BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Paparan Data

Paparan data dalam penulisan skripsi ini bertujuan untuk mempermudah peneliti dalam menjelaskan permasalahan yang telah diteliti. Dalam hal ini peneliti memaparkan mengenai wawancara, observasi dan dokumentasi yang hanya berkaitan dengan fokus penelitian agar tidak melebar membahas pada pembahasan lain. Fokus penelitian yang ada dalam penulisan skripsi ini membahas 2 poin yaitu :

1. Strategi Pemasaran yang Diterapkan oleh BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung untuk Meningkatkan Jumlah Anggotanya

Strategi pemasaran merupakan suatu hal yang penting agar suatu perusahaan itu bisa berjalan dengan lancar. Strategi pemasaran yang diterapkan oleh setiap lembaga itu bermacam-macam. Data yang diperoleh dari BMT Sinar Amanah bahwasanya dalam menerapkan strategi pemasaran menggunakan strategi segmentasi pasar (*market segmentation*), anggaran pemasaran (*marketing budget*), penentuan waktu (*timing*), dan bauran pemasaran (*marketing mix*) yaitu 6P (*product, price, place, promotion, people* dan *process*).

BMT Sinar Amanah menetapkan strategi arah sasaran dan pemasarannya ditujukan ke seluruh lapisan masyarakat.[1] Hal ini sesuai

[1] Observasi di BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung, tanggal 6 Maret 2019.

dengan yang dipaparkan oleh Sigit Wicaksono selaku manajer BMT Sinar Amanah yang menjelaskan bahwa:

> "Sasaran pemasaran di BMT Sinar Amanah itu ke semua masyarakat dengan syarat yaitu islam."[2]

Segmentasi pasar yang ditujukan ke seluruh masyarakat yang ada di wilayah kabupaten Tulungagung juga dipaparkan oleh Anang Budianto selaku karyawan bagian *marketing* di BMT Sinar Amanah yang menjelaskan bahwa:

> "Kegiatan pemasaran yang saya lakukan itu ditujukan kepada seluruh masyarakat di Tulungagung jadi tidak memilih-milih siapa orang yang ditawari."[3]

Anggaran pemasaran di BMT Sinar Amanah direncanakan seminimal mungkin dengan memaksimalkan anggarannya untuk biaya promosi diantaranya untuk mencetak brosur, biaya iklan radio dan biaya untuk melakukan *personal selling*.[4] Hal ini sesuai yang dipaparkan Niken Ayu Ningtyas selaku karyawan bagian *teller* BMT Sinar Amanah yang menjelaskan bahwa:

> "Biaya yang dianggarkan untuk kegiatan pemasaran disini sangat minim maka dari itu harus dimaksimalkan penggunaannya untuk hal-hal yang berkaitan dengan promosi."[5]

---

[2] Sigit Wicaksono, wawancara dengan Manajer BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung (BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung), tanggal 6 Maret 2019.

[3] Anang Budianto, wawancara dengan Karyawan BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung (BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung), tanggal 6 Maret 2019.

[4] Observasi di BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung, tanggal 6 Maret 2019.

[5] Niken Ayu Ningtyas, wawancara dengan *Teller* BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung (BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung), tanggal 6 Maret 2019.

Pungky Wahyuningtyas selaku karyawan bagian administrasi BMT Sinar Amanah juga sependapat dengan pernyataan di atas, beliau menjelaskan bahwa:

> "Anggaran pemasaran itu ditujukan untuk biaya promosi misalkan untuk mencetak brosur, membayar iklan di radio, dan biaya saat *marketing* melakukan pemasaran dengan cara terjun langsung ke lapangan (*personal selling*)."[6]

Selain anggaran pemasaran, BMT Sinar Amanah juga memperhatikan kapan saat yang tepat dilakukan kegiatan pemasaran. Di BMT Sinar Amanah kegiatan pemasaran dilakukan kapan saja dan dimana saja tanpa melihat batasan waktu.[7] Hal ini sesuai dengan yang dipaparkan Sigit Wicaksono yang menjelaskan bahwa:

> "Kegiatan pemasaran disini dilakukan kapan saja dan dimana saja. Jadi dimanapun kita berada ya kita cerita tentang BMT Sinar Amanah kepada orang yang kita temui."[8]

Anang Budianto juga berpendapat hal yang sama tentang kapan kegiatan pemasaran itu dilakukan, beliau menjelaskan bahwa:

> "Pemasaran di BMT Sinar Amanah itu tidak mengenal waktu sama tempat jadi kapanpun dan dimanapun itu ya cerita kepada masyarakat tentang BMT dan mengajak masyarakat agar mau menjadi anggota."[9]

Untuk bauran pemasaran, BMT Sinar Amanah memiliki beragam produk yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat diantaranya tabungan si aman, tabungan umrah dan haji plus, deposito

---

[6] Pungky Wahyuningtyas, wawancara dengan Administrasi BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung (BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung), tanggal 6 Maret 2019.

[7] Observasi di BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung, tanggal 6 Maret 2019.

[8] Sigit Wicaksono, wawancara dengan Manajer BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung (BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung), tanggal 6 Maret 2019.

[9] Anang Budianto, wawancara dengan Karyawan BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung (BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung), tanggal 6 Maret 2019.

berkah, pembayaran transaksi melalui online misalnya listrik, air, dan lain-lain serta pembiayaan murabahah.[10] Dari beberapa produk tabungan maupun pembiayaan yang ada di BMT Sinar Amanah ada produk yang banyak digunakan oleh para anggota yang akan dipaparkan oleh Sigit Wicaksono yang menjelaskan bahwa:

> "Kalau simpanan kita arahkan ke simpanan jangka panjang bukan yang jangka pendek, takutnya sore ini disimpan besok diambil. Kita arahkan ke jangka panjang dengan jangka waktu minimal 6 bulan atau kalau bisa 2 atau 3 tahun, atau bisa juga setelah 6 bulan diperpanjang gitu. Kalau misalkan pembiayaan di BMT ini difokuskan ke pembiayaan untuk usaha mikro yaitu dengan pembiayaan 1 juta sampai dengan 5 juta atau paling besar 10 juta."[11]

Mengenai pernyataan yang dijelaskan oleh Sigit Wicaksono di atas mengenai besarnya pembiayaan yang akan diberikan kepada anggota, sebenarnya BMT Sinar Amanah tidak membatasi nominal yang hanya memberikan pembiayaan maksimal 10 juta tetapi bisa juga lebih dari itu.[12] Hal ini dipaparkan lebih lanjut oleh Sigit Wicaksono yang menjelaskan bahwa:

> "Bukan maksimal sebenarnya, kita fokuskan ke situ. Kalau ada yang 50 juta tetap kita layani."[13]

Selanjutnya menurut Niken Ayu Ningtyas, produk yang banyak digunakan oleh anggota di BMT Sinar Amanah yaitu tabungan si

---

[10] Observasi di BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung, tanggal 25 Januari 2019.

[11] Sigit Wicaksono, wawancara dengan Manajer BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung (BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung), tanggal 21 November 2018.

[12] Observasi di BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung, tanggal 25 Januari 2019.

[13] Sigit Wicaksono, wawancara dengan Manajer BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung (BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung), tanggal 21 November 2018.

aman, deposito berkah dan pembiayaan murabahah, beliau menjelaskan bahwa:

> "Produk yang sering digunakan itu deposito berkah, tabungan si aman, sama pembiayaan murabahah."[14]

Pungky Wahyuningtyas juga sependapat dengan pernyataan di atas, beliau menjelaskan bahwa:

> "Yang banyak digunakan itu pembiayaan murabahah, tabungan sama deposito. Tetapi mayoritas menggunakan pembiayaan murabahah."[15]

Untuk produk deposito berkah minimal penyetoran yaitu sebesar 1 juta dan tidak ada batasannya.[16] Hal ini sesuai dengan yang dipaparkan oleh Niken Ayu Ningtyas yang menjelaskan bahwa:

> "Minimal 1 juta dan bebas tidak ada batasannya."[17]

Selain yang telah diuraikan di atas salah satu anggota BMT Sinar Amanah yaitu Sari juga berpendapat hal yang sama kalau produk yang ditawarkan di BMT lumayan beragam, beliau menjelaskan bahwa:

> "Produk yang ditawarkan di BMT Sinar Amanah lumayan beragam ada tabungan, deposito, pembiayaan serta bisa melayani pembayaran transaksi online misalnya kalau mau bayar listrik ataupun PDAM bisa melalui BMT."[18]

---

[14] Niken Ayu Ningtyas, wawancara dengan *Teller* BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung (BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung), tanggal 25 Januari 2019.

[15] Pungky Wahyuningtyas, wawancara dengan Administrasi BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung (BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung), tanggal 26 Januari 2019.

[16] Observasi di BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung, tanggal 25 Januari 2019.

[17] Niken Ayu Ningtyas, wawancara dengan *Teller* BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung (BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung), tanggal 25 Januari 2019.

[18] Sari, wawancara dengan Anggota BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung (BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung), tanggal 8 Maret 2019.

Produk yang ditawarkan di BMT Sinar Amanah sebenarnya ada beragam, namun yang banyak digunakan oleh anggota masih ada 3 produk yaitu: tabungan si aman, deposito berkah dan pembiayaan murabahah.[19]

Strategi harga (*price*) yang diterapkan di BMT Sinar Amanah dapat dilihat dari nisbah bagi hasil yang diberikan kepada anggotanya. Nisbah bagi hasil yang diterapkan yaitu cukup kompetitif dibandingkan dengan lembaga keuangan syariah lainnya sesuai dengan kesepakatan bersama antara pihak BMT dengan anggota. Untuk bagi hasil itu tidak setiap bulan sama melainkan dihitung dari keuntungan yang diperoleh per bulannya.[20] Hal ini sesuai dengan yang dipaparkan oleh Sigit Wicaksono yang menjelaskan bahwa:

> "Nisbah bagi hasil di BMT itu cukup kompetitif dibanding sama koperasi syariah lainnya yaitu 30% untuk jenis tabungan biasa, dan 40% untuk deposito yang akan diberikan ke anggota. Tetapi tidak harus menggunakan persentase sekian ya nanti sesuai kesepakatan. Dan bagi hasilnya itu tidak setiap bulan sama tetapi dilihat dari berapa keuntungan yang diperoleh setiap bulannya."[21]

Anang Budianto juga berpendapat hal yang sama mengenai nisbah bagi hasil yang diterapkan di BMT, beliau menjelaskan bahwa:

> "Nisbah bagi hasil di BMT itu cukup bersaing lah dengan lembaga keuangan syariah lainnya, tetap tergantung bagaimana kesepakatan antara pihak BMT dengan anggota dan besarnya

[19] Observasi di BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung, tanggal 25 Januari 2019.
[20] Observasi di BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung, tanggal 25 Januari 2019.
[21] Sigit Wicaksono, wawancara dengan Manajer BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung (BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung), tanggal 21 November 2018.

bagi hasil itu tidak sama setiap bulannya ya dilihat dari keuntungan yang didapatkan."[22]

Pemberian harga yang kompetitif yang diberikan BMT Sinar Amanah diakui oleh Sari yang menjelaskan bahwa:

"Bagi hasil yang diberikan BMT Sinar Amanah sangat bersaing daripada lembaga keuangan lainnya, dan bagi hasil itu ditetapkan berdasarkan kesepakatan bersama jadi tidak merugikan salah satu pihak."[23]

Strategi lokasi (*place*) BMT Sinar Amanah Boyolangu sangat strategis yaitu berada di pinggir jalan raya dan dekat dengan pasar Boyolangu yang merupakan pusat keramaian.[24] Hal ini sesuai dengan yang dipaparkan oleh Sigit Wicaksono yang menjelaskan bahwa:

"Terkait tempat dari BMT ini cukup strategis, karena lokasi kami berada di pinggir jalan utama penghubung dari arah Boyolangu ke kota Tulungagung dan posisinya pinggir jalan, dekat pasar dan polsek Boyolangu jadi sangat mudah dicari dan terjangkau bagi anggota ataupun masyarakat."[25]

Pernyataan di atas sesuai dengan yang dipaparkan oleh Niken Ayu Ningtyas yang menjelaskan bahwa:

"Lokasi BMT Sinar Amanah itu cukup strategis yaitu berada di dekat pasar yang merupakan tempat keramaian dan berada di pinggir jalan raya, jadi mudah untuk masyarakat dan anggota mencarinya."[26]

Lokasi BMT Sinar Amanah yang strategis dan mudah dijangkau sesuai dengan pendapat Yadi sebagai anggota di BMT, beliau

---

[22] Anang Budianto, wawancara dengan Karyawan BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung (BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung), tanggal 27 November 2018.

[23] Sari, wawancara dengan Anggota BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung (BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung), tanggal 8 Maret 2019.

[24] Observasi di BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung, tanggal 25 Januari 2019.

[25] Sigit Wicaksono, wawancara dengan Manajer BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung (BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung), tanggal 21 November 2018.

[26] Niken Ayu Ningtyas, wawancara dengan *Teller* BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung (BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung), tanggal 25 Januari 2019.

menjelaskan bahwa:

> "Saya tahu BMT Sinar Amanah sudah lama mbak, kira-kira hampir 7 tahunan soalnya kantornya dekat dengan lapak saya yang ada di pasar Boyolangu. Jadi mudah dijangkau dan nglewatin juga."[27]

Ada strategi tertentu yang dibuat oleh pihak lembaga karena bentuk badannya adalah koperasi dan tujuan dari kegiatan pemasaran di BMT yaitu mencari anggota sebanyak-banyaknya.[28] Untuk kegiatan pemasaran di BMT Sinar Amanah bukan hanya tugas dari bagian *marketing* saja tetapi dilakukan oleh semua karyawan. Pernyataan ini dipaparkan oleh Sigit Wicaksono yang menjelaskan bahwa:

> "Sesuai dengan badan hukumnya BMT Sinar Amanah itu kan badan hukumnya koperasi, jadi koperasi itu punya strategi pemasaran tertentu. Maksudnya kita itu dalam pemasaran dilakukan untuk menjaring anggota. Jadi ada bagian *marketing*, tetapi sebenarnya semua karyawan itu sebagai *marketing*. Jadi *marketing* itu tujuannya untuk mengajak menjadi anggota di BMT Sinar Amanah. Karena sesuai Undang-Undang Koperasi itu tidak boleh melayani selain anggota."[29]

Saat ini strategi promosi yang dilakukan BMT Sinar Amanah yaitu dengan cara *door to door*, hal ini dipaparkan oleh Anang Budianto yang menjelaskan bahwa:

> "Untuk meningkatkan anggota yaitu dengan terjun langsung ke masyarakat dengan cara *door to door*. Jadi kita menjelaskan secara tatap muka, memberikan brosur produk setelah itu dijelaskan mengenai satu per satu produknya baik itu tentang pembiayaan ataupun tabungan. Jadi dengan berbagai cara yaitu

---

[27] Yadi, wawancara dengan Anggota BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung (BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung), tanggal 8 Maret 2019.

[28] Observasi di BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung, tanggal 25 Januari 2019.

[29] Sigit Wicaksono, wawancara dengan Manajer BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung (BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung), tanggal 21 November 2018.

> datang ke rumah-rumah warga, mendatangi tempat keramaian misalnya ke SAMSAT."[30]

Strategi promosi dengan cara terjun langsung atau penjualan langsung ke lapangan juga diungkapkan oleh Pungky Wahyuningtyas yang menjelaskan bahwa:

> "Strategi promosi yang diterapkan di BMT itu seperti penjualan secara langsung, maksudnya menawarkan produk BMT langsung ke rumah-rumah, anggota ke calon anggota atau ke pasar-pasar ya seperti itulah."[31]

Selain dengan cara *door to door*, strategi promosi dilakukan juga dengan membagikan brosur kepada masyarakat, hal ini sesuai dengan pernyataan karyawan bagian *teller* BMT Sinar Amanah yakni Niken Ayu Ningtyas yang menjelaskan bahwa:

> "Strategi promosi yang diterapkan di BMT Sinar Amanah itu bisa melalui brosur atau *marketing* ke lapangan biasanya terjun langsung ke pasar, ke toko untuk menawarkan produk yang ada di BMT Sinar Amanah."[32]

Brosur merupakan salah satu alat untuk melakukan promosi di BMT Sinar Amanah. Brosur yang digunakan yaitu sebagai berikut :[33]

---

[30] Anang Budianto, wawancara dengan *Marketing* BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung (BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung), tanggal 27 November 2018.

[31] Pungky Wahyuningtyas, wawancara dengan Administrasi BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung (BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung), tanggal 26 Januari 2019.

[32] Niken Ayu Ningtyas, wawancara dengan *Teller* BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung (BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung), tanggal 25 Januari 2019.

[33] Dokumentasi BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung, tanggal 25 Januari 2019.

Gambar 4.1
Brosur Tampak Depan

Gambar 4.2
Brosur Tampak Belakang

Yadi berpendapat hal yang sama bahwa promosi yang dilakukan BMT Sinar Amanah salah satunya menggunakan brosur, beliau menjelaskan bahwa:

> "Saya pertama ditawari BMT Sinar Amanah itu dikasih brosur sama pegawainya lalu dijelaskan tentang produk-produknya, akhirnya tertarik dan mau menjadi anggotanya."[34]

Alat promosi yang digunakan selain brosur yaitu melalui media sosial berupa *facebook*. Sigit Wicaksono menjelaskan bahwa:

> "Kalau promosi kita ada brosur, *facebook*, instagram belum ada, harusnya instagram ada tetapi akunnya MES itu sudah ada. Misalnya di *facebook* kita buat status gabunglah menjadi anggota BMT Sinar Amanah gitu, tidak boleh menabunglah. Jadi menawarkan kepada masyarakat untuk menjadi anggota, setelah menjadi anggota kita menjelaskan kalau kita punya produk Berkah (Berjangka Amanah), kita memberikan bagi hasil 40%. Ketika diberikan tulisan bagi hasil 40% itu ada banyak orang komentar 100 lebih, dia tanya kok banyak sekali padahal itu kan 40% bukan dari simpanan pokoknya, disitu kita harus menjelaskan. Itu salah satu strateginya yaitu membuat

[34] Yadi, wawancara dengan Anggota BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung (BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung), tanggal 8 Maret 2019.

orang penasaran."[35]

Pungky Wahyuningtyas juga memaparkan bahwa BMT Sinar Amanah melakukan promosi dengan menggunakan *facebook* selain itu juga menggunakan media cetak dan media elektronik, beliau menjelaskan bahwa:

> "Media promosi yang digunakan itu ada media cetak misalnya seperti koran. Ada juga media elektronik itu BMT pernah menggunakan media seperti radio, lalu ada media sosial yaitu BMT punya *facebook* yang namanya BMT Sinar Amanah."[36]

Di bawah ini akan ditunjukkan akun *facebook* BMT Sinar Amanah yaitu sebagai berikut:[37]

Gambar 4.3-*Facebook* BMT Sinar Amanah

Selain media sosial BMT Sinar Amanah juga melakukan promosi melalui media elektronik yaitu melalui radio.[38] Hal ini dipaparkan oleh Sigit Wicaksono yang menjelaskan bahwa:

---

[35] Sigit Wicaksono, wawancara dengan Manajer BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung (BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung), tanggal 21 November 2018.

[36] Pungky Wahyuningtyas, wawancara dengan Administrasi BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung (BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung), tanggal 26 Januari 2019.

[37] Dokumentasi BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung, tanggal 25 Januari 2019.

[38] Observasi di BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung, tanggal 25 Januari 2019.

> "Sebenarnya pemasaran yang kita lakukan ini juga bekerja sama dengan lembaga-lembaga lain misalnya MES (Masyarakat Ekonomi Syariah) yang kebetulan saya salah satu pengurusnya disana. Kita sering mengadakan semacam *talkshow* di radio itu dilakukan untuk mensosialisasikan sistem syariahnya bukan ke BMTnya cuma nanti akhirnya kalau ada orang yang telvon akan bertanya dimana saja lembaga yang melayani seperti itu, nah ini salah satu caranya. Lalu sistem getok tular itu juga kita galakkan, jadi misalkan ada anggota yang menyimpan dananya disini atau melakukan pembiayaan disini merasakan kepuasan yang bagus, maka tanpa disuruh mereka akan bercerita ke calon anggota atau masyarakat akhirnya banyak calon anggota yang kesini, ini namanya kalau menurut Pak Harimawan Sanjaya disebut *eksperiental marketing*."[39]

Dari berbagai pernyataan sebelumnya, strategi promosi yang digunakan di BMT Sinar Amanah salah satunya dengan cara penjualan pribadi (*personal selling*) yang dilakukan dengan cara *door to door*, membagikan brosur dan terjun langsung ke lapangan. Strategi berikutnya yaitu dengan menggunakan media sosial berupa *facebook* dengan nama BMT Sinar Amanah, dan media elektronik dengan melakukan siaran di radio.[40]

Strategi *people* berupa SDM (Sumber Daya Manusia) yang dimiliki oleh BMT Sinar Amanah. Jumlah karyawan di BMT Sinar Amanah ada 4 orang yaitu Sigit Wicaksono sebagai manajer, Anang Budianto sebagai *marketing*, Niken Ayu Ningtyas sebagai *teller*, dan Pungky Wahyuningtyas sebagai administrasi.[41] Di atas telah dinyatakan oleh manajer BMT Sinar Amanah bahwa semua karyawan melakukan pemasaran. Namun ternyata untuk karyawan bagian *teller*

---

[39] Sigit Wicaksono, wawancara dengan Manajer BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung (BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung), tanggal 21 November 2018.

[40] Observasi di BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung, tanggal 25 Januari 2019.

[41] Observasi di BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung, tanggal 25 Januari 2019.

dan administrasi tidak sepenuhnya bertugas untuk melakukan pemasaran. Hal ini sesuai dengan pernyataan Niken Ayu Ningtyas yang menjelaskan bahwa:

> "Kalau untuk administrasi sama *teller* biasanya itu juga melakukan pemasaran cuma tidak seperti yang dilakukan oleh bagian marketing."[42]

Tugas karyawan bagian *teller* dan administrasi terkait kegiatan pemasaran yaitu sebatas menjelaskan kepada masyarakat yang menanyakan produk BMT kepada mereka.[43] Hal ini dinyatakan oleh Niken Ayu Ningtyas yang menjelaskan bahwa:

> "Melakukan pemasaran tetapi tidak sepenuhnya, hanya kalau misalkan di luar kantor ada orang nanya soal pembiayaan, soal produk BMT nanti dijelaskan terus nanti kalau ada yang tertarik dengan apa yang dijelaskan oleh *teller* itu bisa langsung misal kalau melakukan pembiayaan atau transaksi produk yang ada di BMT bisa melalui *teller* atau admin tanpa harus melalui *marketing*."[44]

Pungky Wahyuningtyas juga sependapat dengan pernyataan di atas, beliau menjelaskan bahwa:

> "Biasanya yang melakukan pemasaran itu *marketing*. Untuk *teller* sama admin juga melakukan pemasaran tetapi tidak sepenuhnya, *teller* dan admin tugasnya di kantor."[45]

Jadi kegiatan pemasaran di BMT Sinar Amanah masih menjadi tanggung jawab karyawan bagian *marketing*. Untuk karyawan bagian administrasi dan *teller* membantu ketika ada masyarakat yang

---

[42] Niken Ayu Ningtyas, wawancara dengan *Teller* BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung (BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung), tanggal 25 Januari 2019.

[43] Observasi di BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung, tanggal 25 Januari 2019.

[44] Niken Ayu Ningtyas, wawancara dengan *Teller* BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung (BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung), tanggal 25 Januari 2019.

[45] Pungky Wahyuningtyas, wawancara dengan Administrasi BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung (BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung), tanggal 26 Januari 2019.

menanyakan produk BMT kepada mereka saja. Selain *marketing*, *teller*, dan administrasi, manajer juga melakukan pemasaran. Dengan adanya kendala minimnya jumlah karyawan yang hanya 4 orang saja BMT Sinar Amanah memberikan pelayanan yang terbaik kepada calon anggota saat melakukan kegiatan pemasaran dan anggota saat melakukan transaksi di BMT Sinar Amanah.[46]

Sari berpendapat hal yang sama mengenai karyawan BMT Sinar Amanah memberikan pelayanan yang baik dan memuaskan, beliau menjelaskan bahwa:

> "Setiap saya melakukan transaksi di BMT itu baik menabung ataupun mengajukan pembiayaan selalu merasakan pelayanan yang ramah dan memuaskan. Karyawannya itu baik dan memberikan pelayanan yang sesuai dengan apa yang saya harapkan."[47]

Data mengenai karyawan yang ada di BMT Sinar Amanah Boyolangu yaitu sebagai berikut:[48]

DATA KARYAWAN

BMT SINAR AMANAH BOYOLANGU TULUNGAGUNG

No	Nama	Alamat	No Telepon	Jabatan
1	Sigit Wicaksono	Jln. Ki Mangun Sarkoro Ds. Beji Kab. Tulungagung (Perumahan Istana Beji)	085855995558	Manager
2	Anang Budianto	Dsn. Dawuhan Ds. Podorejo Kec. Sumbergempol Kab. Tulungagung	085649594889	Marketing
3	Niken Ayu Ningtyas	Dsn. Glotan 01/03 Ds. Tanggung Kec. Campurdarat Kab. Tulungagung	085655680448	Teller
4	Pungky Wahyuningtyas	Ds. Besole Kec. Besuki Kab. Tulungagung	081331338968	Administrasi

Gambar 4.4-Data Karyawan BMT Sinar Amanah

[46] Observasi di BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung, tanggal 25 Januari 2019.
[47] Sari, wawancara dengan Anggota BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung (BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung), tanggal 8 Maret 2019.
[48] Dokumentasi BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung, tanggal 25 Januari 2019.

Strategi *process* BMT Sinar Amanah yaitu dengan ditetapkannya target untuk karyawan agar kegiatan pemasaran mendapatkan hasil yang maksimal. Penetapan target ini bertujuan agar terjadi peningkatan jumlah anggota dari waktu ke waktu.[49] Berapa besarnya target yang harus dicapai dipaparkan oleh Sigit Wicaksono yang menjelaskan bahwa:

> "Kalau target iya ditetapkan, kita targetkan biasanya misalnya tabungan bulan ini kita targetkan 100 juta ya berarti kita harus mengumpulkan berapa anggota, kalau 1 anggota itu misalkan bisa menabung 2 juta ya berarti kita harus mengumpulkan 50 anggota baru atau 1 anggota dengan jumlah menabung yang banyak. Istilahnya seperti itu, kita fleksibel, kita tidak ada harus target seperti ini. Yang penting target kita ini memahamkan orang itu agar mau menjadi anggota dan mengerti sistem menyimpan dana di BMT sini."[50]

Anang Budianto berpendapat hal yang sama mengenai penetapan target di BMT, beliau menjelaskan bahwa:

> "Sebenarnya kalau target untuk menyalurkan pembiayaan dan tabungan itu ada. Misalnya untuk tabungan per bulan harus mengumpulkan minimal 50 juta atau pembiayaannya minimal 100 juta. Kalau untuk penambahan jumlah anggota ya dilihat dari nilai nominalnya jadi menyesuaikan."[51]

Niken Ayu Ningtyas juga berpendapat hal yang sama mengenai ditetapkannya target, beliau menjelaskan bahwa:

> "Iya pasti ada target, baik untuk pembiayaan ataupun tabungan."[52]

---

[49] Observasi di BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung, tanggal 25 Januari 2019.

[50] Sigit Wicaksono, wawancara dengan Manajer BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung (BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung), tanggal 21 November 2018.

[51] Anang Budianto, wawancara dengan Karyawan BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung (BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung), tanggal 27 November 2018.

[52] Niken Ayu Ningtyas, wawancara dengan *Teller* BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung (BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung), tanggal 25 Januari 2019.

Pernyataan di atas juga sesuai dengan yang dipaparkan oleh Pungky Wahyuningtyas yang menjelaskan bahwa:

"Ditetapkan tapi untuk yang *marketing* saja."[53]

Target pemasaran yang telah ditetapkan di BMT Sinar Amanah ditujukan untuk karyawan bagian *marketing* saja. Karyawan bagian *teller* dan administrasi tidak ditetapkan target, tetapi tetap melakukan pemasaran untuk membantu tugas *marketing* demi tercapainya tujuan BMT.[54] Daftar target pemasaran yang ada di BMT Sinar Amanah yaitu sebagai berikut:[55]

DAFTAR TARGET PEMASARAN

BMT SINAR AMANAH BOYOLANGU TULUNGAGUNG

No	Nama Produk	Target
1	Simpanan: - Tabungan Si Aman - Deposito Berkah	Rp 50.000.000,-
2	Pembiayaan Murabahah	Rp 100.000.000,-

Gambar 4.5-Daftar Target BMT Sinar Amanah

2. Kendala dan Solusi dalam Menjalankan Strategi Pemasaran di BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung

Kegiatan pemasaran dalam pelaksanaannya tidak terlepas dari adanya permasalahan yang muncul saat seorang *marketing* sudah terjun langsung ke lapangan. Kendala yang sering muncul saat karyawan BMT melakukan kegiatan pemasaran yaitu minimnya pengetahuan yang dimiliki oleh masyarakat mengenai perbedaan dari

[53] Pungky Wahyuningtyas, wawancara dengan Administrasi BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung (BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung), tanggal 26 Januari 2019.
[54] Observasi di BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung, tanggal 25 Januari 2019.
[55] Dokumentasi BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung, tanggal 25 Januari 2019.

lembaga keuangan syariah dengan lembaga keuangan konvensional. Mereka menganggap bahwa lembaga keuangan syariah dan konvensional itu sama saja.[56] Pernyataan ini dipaparkan oleh Sigit Wicaksono yang menjelaskan bahwa:

> "Kalau kendalanya memang selama ini orang memandang bahwa lembaga keuangan syariah dan konvensional itu sama saja, itu yang menjadi kendala berat."[57]

Anang Budianto juga berpendapat sama mengenai kendala yang dialami BMT Sinar Amanah, beliau menjelaskan bahwa:

> "Kendalanya itu saat kita menyampaikan informasi, banyak orang berpendapat bahwa BMT sama koperasi konvensional itu dianggap sama. Jadi masyarakat belum bisa membedakan antara BMT dengan bank konvensional."[58]

Pungky Wahyuningtyas juga berpendapat hal yang sama mengenai kendala yang dihadapi BMT Sinar Amanah yaitu persepsi masyarakat yang menyamakan lembaga keuangan syariah dengan konvensional, beliau menjelaskan bahwa:

> "Kendalanya itu masih banyak masyarakat yang menyamakan antara sistem konvensional dan syariah."[59]

Kendala selanjutnya yang dihadapi BMT Sinar Amanah yaitu kesulitan meyakinkan masyarakat untuk menjadi anggota karena pernah terjadi citra buruk yang dilakukan salah satu koperasi di daerah Bendilwungu dan masyarakat yang mengajukan pembiayaan terlalu

---

[56] Observasi di BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung, tanggal 25 Januari 2019.

[57] Sigit Wicaksono, wawancara dengan Manajer BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung (BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung), tanggal 21 November 2018.

[58] Anang Budianto, wawancara dengan Karyawan BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung (BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung), tanggal 27 November 2018.

[59] Pungky Wahyuningtyas, wawancara dengan Administrasi BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung (BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung), tanggal 26 Januari 2019.

besar tanpa melihat kemampuan yang dimilikinya.[60] Hal ini sesuai dengan yang dipaparkan oleh Anang Budianto yang menjelaskan bahwa:

> "Yang susah itu membuat yakin masyarakat untuk menjadi anggota karena pernah banyak kejadian yang merusak citra koperasi di mata masyarakat, misalnya kejadian di daerah Bendilwungu itu pimpinan koperasinya tidak bertanggung jawab jadi efeknya itu dirasakan sampai sekarang. Jadi meyakinkan kepada masyarakat itu memang susah, jangankan meyakinkan pada orang yang kita kenal bahkan terkadang meyakinkan orang yang kita kenal saja juga susah. Jadi untuk meyakinkan calon anggota untuk menabung kendalanya mengenai kepercayaan. Kalau pembiayaan kendalanya calon anggota meminta pembiayaan yang besar dan tidak menyesuaikan sama kemampuannya."[61]

Kendala yang biasanya dialami oleh setiap perusahaan juga dialami oleh BMT Sinar Amanah yaitu adanya pesaing yang memiliki usaha di bidang yang sama. BMT Sinar Amanah terletak di lokasi yang strategis yaitu berada di dekat pasar Boyolangu akan tetapi di lokasi ini juga terdapat banyak lembaga keuangan baik yang konvensional maupun syariah berdiri di sekitar pasar Boyolangu yang lokasinya berdekatan dengan BMT Sinar Amanah. Beberapa lembaga keuangan yang menjadi pesaing BMT Sinar Amanah diantaranya BTM Perkasa, BPR Citra Halim Raharja, BMT Mitra Madani, dan BRI KCP Boyolangu.[62] Pernyataan ini sesuai dengan pendapat Niken Ayu Ningtyas yang menjelaskan bahwa:

---

[60] Observasi di BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung, tanggal 25 Januari 2019.

[61] Anang Budianto, wawancara dengan Karyawan BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung (BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung), tanggal 27 November 2018.

[62] Observasi di BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung, tanggal 25 Januari 2019.

> "Kendalanya itu karena banyak lembaga keuangan lain yang berdiri jadi kadang kita untuk menjelaskan ke calon anggota itu kadang sulit. Soalnya kan nanti misalkan kita menawarkan produk yang ada di BMT, nanti ada yang bilang saya sudah punya tabungan disana ataupun saya sudah melakukan pembiayaan disana."[63]

Keberadaan lembaga keuangan baik konvensional maupun syariah yang berada di sekitar lokasi BMT Sinar Amanah diantaranya BTM Perkasa, BPR Citra Halim Raharja, BMT Mitra Madani, dan BRI KCP Boyolangu. Berikut ada beberapa dokumentasi dari lembaga keuangan tersebut yang ditunjukkan sebagai berikut:[64]

Gambar 4.6
BTM Perkasa

Gambar 4.7
BMT Mitra Madani

Hasil dari penerapan strategi pemasaran BMT Sinar Amanah yang telah dijelaskan di atas mengalami penurunan dan kenaikan jumlah anggota setiap tahunnya. Hal ini termasuk kendala yang dihadapi BMT Sinar Amanah karena belum maksimalnya strategi

[63] Niken Ayu Ningtyas, wawancara dengan *Teller* BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung (BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung), tanggal 25 Januari 2019.
[64] Dokumentasi BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung, tanggal 25 Januari 2019.

pemasaran yang diterapkan selama ini.[65] Hal ini sesuai dengan yang dipaparkan Pungky Wahyuningtyas yang menjelaskan bahwa:

> "Kalau untuk jumlah anggota itu setiap tahun mengalami kenaikan dan penurunan baik anggota yang melakukan pembiayaan, tabungan ataupun deposito."[66]

Niken Ayu Ningtyas juga memaparkan hal yang sama terkait penurunan dan kenaikan jumlah anggota, beliau menjelaskan bahwa:

> "Kalau untuk pembiayaan pasti ada peningkatan, kalau tabungan ada tapi cuma 30-40%, deposito 40% an masih ada kalau untuk pembiayaan ada peningkatan setiap bulannya."[67]

Pernyataan di atas juga sesuai dengan yang dipaparkan oleh Anang Budianto yang menjelaskan bahwa:

> "Untuk tahun 2017 kemarin jumlah anggota baik tabungan dan pembiayaan menurun. Alasan menurunnya anggota pembiayaan adalah minimnya modal, dan ada beberapa pembiayaan yang macet. Untuk 2018 ini sudah ada peningkatan."[68]

Data jumlah anggota di BMT Sinar Amanah selama 4 tahun yaitu tahun 2015-2018 akan ditunjukkan sebagai berikut:[69]

DATA JUMLAH ANGGOTA

BMT SINAR AMANAH BOYOLANGU TULUNGAGUNG

Tahun	Pembiayaan Murabahah	Tabungan Si Aman	Deposito Berkah
2015	310	21	15
2016	325	19	13
2017	315	20	17
2018	350	26	20

Gambar 4.8-Data Jumlah Anggota BMT Sinar Amanah

[65] Observasi di BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung, tanggal 25 Januari 2019.

[66] Pungky Wahyuningtyas, wawancara dengan Administrasi BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung (BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung), tanggal 26 Januari 2019.

[67] Niken Ayu Ningtyas, wawancara dengan *Teller* BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung (BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung), tanggal 25 Januari 2019.

[68] Anang Budianto, wawancara dengan Karyawan BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung (BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung), tanggal 27 November 2018.

[69] Dokumentasi BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung, tanggal 25 Januari 2019.

Menanggapi kendala persepsi masyarakat yang menyamakan lembaga keuangan konvensional dan syariah yang telah diuraikan di atas pihak BMT memberikan solusi yaitu dengan memberikan penjelasan kepada masyarakat tentang perbedaan diantara keduanya. Bukan hanya menjelaskan saja kepada masyarakat akan tetapi memahamkan dan sebelum karyawan menjelaskan kepada masyarakat maka mereka harus memahami perbedaan diantara keduanya tersebut.[70] Hal ini dipaparkan oleh Anang Budianto yang menjelaskan bahwa:

> "Solusinya kita menjelaskan mengenai akad yang biasanya digunakan di BMT misalnya apa arti dari *mudharabah*, *murabahah*, *musyarakah*, dan lainnya. Tetapi sebelum kita menjelaskan kepada masyarakat kita harus memahami mengenai akad dan sistem yang ada di BMT. Setelah kita memahami maka bisa menjelaskan kepada masyarakat dengan jelas. Yang sebelumnya mereka berpendapat bahwa BMT dengan bank konvensional itu sama menjadi paham dan mengerti perbedaannya setelah kita jelaskan. Jadi kalau kamu nanti terjun ke bank syariah maka harus memahami terlebih dahulu produk-produk yang akan ditawarkan ke masyarakat."[71]

Pentingnya memberikan pemahaman kepada masyarakat mengenai perbedaan lembaga keuangan konvensional dan syariah juga dipaparkan oleh Niken Ayu Ningtyas yang menjelaskan bahwa:

> "Misal ada calon anggota yang tertarik untuk melakukan pembiayaan di BMT, ya kita harus bisa menjelaskan kalau di BMT kan tidak sama dengan koperasi konven. Kalau misal di konven kan kita menyebutnya seperti bunga gitu kan, kalau di BMT nanti kita bisa menjelaskan kalau disini itu bukan

[70] Observasi di BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung, tanggal 25 Januari 2019.

[71] Anang Budianto, wawancara dengan Karyawan BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung (BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung), tanggal 27 November 2018.

> menggunakan bunga tetapi margin atau bagi hasil terus menggunakan akad jual beli."[72]

Pungky Wahyuningtyas juga berpendapat hal yang sama, beliau menjelaskan bahwa:

> "Solusinya ya memberikan penjelasan mengenai perbedaan dari sistem syariah dengan konvensional dan menjelaskan mengenai perbedaan margin dan bunga."

Solusi untuk mengatasi kendala berupa kejadian yang pernah merusak citra koperasi yaitu dengan cara menarik minat masyarakat agar mau untuk menjadi anggota.[73] Hal ini dipaparkan oleh Niken Ayu Ningtyas yang menjelaskan bahwa:

> "Solusinya adalah *marketing* harus pintar dalam menarik minat masyarakat."[74]

Strategi untuk menarik minat masyarakat agar mau menjadi anggota yaitu dengan menjelaskan keunggulan dari BMT Sinar Amanah. Hal ini dipaparkan oleh Sigit Wicaksono yang menjelaskan bahwa:

> "Kelebihan yang dimiliki BMT Sinar Amanah adalah menggunakan sistem sesuai syariah yang menitikberatkan kepada sistem syariah tersebut. Untuk menjadi anggota yaitu dengan membayar simpanan pokok sejumlah tertentu dan simpanan wajib sejumlah tertentu yang tertuang pada PDRT dan SOP kemudian setelah masyarakat menjadi anggota maka kita tawarkan untuk menyimpan dananya di BMT sini dengan sistem syariah tentunya akadnya menggunakan wadiah atau mudharabah. Tapi kebanyakan menggunakan mudharabah."[75]

---

[72] Niken Ayu Ningtyas, wawancara dengan *Teller* BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung (BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung), tanggal 25 Januari 2019.

[73] Observasi di BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung, tanggal 25 Januari 2019.

[74] Niken Ayu Ningtyas, wawancara dengan *Teller* BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung (BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung), tanggal 25 Januari 2019.

[75] Sigit Wicaksono, wawancara dengan Manajer BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung (BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung), tanggal 21 November 2018.

Menanggapi jumlah anggota di BMT Sinar Amanah yang mengalami perubahan setiap tahunnya agar terjadi peningkatan jumlah anggota secara terus menerus maka diperlukan peningkatan strategi pemasaran yang diterapkan saat ini dan memperluas jaringan pemasaran.[76] Harapan terhadap ditingkatkannya strategi pemasaran dalam hal menambah jumlah karyawan bagian *marketing* yang ada saat ini dipaparkan oleh Anang Budianto yang menjelaskan bahwa:

> "Kalau saat ini kan karyawan di BMT Sinar Amanah hanya ada 4 orang, dengan ini perlu adanya penambahan karyawan tetapi dari pihak manajemen belum ada kebijakan yang mengarah kesitu. Sebenarnya untuk memperluas sasaran pasar perlu adanya tambahan karyawan misalnya nanti dibagi tugas per wilayah atau per kecamatan."[77]

Harapan yang sama dalam hal peningkatan jumlah karyawan juga dipaparkan oleh Pungky Wahyuningtyas yang menjelaskan bahwa:

> "Menurut saya itu perlu, dalam hal jumlah karyawan bagian *marketing* perlu ditambah tetapi kan dananya belum memungkinkan."[78]

Niken Ayu Ningtyas juga berharap adanya peningkatan strategi pemasaran, beliau menjelaskan bahwa:

> "Perlu, karena banyak pesaing. Soalnya kan di sekitar sini kan banyak berdiri BMT sama koperasi kan jadi harus dikasih peningkatan."[79]

---

[76] Observasi di BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung, tanggal 25 Januari 2019.

[77] Anang Budianto, wawancara dengan Karyawan BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung (BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung), tanggal 27 November 2018.

[78] Pungky Wahyuningtyas, wawancara dengan Administrasi BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung (BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung), tanggal 26 Januari 2019.

[79] Niken Ayu Ningtyas, wawancara dengan *Teller* BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung (BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung), tanggal 25 Januari 2019.

Selain meningkatkan strategi pemasaran, BMT Sinar Amanah juga perlu memperluas jaringan pemasaran dengan memperbanyak promosi. Salah satu solusinya yaitu meminta bantuan kepada mahasiswa IAIN Tulungagung yang sedang PPL (Praktik Pengalaman Lapangan) di BMT Sinar Amanah untuk melakukan kegiatan pemasaran dan terjun langsung ke masyarakat. Jadi mahasiswa yang PPL tidak hanya bekerja di kantor saja, tetapi juga merasakan menjadi seorang *marketing*.[80] Hal ini dipaparkan oleh Sigit Wicaksono, beliau menjelaskan bahwa:

> "Ya tetap sosialisasi yang dilakukan teman-teman yang PPL disini, jadi tidak ada PPL yang hanya di kantor, semuanya kita sebar untuk melakukan sosialisasi. Jadi anak-anak PPL khususnya IAIN Tulungagung kita gembleng untuk melakukan sosialisasi dan sebelumnya kita berikan pengetahuan dahulu seperti apa perbankan syariah, bagaimana menyampaikan kepada orang/calon anggota tentang lembaga keuangan syariah itu seperti apa sebenarnya, itu salah satu strateginya."[81]

Tujuan dari adanya penambahan karyawan yang sudah dipaparkan sebelumnya sebenarnya sangat membantu untuk memperluas jaringan pasar. Namun sampai saat ini pihak manajemen belum melakukan penambahan karyawan. Pihak manajemen pasti punya alasan tersendiri mengapa belum diadakan penambahan jumlah karyawan di BMT Sinar Amanah.[82]

Menanggapi permasalahan yang ada terkait minimnya jumlah karyawan, pihak manajemen BMT Sinar Amanah tidak tinggal diam.

---

[80] Observasi di BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung, tanggal 25 Januari 2019.

[81] Sigit Wicaksono, wawancara dengan Manajer BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung (BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung), tanggal 21 November 2018.

[82] Observasi di BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung, tanggal 25 Januari 2019.

Pihak manajemen merencanakan strategi untuk mengajak para pengusaha agar menjadi anggotanya yaitu dengan membuat perjanjian di depan notaris saat melakukan kegiatan pendanaan tujuannya yaitu meyakinkan para pengusaha bahwa BMT Sinar Amanah itu bertanggung jawab.[83] Hal ini dipaparkan oleh Anang Budianto yang menjelaskan bahwa:

> "Kemarin ada rencana kita mengajak para pengusaha supaya mau menyimpan dananya dengan perjanjian yang dibuat di depan notaris. Jadi kesannya agar mereka mengetahui kalau terjadi apa-apa kita bertanggung jawab. Karena sebelumnya ada kejadian yang merusak nama baik koperasi. Dengan dibuatnya perjanjian seperti itu maka ada jaminan jika menyimpan dana di BMT, agar mereka percaya kepada pengelolanya."[84]

B. Temuan Penelitian

Pada tahap ini temuan hasil penelitian akan dijelaskan sesuai dengan paparan data yang sudah diuraikan sebelumnya yang berasal dari wawancara langsung kepada pihak yang berkepentingan, observasi ke lapangan, dan dokumentasi yang telah dilakukan oleh peneliti. Temuan hasil penelitian disajikan oleh peneliti sesuai dengan fokus penelitian, diantaranya:

1. Strategi Pemasaran yang Diterapkan oleh BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung untuk Meningkatkan Jumlah Anggotanya

Strategi pemasaran yang diterapkan di BMT Sinar Amanah menggunakan strategi segmentasi pasar (*market segmentation*),

[83] Observasi di BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung, tanggal 25 Januari 2019.

[84] Anang Budianto, wawancara dengan Karyawan BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung (BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung), tanggal 27 November 2018.

anggaran pemasaran (*marketing budget*), penentuan waktu (*timing*), dan bauran pemasaran yaitu 6P (*product, price, place, promotion, people* dan *process*), sebagai berikut:

a. Untuk segmentasi pasar, strategi arah sasaran dan pemasarannya ditujukan ke seluruh lapisan masyarakat.
b. Anggaran pemasaran direncanakan seminimal mungkin dengan memaksimalkan anggarannya untuk biaya promosi diantaranya untuk mencetak brosur, biaya iklan radio dan biaya untuk melakukan *personal selling*.
c. Untuk waktu kapan saat yang tepat dilakukan kegiatan pemasaran. Di BMT Sinar Amanah kegiatan pemasaran dilakukan kapan saja dan dimana saja tanpa melihat batasan waktu.
d. Strategi bauran pemasaran 6P, diantaranya:
    1) Strategi produk (*product*) yang beragam

        BMT Sinar Amanah memiliki beragam produk yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat diantaranya tabungan si aman, tabungan umrah dan haji plus, deposito berkah, pembayaran transaksi melalui online misalnya listrik, air, dan lain-lain serta pembiayaan murabahah. Namun untuk saat ini yang masih banyak digunakan oleh anggotanya yaitu tabungan si aman, deposito berkah, dan pembiayaan murabahah.

    2) Strategi harga (*price*) yang kompetitif

        Nisbah bagi hasil yang diterapkan di BMT Sinar Amanah

cukup kompetitif dibandingkan dengan lembaga keuangan syariah lainnya yaitu 30% untuk jenis tabungan biasa, dan 40% untuk deposito yang akan diberikan kepada anggota. Tetapi tidak harus sesuai dengan patokan tersebut melainkan bisa berbeda tergantung kesepakatan antara pihak BMT dengan anggotanya. Dan untuk bagi hasil itu tidak setiap bulan sama melainkan dihitung dari keuntungan yang diperoleh per bulannya.

3) Strategi tempat (*place*) yang strategis

Lokasi BMT Sinar Amanah Boyolangu sangat strategis yaitu berada di pinggir jalan raya yang menghubungkan Boyolangu dengan Tulungagung dan dekat dengan pasar Boyolangu yang merupakan pusat keramaian, jadi mudah dicari oleh masyarakat dan anggota.

4) Strategi promosi (*promotion*) dengan cara *personal selling*, iklan melalui media sosial dan media elektronik

Promosi yang dilakukan BMT Sinar Amanah yaitu penjualan pribadi (*personal selling*) dengan cara *door to door*, membagikan brosur, terjun langsung ke lapangan, serta strategi lain iklan melalui media sosial berupa *facebook* dengan nama BMT Sinar Amanah, dan melalui media elektronik yaitu radio.

5) Strategi sumber daya manusia (*people*) yang memberikan

pelayanan terbaik

Dengan adanya jumlah karyawan di BMT Sinar Amanah yang masih ada 4 orang yaitu Sigit Wicaksono sebagai manajer, Anang Budianto sebagai *marketing*, Niken Ayu Ningtyas sebagai *teller*, dan Pungky Wahyuningtyas sebagai administrasi. Semua karyawan melakukan pemasaran, namun ternyata untuk karyawan bagian *teller* dan administrasi tidak sepenuhnya bertugas untuk melakukan pemasaran. Tugas karyawan bagian *teller* dan administrasi terkait kegiatan pemasaran yaitu sebatas menjelaskan kepada masyarakat yang menanyakan produk BMT kepada mereka. Meskipun masih minimnya jumlah karyawan yang hanya 4 orang saja, karyawan BMT Sinar Amanah berusaha memberikan pelayanan yang terbaik kepada calon anggota saat melakukan kegiatan pemasaran dan anggota saat melakukan transaksi di BMT Sinar Amanah.

6) Strategi proses (*process*) pemasaran dengan menetapkan target agar mendapatkan hasil yang maksimal

Proses agar kegiatan pemasaran mendapatkan hasil yang maksimal, di BMT Sinar Amanah juga ditetapkan target untuk karyawannya. Penetapan target ini bertujuan agar terjadi peningkatan jumlah anggota dari waktu ke waktu. Target pemasaran yang telah ditetapkan di BMT Sinar

Amanah ditujukan untuk karyawan bagian *marketing* saja. Karyawan bagian *teller* dan administrasi tidak ditetapkan target, tetapi tetap melakukan pemasaran untuk membantu tugas *marketing* demi tercapainya tujuan BMT.

2. Kendala dan Solusi dalam Menjalankan Strategi Pemasaran di BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung

a. Kendala dalam menjalankan strategi pemasaran di BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung

1) Minimnya pengetahuan yang dimiliki oleh masyarakat mengenai perbedaan dari lembaga keuangan syariah dengan lembaga keuangan konvensional. Masyarakat menganggap bahwa lembaga keuangan syariah dan konvensional itu sama saja.

2) Kesulitan meyakinkan masyarakat untuk menjadi anggota karena pernah terjadi citra buruk yang dilakukan salah satu koperasi di daerah Bendilwungu dan adanya masyarakat yang mengajukan pembiayaan terlalu besar tanpa melihat kemampuan yang dimilikinya.

3) Adanya pesaing yang memiliki usaha di bidang yang sama. BMT Sinar Amanah terletak di lokasi yang strategis yaitu berada di dekat pasar Boyolangu akan tetapi di lokasi ini juga terdapat banyak lembaga keuangan baik yang konvensional maupun syariah berdiri di sekitar pasar Boyolangu yang

lokasinya berdekatan dengan BMT Sinar Amanah. Beberapa lembaga keuangan yang menjadi pesaing BMT Sinar Amanah diantaranya BTM Perkasa, BPR Citra Halim Raharja, BMT Mitra Madani, dan BRI KCP Boyolangu.

4) Hasil dari strategi pemasaran yang diterapkan saat ini belum maksimal karena jumlah anggota dari tahun ke tahun mengalami kenaikan dan penurunan yang berubah-ubah.

b. Solusi dalam menjalankan strategi pemasaran di BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung

1) Memberikan penjelasan kepada masyarakat tentang perbedaan diantara keduanya yaitu sistem yang diterapkan di lembaga keuangan syariah dan konvensional. Bukan hanya menjelaskan saja kepada masyarakat akan tetapi memahamkan dan sebelum karyawan menjelaskan kepada masyarakat maka mereka harus memahami perbedaan diantara keduanya terlebih dahulu.

2) Menarik minat masyarakat agar mau untuk menjadi anggota yaitu dengan menjelaskan keunggulan dari BMT Sinar Amanah.

3) Meningkatkan strategi pemasaran yang diterapkan saat ini. Salah satu cara meningkatkan strategi pemasaran yaitu menambah jumlah karyawan bagian *marketing* yang ada saat ini agar jaringan pemasaran bisa lebih luas.

4) Memperluas jaringan pemasaran dengan memperbanyak promosi. Salah satu solusinya yaitu meminta bantuan kepada mahasiswa IAIN Tulungagung yang sedang PPL (Praktik Pengalaman Lapangan) di BMT Sinar Amanah untuk melakukan kegiatan pemasaran dan terjun langsung ke masyarakat.
5) Pihak manajemen merencanakan strategi untuk mengajak para pengusaha agar menjadi anggotanya yaitu dengan membuat perjanjian di depan notaris saat melakukan kegiatan pendanaan tujuannya yaitu meyakinkan para pengusaha bahwa BMT Sinar Amanah itu bertanggung jawab.