya hidup masyarakat, dan tingkah laku, tujuannya adalah agar dalam pemasaran produk mudharabah dapat tertarget dengan efektif dan efisien sehingga nantinya pihak pemasar tidak kesulitan dalam mencari target pasarnya dan.

## **2. Implementasi Strategi Pemasaran *Targeting* Produk Tabungan Mudharabah Pada BMT NU Cabang Klampis Bangkalan**

Targeting merupakan tahap lanjutan dari segmentasi pasar. Pasar sasaran khususnya satu atau lebih segmen pasar adalah tempat tindakan pemasaran yang terfokus akan dipusatkan. Pilihan pasar sasaran mempengaruhi seberapa banyak sumber daya perusahaan yang dicurahkan untuk inisiatif pemasaran.

Penetapan target pasar merupakan langkah proses evaluasi untuk menetapkan pasar sasaran yang akan dimasuki untuk memasarkan produk yang dimiliki oleh

BMT NU Cabang Klampis khususnya produk tabungan mudharabah. Setiap target pemasaran tentunya menentukan terlebih dahulu siapa target pasarnya dengan menggunakan rumusan dari segmentasi pasar yang sebelumnya sudah dilakukan. Dalam hal ini yang menjadi target pasar BMT NU Cabang Klampis tidak membedakan kalangan, artinya BMT NU tidak membatasi target pasar untuk produk tabungan mudharabah (TABAH) dengan menerima semua kalangan masyarakat akan tetapi BMT NU lebih fokus pada masyarakat yang potensial yang dimana rata-rata masyarakat yang tinggal di Kecamatan Klampis berprofesi sebagai pedagang, nelayan, petani selebihnya mereka yang bekerja sebagai PNS lebih memilih untuk menabung di bank.

Jadi, dalam *targetting* yang merupakan target pemasaran merupakan turunan dari segmentasi pasar yang dimana ketika sudah tercipta segmen-segmen pasar maka selanjutnya adalah menargetkan siapa saja yang akan menjadi target pemasaran tabungan mudharabah lewat hasil dari segmen pasar yang sudah ada sehingga antara segmentasi maupun *targetting* keduanya saling berhubungan.

### **3. Implementasi Strategi Pemasaran *Positioning* Produk Tabungan Mudharabah Pada BMT NU Cabang Klampis Bangkalan**

Faktor paling krusial yang perlu dipertimbangkan oleh para pebisnis ketika memasuki suatu pasar adalah *positioning*. Karena strategi *positioning* perusahaan melibatkan perancangan produk dan strategi pemasaran untuk memberikan kesan tertentu kepada konsumen. Merancang produk dan strategi pemasaran dengan tujuan meninggalkan kesan abadi pada pelanggan dikenal sebagai *positioning*.

Dalam menentukan posisi pasar pada produk tabungan mudharabah (TABAH) BMT NU Cabang Klampis menggunakan beberapa strategi untuk memasarkan produk dan menarik minat calon anggota sebanyak-banyaknya sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Kotler dalam bukunya Suparso, berikut penjelasannya:

Menurut Kotler terdapat beberapa cara product positioning yang dapat dilakukan pemasar dalam memasarkan produk kepada konsumen yang dituju, antara lain:

- a) Penentuan posisi menurut atribut, Penentuan posisi menurut atribut, berdasarkan hasil observasi yang peneliti peroleh dalam penentuan posisi pasar menurut atribut yang dimiliki BMT NU Cabang Klampis penarikan dan penyeteroran dapat dilakukan kapan saja dan tidak ada biaya administrasi bulanan, produk tabungan mudharabah memiliki nisbah bagi hasil sebesar 40% dapat memudahkan masyarakat dalam menjalani kehidupan sehari-hari
- b) Penentuan posisi menurut manfaat, dalam hal ini pengguna memperoleh kepuasan dan/1pelayanan yang berkualitas, selain itu nisbah bagi hasil yang menguntungkan dan sistem jempit yang semakin mempermudah aktivitas pengguna tabungan mudharabah (TABAH)
- c) Penentuan posisi menurut penggunaan dan penerapan, tabungan mudharabah digunakan sebagai kesempatan untuk penambahan modal dengan cara menabung terlebih dahulu dan kemudian dimanfaatkan untuk keperluan pengguna
- d) Penentuan posisi menurut pemakai, dengan adanya sistem jempit bola pengguna produk tabungan mudharabah (TABAH) pengguna dapat

menjalankan aktivitasnya dengan baik karena dalam penarikan uang pengelola akan mendatangi pengguna tabungan mudharabah (TABAH)

Jadi dalam penentuan posisi pasar dapat dilakukan dengan beberapa cara yaitu penentuan posisi menurut atribut, penentuan posisi menurut manfaat, penentuan posisi menurut penggunaan dan penentuan posisi menurut pemakai, hal tersebut merupakan penentuan posisi produk tabungan mudharabah di pasar. Dengan tabungan yang dapat mempermudah masyarakat, ditambah penarikan dan penyetoran yang mudah, bagi hasil yang menguntungkan, dan sistem jempot tabungan yang dapat mempermudah masyarakat dalam/1menjalankan aktivitasnya menjadikan produk tabungan mudharabah mampu menjadi produk unggulan yang dapat membantu dan menebar manfaat bagi anggota ataupun bagi calon anggota yang ingin bergabung di BMT NU.

#### **4. Analisis SWOT Strategi Pemasaran Produk Tabungan Mudharabah (Tabah) Di BMT NU Cabang Klampis Bangkalan.**

Analisis SWOT adalah metode perencanaan strategis yang memperhitungkan variabel-variabel yang mempengaruhi upaya untuk mencapai tujuan. Analisis SWOT bukanlah alat yang dapat menawarkan solusi terhadap permasalahan yang sedang ditangani melainkan mencoba memberikan gambaran umum tentang skenario dan kondisi analisis yang sedang dihadapi..<sup>33</sup> Analisis SWOT terdiri dari empat unsur utamanya yaitu kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*).

---

<sup>33</sup> Wustari L.H. Mangundjaya, *Pengembangan Organisasi Diagnosis Dan Intervensi*, (Surabaya :CV. Jakad Media Publishing, 2020), 93

Telah dijelaskan diatas dalam implementasi dari STP terhadap pemasaran produk tabungan mudharabah (TABAH). Selanjutnya akan dijelaskan pula mengenai SWOT dari pemasaran yang dilakukan oleh BMT NU Cabang Klampis Bangkalan yang akan dijelaskan sebagai berikut

**a) Kekuatan Strategi STP Produk Tabungan Mudharabah BMT NU Cabang Klampis Bangkalan**

BMT NU Cabang Klampis Bangkalan mempunyai kekuatan dalam memasarkan tabungan mudharabah sebagai berikut:

**1) Strategi pemasaran akan lebih efektif dan terarah**

Strategi yang digunakan BMT NU Cabang Klampis Bangkalan akan efektif dan terarah karena STP yang digunakan adalah sudah meliputi seluruh elemen masyarakat mulai dari ekonomi berpenghasilan kelas menengah kebawah maupun menengah keatas. Pemasaran yang diterapkan BMT NU Klampis dapat dikatakan efektif dan terarah karena dapat melakukan pengelompokan pasar yang kemudian mengevaluasi beberapa pasar yang telah dipilih untuk dijadikan pasar sasaran, selanjutnya menentukan Positioning, BMT NU dapat dengan mudah menempatkan produknya untuk dipasarkan karena telah memilih segmen pasar yang akurat untuk dijadikan target pasar. BMT NU menempatkan posisi produknya mengasnamakan lembaga keuangan syariah yang berlandaskan hukum-hukum islam dan pada produk tabungan mudharabah yang peneraikannya bisa diambil kapan saja.

**2) Menciptakan layanan pengguna tabungan lebih baik**

Pengguna tabungan mudharabah pastinya mengharapkan pelayanan yang baik dari pengelola BMT NU Cabang Klampis. Selain produk yang digunakan oleh anggota, segmentasi pasar membantu pengelola untuk melayani anggotanya, hal ini dapat memaksimalkan pengelola dengan memberikan pelayanan sesuai dengan kelompok pasar sebelumnya yang telah dipilih.

**b) Kelemahan Strategi STP Produk Tabungan Mudharabah BMT NU Cabang Klampis Bangkalan**

Kemungkinan besar akan bersaing dengan rival yang mengincar sektor pasar serupa.. Dalam hal ini bagian pemasaran dituntut untuk menghadapi persaingan yang begitu ketat mengingat persaingan pada produk yang hampir serupa yang dikeluarkan oleh lembaga khususnya BMT NU Cabang Klampis dimana peran pemasaran sangat dibutuhkan dalam melakukan promosi untuk mendapatkan minat calon anggota sebanyak-banyaknya

**c) Peluang strategi STP Produk Tabungan Mudharabah BMT NU Cabang Klampis Bangkalan**

**1) Mendatangkan keuntungan yang melimpah**

Selain pengelola BMT NU Cabang Klampis dapat memberikan pelayanan yang memuaskan kepada anggotanya dalam hal ini pengurus juga mendapat untung./1karena hasil dari strategi STP akan mempermudah pengelola mengelompokkan konsumen dalam memasarkan produk dan melayani calon anggotanya



## **2) Lebih mengenal anggotanya dengan baik**

Pengelola BMT NU Cabang Klampis akan lebih mengenal anggotanya karena segmentasi yang akurat memberikan peluang untuk lebih mengenal anggotanya sehingga dalam memberikan pelayanan terhadap anggotanya dapat dengan mudah dilakukan dan anggota tentu akan mendapatkan kepuasan

## **d) Ancaman Strategi STP Produk Tabungan Mudharabah BMT NU Cabang Klampis Bangkalan**

Dibutuhkan sumber daya lebih banyak karena sebelum memilih target pasar yang akan dilayani pengelola dihadapkan pada beberapa pilihan segmen pasar yang telah dibentuk kemudian dievaluasi untuk dijadikan sebagai pasar sasaran. Dalam hal ini akan melibatkan beberapa pihak untuk memutuskan pengelompokan pasar dan target pasar sehingga ketika strategi STP digunakan sebagai strategi pemasaran akan mendapatkan calon anggota sebanyak-banyaknya sesuai yang telah direncanakan sebelumnya.