

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Profil Lembaga

1. Sejarah Berdirinya BMT Dinar Amanu

Awal berdirinya BMT Dinar Amanu adalah dengan nama koperasi syari'ah. Pada tahun 2009 koperasi syari'ah tersebut diganti namanya menjadi BMT Dinar Amanu. Dan kemudian pada tahun 2016 dirubah kembali menjadi KSPPS BMT Dinar Amanu.

BMT Dinar Amanu Panjerejo ini didirikan oleh Drs. H Maryoto Birowo, Drs. H. Supardi, M.M, H. Nyadin, M.AP. Berdirinya lembaga ini berawal dari keprihatinan atas banyaknya lembaga keuangan konvensional serta kondisi ekonomi masyarakat yang kurang memperhatikan kaidah-kaidah hukum Islam. Mereka resah dengan adanya praktik ekonomi ribawi yang dilakukan oleh para rentennirdi lingkungan desa Panjerejo Kecamatan Rejotangan Kabupaten Tulungagung. Sehingga didirikanlah lembaga keuangan syariah yang semula berbentuk koperasi syariah dan sekarang menjadi KSPPS BMT Dinar Amanu.

Adapun identitas BMT Dinar Amanu sebagai berikut :

Nama lengkap : KSPPS BMT Dinar Amanu

Badan Hukum : BH. No. 188.4/751/BH/XVI.29/115/2016 tanggal

28 Maret 2016

Alamat : Jl. Raya Sumberagung Panjerejo Kecamatan
Rejotangan Kabupaten Tulungagung

Kode Pos : 66293

No. Hp : 085 337 664 986

2. Visi dan Misi BMT Dinar Amanu

a. Visi BMT Dinar Amanu

Visi BMT adalah mewujudkan kualitas anggota BMT khususnya masyarakat umum yang selamat, damai dan sejahtera. Sehingga mampu berperan sebagai wakil pengabdian Allah SWT untuk memakmurkan kehidupan umat manusia.

b. Misi BMT Dinar Amanu

Misi BMT adalah membangun dan mengembangkan tatanan perekonomian yang maju, berkembang, terpercaya, aman, nyaman, transparan dan berkehati-hatian berlandaskan Ridho Allah SWT.

3. Struktur Organisasi KSPPS BMT Dinar Amanu

Dewan pendiri KSPPS BMT Dinar Amanu :

- a. Drs. H. Maryoto Birowo
- b. Drs. H. Supardi, M.M
- c. H. Nyadin, S.Ag

Dewan Pengawas KSPPS BMT Dinar Amanu :

- a. Drs. H. Maryoto Birowo
- b. H. Nyadin, S.Ag

Dewan Pengurus KSPPS BMT Dinar Amanu :

- a. Ketua : Drs. H. Supardi, M.M
- b. Sekretaris/Manajer Pelaksana : Mamik Priyatno, S.Pd
- c. Bendahara/Accounting : Anjar Sari, S.Sy
- d. Teller : Indah Niv Farida

4. Letak Geografis

Secara geografis kantor KSPPS BMT Dinar Amanu dinilai cukup strategis karena dekat dengan akses jalan raya dan dekat dengan pasar Panjerejo sehingga mudah dijangkau oleh anggota dan calon anggota.

KSPPS BMT Dinar Amanu merupakan wilayah dataran rendah yang terletak di wilayah kecamatan Rejotangan Kabupaten Tulungagung bagian timur, dengan kondisi perumahan penduduk dan pertokoan serta dekat dengan pasar. Letak KSPPS BMT Dinar Amanu berada di antara 4 (empat) desa. Batas wilayahnya antara lain :

Utara : Desa Kalangan , kecamatan ngunut

Selatan : Desa Tenggarong, Kecamatan Rejotangan

Timur : Desa Karang Sari, Kecamatan Rejotangan

Barat : Desa Kacangan, Kecamatan Ngunut

Kantor KSPPS BMT Dinar Amanu beralamat di JL. Sumberagung Panjerejo Kecamatan Rejotangan Kabupaten Tulungagung.

5. Kondisi Fisik

Kantor KSPPS BMT Dinar Amanu Panjerejo memiliki kondisi fisik yang sangat bagus dan nuansa kantor yang sangat nyaman. Yakni terdiri atas ruangan ber-AC, kipas angin, serta peralatan dan

perlengkapan kantor yang memadai seperti televisi, 2 (dua) buah komputer, mesin hitung uang, Handhone kantor serta dilengkapi parkir yang cukup luas.

6. Produk-Produk BMT Dinar Amanu

Produk pembiayaan di BMT Dinar Amanu antara lain :

a. Pembiayaan Bai' Bitsaman Ajil (BBA)

Yaitu sistem pembiayaan dengan akad jual beli, dimana anggota atau nasabah membutuhkan barang dan BMT menyediakan barangnya, kemudian anggota atau nasabah membeli di BMT dengan pembayaran angsuran dan lamanya waktu pembayaran ditentukan berdasarkan kesepakatan kedua belah pihak.

b. Pembiayaan Musyarakah (MSY)

Yaitu pembiayaan dengan akad syirkah/kerja sama antara BMT dengan anggota atau nasabah yang memiliki usaha dengan ketentuan modal sebagian (tidak seluruhnya) dari BMT. Pola ini disebut juga penyertaan modal, dimana hasil keuntungan dibagi sesuai dengan kesepakatan antara BMT dengan nasabah atau anggota.

c. Pembiayaan Murabahah (MRB)

Yaitu sistem pembiayaan dengan akad jual beli, dimana nasabah membutuhkan barang (sarana) usaha dan BMT menyediakan barangnya, kemudian nasabah membeli di BMT

dengan pembayaran dibelakang dan jatuh tempo. Besarnya harga dan lamanya waktu pembayaran ditentukan berdasarkan kesepakatan kedua belah pihak.

d. Pembiayaan Qordul Hasan

Yaitu pembiayaan kebijakan yakni pembiayaan dari BMT kepada nasabah atau anggotanya tanpa dikenai jasa bagi hasil. Pinjaman ini diberikan dalam keadaan tertentu misalnya untuk orang miskin, orang sakit, untuk *fii sabilillah*, biaya sekolah dan dakwah.

Produk tabungan (simpanan) di BMT Dinar Amanu antara lain:

- a. Simpanan pembiayaan dimana simpanan tersebut adalah simpanan wajib yakni bagi nasabah atau anggota yang melakukan pembiayaan.
- b. Simpanan simadu (simpanan mudharabah Dinar Amanu).
- c. Simpanan siwada (simpanan al-wadi'ah) Simpanan berjangka (deposito).
- d. Simpanan pokok +wajib

B. Temuan Penelitian

1. Penerapan Bauran Pemasaran Produk Tabungan pada KSPPS BMT Dinar Amanu

Bauran pemasaran (*marketing mix*) merupakan seperangkat alat yang dapat digunakan pemasar untuk membentuk karakteristik jasa yang ditawarkan kepada pelanggan. Alat-alat tersebut dapat digunakan

untuk menyusun strategi jangka panjang dan juga untuk merancang program taktik jangka pendek.¹

Penerapan bauran pemasaran pada KSPPS BMT Dinar Amanu sudah dilakukan namun masih belum maksimal, seperti yang telah dijelaskan oleh mbak Indah selaku Teller dan Marketing, berikut hasil wawancaranya :

“Jadi penerapan marketing mix yang 4P itu sudah dilakukan namun hasilnya belum maksimal, jadi masih ada masyarakat sekitar yang belum mengetahui tentang BMT itu bagaimana, terus akadnya itu seperti apa, sistemnya bagaimana. Karena promosi disini masih dilakukan dengan menggunakan brosur dan dengan mendatangi rumah-rumah. Itupun ketika kami (pihak marketing) mendatangi rumah-rumah sering mendapat penolakan dari pemilik rumah yang didatangi, ya meskipun sering ditolak kami tetap melakukan pendekatan kepada mereka untuk melakukan pemasaran dan menjelaskan kepada mereka seperti apa itu BMT Dinar amanu, dan apa saja produk-produknya. Jadi bauran pemasaran yang dilakukan tidak berfokus pada pembiayaan saja atau tabungan saja, tapi difokuskan pada kesemuanya.”²

Seperti yang telah dijelaskan diatas, ketika melakukan bauran pemasaran tidak hanya berfokus pada produk jasa tabungan saja, jadi produk pembiayaan pastinya juga dipasarkan. Meskipun pada BMT Dinar Amanu masih menggunakan media brosur saja yang digunakan, tetapi kedepannya pasti dimungkinkan akan menggunakan media lain juga untuk memasarkan produknya.

¹ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2014), hal. 41

² Hasil wawancara dengan Mbak Indah selaku Teller dan marketing BMT Dinar Amanu Tuungagung tanggal 9 Januari 2019 pukul 12:17 WIB

Jenis – jenis tabungan atau simpanan di BMT Dinar Amanu adalah:³

1. Simpanan Pokok yaitu simpanan yang dibayarkan sekali ketika masuk anggota baru BMT.
2. Simpanan Wajib yaitu simpanan yang wajib dibayarkan setiap bulan atau setiap mengangsur pembiayaan.
3. Simpanan Pokok Khusus yaitu simpanan yang dibayarkan untuk modal awal dan pemupukan modal BMT, simpanan ini tidak bisa diambil kecuali dalam keadaan tertentu.
4. Simpanan Sukarela dengan pola Mudharabah, ada 2 macam:
 - a. Simpanan mudharabah biasa yaitu simpanan anggota BMT yang jumlahnya tidak terbatas, dapat diambil sewaktu-waktu serta jumlah pengembaliannya tidak dibatasi.
 - b. Simpanan Mudharabah berjangka yaitu simpanan anggota BMT yang jumlahnya tertentu dan jangka waktu pengembaliannya ditentukan pula sesuai kesepakatan antara penabung dengan pihak BMT. Misalnya jangka 3 bulan, 6 bulan, 12 bulan dan seterusnya.

Dari ke tujuh bauran pemasaran yang ada, peneliti mengambil 4P untuk diteliti yaitu Price, Place, Products dan Promotion. berikut penjelasannya:

³ Buku Laporan Pertanggung Jawaban Pengurus dan Pengawas Tahun Buku 2017, hal. 16

a. Produk (*products*)

Seperti yang telah dijelaskan Mas Haris.⁴ selaku marketing di BMT Dinar Amanu ketika wawancara mengenai variabel produk untuk meningkatkan jumlah nasabah penabung:

“jadi ini strateginya sama saja ya untuk menarik minat calon nasabah menabung atau untuk melakukan pembiayaan, strategi yang dilakukan yaitu, pihak marketing mendatangi setiap rumah untuk melakukan promosi, serta memberikan brosur yang dicantumkan nama dan nomor telepon oleh pihak marketing kepada pemilik rumah, yang dimungkinkan suatu saat dibutuhkan, untuk sementara masih itu yang kami lakukan”

Sedangkan menurut Mbak Indah⁵ strategi pemasaran untuk meningkatkan jumlah nasabah penabung adalah:

“ya kalo menurut saya, dan yang sering saya lakukan dengan memberikan/membagikan brosur ke rumah-rumah, pemilik usaha seperti toko, home industry, kadang kepasar pas belanja ke penjual langganan kadang juga sekalian saya kasih brosur barangkali minat,kan itu juga termasuk promosi. Dulu pas masih awal-awal masuk kerja saya juga pernah promosi ke tetangga saya kasih brosur juga dan sekalian saya jelaskan BMT itu seperti apa”.

Seperti yang telah dijelaskan oleh kedua marketing diatas terdapat perbedaan dalam melakukan bauran pemasaran produk untuk meningkatkan jumlah nasabah penabung, versi dari Mas Haris yaitu langsung mendatangi rumah-rumah karena menurut saudara haris kalau hanya dengan membagikan brosur saja, banyak

⁴ Hasil wawancara dengan Mas Haris di BMT pada tanggal 9 Januari 2019 pukul 09:30 WIB di BMT Dinar Amanu Panjerejo Tulungagung.

⁵ Hasil wawancara dengan Mbak Indah di BMT Dinar Amanu pada tanggal 10 Januari 2019 pukul 12:30 WIB. BMT Dinar Amanu Panjerejo Tulungagung.

kemungkinan dari masyarakat tidak akan membacanya. Sedangkan menurut saudari Indah, lebih memilih membagikan brosur saja.

Kemudian mbak Indah juga menambahkan:⁶

“sebisa mungkin kami juga memberi pelayanan yang baik untuk para anggota nasabah BMT Dinar Amanu, agar mereka tetap loyal dan tetap menggunakan jasa BMT, dan juga pada calon anggota nasabah baru supaya mereka tertarik atas apa yang kita jelaskan dan mau menggunakan jasa BMT”.

Memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan dapat membuat pelanggan loyal dan betah dan akan menggunakan jasa BMT secara berulang-ulang. Untuk itulah di BMT Dinar Amanu selalu memberikan pelayanan yang baik.

Dalam produk yang ditawarkan, tentunya setiap BMT memiliki kelebihanya sendiri-sendiri, baik dalam bentuk harga maupun barangnya. Sama halnya dengan BMT Dinar Amanu dengan lainnya, tentunya memiliki kelebihanya sendiri-sendiri, Tetapi lain halnya dengan yang dijelaskan oleh saudari Indah⁷ selaku marketing BMT Dinar Amanu:

“menurut saya kelebihan Produk tabungan di BMT ini dengan BMT lain tidak ada ya , karna rata-rata dengan BMT lain sudah sama. Ya kalo bedanya yang pasti mungkin dalam jumlah pendapatan kantor saja”

Jadi rata-rata antar BMT sudah sama dalam hal produk yang ditawarkan, tidak ada kelebihan tersendiri yang ditonjolkan

⁶ Hasil wawancara dengan Mbak Indah di BMT Dinar Amanu pada tanggal 10 januari 2019 pukul 12:30 WIB BMT Dinar Amanu Panjerejo Tulungagung.

⁷ Hasil wawancara dengan Mbak Indah di BMT Dinar Amanu pada tanggal 10 januari 2019 pukul 12:35 WIB BMT Dinar Amanu Panjerejo Tulungagung.

untuk menarik minat calon nasabahnya, tergantung dari pihak marketingnya bagaimana caranya melakukan pemasaran produk.

“syarat untuk menjadi calon anggota/nasabah penabung disini cukup mudah, calon nasabah hanya cukup datang dengan membawa fotocopy KTP dan mengisi blanko anggota penabung, dan selanjutnya akan diproses. Setelah proses selesai nasabah akan menerima buku tabungan berwarna hijau, dan bisa dibawa setiap kali menabung atau melakukan penarikan. Untuk saldo awal buka rekening minimal Rp.10.000, dan tidak ada batas minimal dalam menabung”

Jadi syarat untuk menjadi anggota penabung di BMT Dinar Amanu cukup mudah hanya dengan membawa fotocopy KTP dan dengan mengisi blanko yang telah disediakan di BMT. Setelah diproses maka calon anggota sudah resmi dan bisa menabung di BMT Dinar Amanu kapan pun tanpa ada batas minimal menabung,

b. Harga (*price*)

Dalam bauran pemasaran, harga merupakan faktor penting dalam menentukan ranah pemasaran yang dialokasikan oleh sebuah perusahaan. Dari keempat faktor yang menentukan marketing mix, harga merupakan satu-satunya unsur yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan.

Sebagaimana seperti hasil wawancara dengan saudari Indah mengenai penetapan harga:

“untuk penetapan harga tidak ditentukan dari awal misal 1,5% kemudian selalu 1,5% tidak begitu, jadi ketika calon nasabah memiliki usaha yang dirasa cukup besar, dan dari pihak nasabah berani dengan harga/bagi hasil 1,6%, ya kita pakai yang 1,6% itu, kemudian untuk yang penetapan harga atau bagi hasil para nasabah penabung itu disesuaikan

dengan jumlah pendapatan kantor, jadi kalau pendapatan kantor naik otomatis jumlah bagi hasil ikut naik”

Jadi untuk mengenai penetapan harga/jumlah bagi hasil bagi nasabah penabung yaitu sesuai dari pendapatan kantor. Missal tahun 2017 mendapat bagi hasil sebesar Rp 2.000.000, kemudian tahun 2018 pendapatan kantor naik, dimungkinkan jumlah bagi hasil bisa bertambah menjadi Rp 2.700.000.

c. Tempat (*Place*)

Penentuan lokasi bank tidak dapat dilakukan secara sembarangan, tetapi harus mempertimbangkan berbagai faktor. seperti apa yang dijelaskan oleh saudara Haris⁸ pada saat wawancara mengenai pemilihan lokasi kantor, yaitu :

“untuk pemilihan lokasi ya harus yang dekat jalan raya itu yang utama, kemudian dekat dengan pasar, terus dekat dengan perumahan atau masyarakat, supaya mereka mengetahui keberadaan adanya BMT”

“lalu untuk alasan pemilihan lokasi seperti dekat dengan pasar, pertokoan karena rata-rata mereka akan membutuhkan dana lebih untuk keperluan usahanya. Dan Alhamdulillah BMT Dinar Amanu ini lokasinya tepat berada ditengah-tengah masyarakat, dekat jalan raya, dan dekat dengan pasar Panjerejo. Kemudian ketika marketing terjun ke lapangan langsung untuk memasarkan produk, tempat yang dipilih itu bebas, bisa dimana saja, yang penting ada pihak yang membutuhkan dana, kami dari pihak BMT siap membantu, baik untuk pembiayaan maupun menabung”

Dari hasil wawancara diatas, pemilihan lokasi kantor yaitu harus dengan pertimbangan terlebih dulu, apakah nantinya jika

⁸ Hasil wawancara dengan Mas Haris di BMT pada tanggal 9 Januari 2019 pukul 09:45 WIB BMT Dinar Amanu Panjerejo Tulungagung.

membangun kantor dilokasi tersebut bisa menarik minat nasabah, kemudian apakah akses jalan menuju lokasi itu sulit atau mudah, jadi pemilihan lokasi tidak bisa sembarangan. Dan yang utama haruslah dekat dengan jalan raya supaya diketahui banyak orang

d. Promosi (*Promotion*)

Produk sudah diciptakan, harga sudah ditetapkan, dan lokasi dan layout sudah disiapkan, artinya produk sudah benar-benar siap untuk dijual. Agar produk tersebut laku dijual dimasyarakat atau nasabah, maka masyarakat perlu tahu kehadiran produk tersebut. Cara memberitahukan kemasyarakat adalah melalui sarana promosi.

Seperti yang telah dijelaskan oleh saudara haris⁹ pada saat wawancara, Strategi promosi yang dilakukan BMT Dinar Amanu untuk memasarkan produk tabungan adalah:

“seperti yang telah dijelaskan diawal tadi ya untuk melakukan promosi kami tidak pilih-pilih, apakah ini promosi untuk produk tabungan atau pembiayaan, jadi sama saja. Strateginya dengan kita terjun kemasyarakat langsung. Kan biasanya kalau siang itu ada ibu-ibu yang lagi duduk-duduk diteras rumah ya, ya itu biasanya kita datang. pertama, kita menawarkan dulu produk pembiayaan padanya, missal belum tertarik untuk melakukan pembiayaan/pinjaman baru kita menawarkan produk jasa berupa tabungan. Kedua, ketika masyarakat tertarik dengan produk tabungan, barulah masyarakat diberi pandangan/arahan mengenai system menabung di BMT kalau uang mereka tidak akan berkurang, bahkan akan mendapat bagi hasil dari dana yang ditabungkan tersebut. Kemudian dari pihak marketing meninggalkan brosur dan

⁹ Hasil wawancara dengan Mas Haris di BMT pada tanggal 9 Januari 2019 pukul 10:00 WIB BMT Dinar Amanu Panjerejo Tulungagung.

diberi identitas berupa nama dan nomor telepon yang dimungkinkan sewaktu-waktu dibutuhkan oleh penerima brosur untuk melakukan pembiayaan atau untuk menabung”.

Promosi yang dilakukan adalah dengan terjun ke masyarakat langsung dengan memberikan penjelasan serta pengarahan mengenai BMT Dinar Amanu, kemudian apa keuntungan yang didapatkan jika kita menabung di BMT.

kemudian untuk media promosi yang digunakan pada BMT Dinar Amanu masih belum semuanya digunakan, berdasarkan pada hasil wawancara dengan Mbak Indah¹⁰ berikut ini:

“ya seperti yang telah di jelaskan tadi untuk media yang digunakan promosi sekarang ini masih menggunakan brosur dengan ditulis nama dan nomor dari pihak marketing, tetapi untuk setiap kali disini ada mahasiswa PPL itu pasti ada tugas untuk membuat brosur, jadi brosur nya disini itu banyak variasi nya tetapi isinya sama semua, jadi yang marketing berikan ke masyarakat itu juga berbeda beda, sebagian juga ada yang ditaruh dimeja depan, dimungkinkan ketika ada nasabah datang mereka bisa mengambil dan membacanya”.

Untuk sekarang ini BMT Dinar Amanu belum membuat variasi media lain untuk promosinya. Sementara yang masih dipertahankan adalah dengan media brosur dan terjun langsung ke masyarakat yang dirasa lebih mudah untuk menyampaikan dan menjelaskan system di BMT Dinar Amanu.

¹⁰ Hasil wawancara dengan Mbak Indah di BMT pada tanggal 10 Januari 2019 pukul 12:30 WIB BMT Dinar Amanu Panjerejo Tulungagung.

e. Orang (*People*)

Dalam setiap anggota atau calon nasabah baru tentunya pasti akan mengalami kebingungan ketika akan melakukan pembiayaan atau sekedar menabung ditempat baru, dan tentunya ada beberapa hal yang harus dilakukan sebelum menjadi anggota baru dalam lembaga keuangan tersebut.

Calon nasabah atau anggota baru yang datang ke lembaga keuangan belum tentu mereka langsung mau menggunakan jasa yang disediakan lembaga keuangan tersebut, tentunya mereka harus tau dulu keuntungan dari mereka setelah menggunakan jasa BMT apa saja, kemudian pelayanan yang diberikan seperti apa, apakah memuaskan atau tidak. Seperti yang terangkum dalam wawancara dengan Mbak Indah¹¹ dibawah ini:

“ya ketika kita melihat ada seseorang yang datang ke BMT dan sepertinya belum melihat sebelumnya, kami sudah menduga itu adalah calon nasabah baru. Yang pertama dilakukan adalah ketika mereka (calon nasabah) baru masuk dari pintu, kita langsung memberikan senyuman ramah dan langsung menanyakan ada yang bisa dibantu, setelah itu jika mereka menanyakan mengenai pembiayaan, kami langsung memberikan brosur dengan memberikan pengarahan dari setiap produk yang ditawarkan dan menjelaskan dari setiap keuntungan yang ditawarkan supaya mereka lebih tertarik. Kemudian selanjutnya, ketika mereka telah menggunakan jasa BMT, kami harus tau dan mengingat nama-nama nasabah supaya lebih akrab dan mereka loyal terhadap kita”

¹¹ Hasil wawancara dengan Mbak Indah di BMT pada tanggal 08 April 2019 pukul 11:00 WIB BMT Dinar Amanu Panjerejo Tulungagung.

Seperti yang telah dijelaskan oleh mbak Indah, dalam menangani nasabah baru juga ada trik-trik tertentu supaya mereka tertarik. Selain itu para karyawan sebisa mungkin haru hafal nama nasabah mereka supaya mereka lebih dekat dan akrab dengan para pelanggan.

f. Bukti Fisik (*Physical Evidence*)

Bukti fisik yang dimaksud disini adalah teknik pemasaran dengan menggunakan media fisik yang bisa dilihat atau dibaca orang. Contohnya media apa saja yang digunakan promosi dalam BMT tersebut, yaitu brosur.

Kemudian bukti fisik yang berada didalam kantor juga diperlukan supaya ruangan tidak terlihat kosong dan monoton, seperti yang terangkum dalam wawancara dengan mbak Indah¹² yang dibawah ini;

“bukti fisik yang berada dikantor seperti yang terlihat dalam ruangan sekarang ini, nasabah yang datang dan sedang mengantri akan dapat menikmati fasilitas yang disediakan seperti kursi yang nyaman, kemudian juga ada televise, ruangan ber AC jadi tidak akan merasa bosan ketika didalam ruangan, selain itu kami juga menyediakan air minum mineral dalam kemasan gelas jika ada nasabah yang membutuhkan”

Untuk membuat nyaman para nasabah, pihak BMT sudah menyediakan berbagai fasilitas, mulai dari ruangan ber AC yang sudah pasti dijamin sejuk, sampai dengan disediakannya air

¹² Hasil wawancara dengan Mbak Indah di BMT pada tanggal 08 April 2019 pukul 11:00 WIB BMT Dinar Amanu Panjerejo Tulungagung.

mineral untuk nasabah.itu semua dilakukan demi terciptanya para nasabah yang loyal. Karena jika pelayanan yang diberikan tidak maksimal maka pelanggan juga akan merasa bosan dan tentunya akan mencoba beralih menggunakan jasa dari BMT lain.

g. Proses (*Process*)

Proses yang dimaksud disini adalah teknik pemasaran dengan menunjukkan bahwa proses yang dilakukan memiliki perbandingan perbedaan dengan proses lain pada umumnya. Seperti yang telah dijelaskan oleh mbk Indah dalam wawancara:¹³

“kalau proses menabung awal untuk nasabah baru tentunya cepat ya, soalnya ya Cuma ngisi blanko kemudian setoran, sudah, masuk ke rekening. Jadi sangat cepat. Yang lama itu biasanya pembiayaan, proses pencairan biasanya 1-2 hari, karena kami harus mempertimbangkan dulu harga barang jaminan, karena setiap tahunnya kan juga turun terus, jadi tidak bisa sembarangan”

Seperti yang telah dijelaskan dalam wawancara, proses pembiayaan dengan proses menabung pada nasabah baru lebih cepat pada proses menabung, karena hanya dengan mengisi blanko, setoran awal minimal Rp 10.000 kita sudah bisa menabung dan sudah masuk dalam anggota BMT Dinar Amanu. Sedangkan dalam pembiayaan prosesnya cukup lama karena pihak BMT harus mempertimbangkan harga pasaran kendaraan yang menjadi jaminan. Karena harga kendaraan bekas setiap tahunnya akan terus menurun.

¹³ Hasil wawancara dengan Mbak Indah di BMT pada tanggal 08 April 2019 pukul 11:00 WIB BMT Dinar Amanu Panjerejo Tulungagung.

2. Kendala yang di Hadapi KSPPS BMT Dinar Amanu dalam Menerapkan Bauran Pemasaran, Dan Solusi yang Diberikan untuk Mengatasi Kendala Tersebut.

Dalam setiap melakukan pemasaran pastinya marketing akan menghadapi kendala. Meskipun menghadapi kendala baik itu besar maupun kecil, tentunya marketing tidak boleh menyerah dan patah semangat demi kelangsungan usaha kantornya, karena kendala-kendala tersebut merupakan hal yang wajar. Seperti yang telah dijelaskan oleh Mbak Indah:¹⁴

“ya kalau kendala pastinya ada ya, baik itu usaha apapun pasti ada kendala yang dihadapi. Kendala pertama Yang sering saya hadapi itu penolakan dari masyarakat ketika melakukan promosi dengan memberikan brosur ke rumah-rumah sering mendapat penolakan, kemudian ketika kami masih menjelaskan prosedur-prosedur yang ada di BMT kadang pembicaraan kami sudah dipotong dengan beliau si pemilik rumah ini dengan berkata (masih belum butuh mbak), kalau tidak begitu biasanya juga begini (waduh nanti kalau pinjam susah mngembalikannya mbak). Tetapi banyak juga yang menanggapi dengan respon positif dengan bertanya (ini BMT pas e mana ya mbak siapa tau butuh). Kemudian kendala yang kedua masyarakat belum terlalu faham dengan BMT itu seperti apa dan bagaimana proses-proses yang ada didalamnya yang akhirnya menyebabkan banyak penolakan. Tetapi tak jarang juga masyarakat yang berada disekitar BMT juga memilih untuk menabung dan melakukan pembiayaan di BMT, yang ketiga masih banyak pula masyarakat yang beranggapan BMT itu sama saja dengan koperasi simpan pinjam pada umumnya”.

¹⁴ Hasil wawancara dengan Mbak Indah di BMT pada tanggal 10 Januari 2019 pukul 13:00 WIB BMT Dinar Amanu Panjerejo Tulungagung.

Dari hasil wawancara diatas kendala sebenarnya yang paling utama adalah masih kurangnya pemahaman mengenai apa itu BMT? kemudian bagaimana system operasional yang ada didalamnya? Yang menyebabkan masih kurangnya minat para masyarakat untuk melakukan transaksi baik menabung maupun melakukan pembiayaan pada BMT.

Solusi untuk Menghadapi Kendala Bauran Pemasaran yang Dilakukan KSPPS BMT Dinar Amanu.

Ketika menghadapi kendala dalam melakukan promosi tentunya marketing tidak boleh putus asa, karena pasti akan ada solusi untuk menghadapinya, seperti yang telah dijelaskan oleh Mas Haris¹⁵

“kendalanya seperti yang dijelaskan mbak Indah tadi ya, jadi solusinya yang pertama, kita tetap melakukan promosi dengan mendatangi rumah-rumah dengan melakukan pendekatan, kedua, masyarakat diberikan penjelasan mengenai prinsip syariah, dan memberitau perbedaan antara BMT dengan koperasi simpan pinjam biasa. Ketiga, pada media brosur dibuat semenarik mungkin dengan diberi penjelasan mengenai seperti apa itu BMT Dinar Amanu, yang dimungkinkan bila dibuat seperti itu masyarakat akan tertarik untuk membacanya”.

Seperti yang dijelaskan mas Haris solusi dalam menghadapi kendala-kendala tersebut dengan melakukan pendekatan terhadap masyarakat. Mungkin ketika marketing membagikan brosur kepada warga sekitar, tidak hanya sekedar membagikan saja, tetapi juga dengan menjelaskan bahwa BMT Dinar Amanu menjalankan dengan

¹⁵ Hasil wawancara dengan Mas Haris di BMT pada tanggal 9 Januari 2019 pukul 10:15 WIB BMT Dinar Amanu Panjerejo Tulungagung.

prinsip-prinsip syariah dan dengan system bagi hasil bukan bunga. Dan ketika menggunakan jasa tabungan, para nasabah akan memperoleh bagi hasil sesuai dengan pendapatan kantor. Mungkin dengan diberi sedikit pengaraha seperti itu masyarakat akan mulai memahami seperti apa itu BMT dan akan beralih segera menggunakan jasa BMT Dinar Amanu.

Mbak Indah juga menambahkan untuk solusinya yaitu :

“selain itu kami anggota dari BMT Dinar untuk memperbanyak jumlah nasabah dengan memperbanyak pula relasi atau hubungan atau rekan kerja. Biasanya yang banyak itu relasi dari bapak Supardi, Pak Nyadin dan Pak Mamik. Kalau relasi dari Pak Pardi itu kebanyakan dari daerah Sukowidodo Karangrejo, kemudian kalau relasi Pak Mamik ada juga yang dari Blitar”

Jadi, selain melakukan promosi, BMT Dinar Amanu juga menambah relasi dengan para pemilik usaha yang dimungkinkan bisa menarik minat untuk melakukan pembiayaan untuk kelangsungan usahanya atau hanya untuk menabung.

Kemudian selanjutnya BMT Dinar Amanu bisa menambah solusi dengan melakukan sosialisasi mengenai Bank Syariah. Sosialisasi tersebut bisa dilakukan dibalai desa, dengan mendatangkan ibu-ibu sebagai peserta, karena biasanya peminat dari koperasi syariah adalah para ibu-ibu, tetapi bukan berarti bapak-bapak tidak menjadi peminat koperasi syariah dan tidak menutup kemungkinan.

BMT Dinar Amanu juga bisa mencoba melakukan strategi baru untuk solusinya. Missal yang semula hanya membagikan brosur pada

rumah-rumah, bisa melakukan strategi dengan memasang banner pada pertigaan lampu merah/trafig light yang ada dibarat BMT. Karena dengan memasang banner tepat berada pada pertigaan jalan, akan semakin mudah dilihat orang ketika berhenti saat lampu sedang merah.

Selanjutnya pada lokasi BMT Dinar Amanu tepatnya dipinggir jalan raya depan BMT bisa diberi plakat atau banner yang menandakan bahwa lokasi tersebut adalah BMT Dinar Amanu. Karena tulisan yang berada diatas BMT Dinar Amanu sudah tidak terlalu terlihat dari jalan karena tertutup dengan pohon. Dengan begitu pengguna jalan yang bukan asli daerah Panjerejo punjuga akan mengetahui bahwa dilokasi tersebut ada BMT.

3. Dampak Penerapan Bauran Pemasaran di KSPPS BMT Dinar Amanu

Segala sesuatu yang dilakukan tentunya memiliki dampak masing-masing, apakah itu dampak positif atau negatife, seperti yang telah disampaikan Mbak Indah dalam wawancara:

“Tentunya dampak positif ya yang terjadi ketika sebuah lembaga menerapkan bauran pemasaran secara baik, jadi meskipun dalam praktiknya hanya menggunakan media itu-itu saja, nyatanya peningkatan jumlah nasabah tetap terjadi. Jadi dimungkingka bila dari pihak BMT menambah media dalam promosi pasti jumlah nasabah akan terus bertambah. Karena masih keterbatasan media dalam promosi menyebabkan jumlah nasabah jugaberkurang, tetapi dari pihak BMT tetap melakukan hubungan kerja dengan pemilik usaha”

Meskipun BMT Dinar Amanu masih menggunakan media brosur untuk proses pemasarannya, dan memperbanyak relasi, tetapi setiap tahunnya juga mengalami jumlah peningkatan nasabah penabung. Jadi

ketika BMT Dinar Amanu menambah media untuk pemasaran, dimungkinkan jumlah nasabah pembiayaan atau menabung akan dapat terus bertambah. Seperti yang terlihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.1
Perkembangan Jumlah Nasabah Penabung KSPPS BMT Dinar Amanu.¹⁶

Tahun	Jumlah	Total
2015	15 Orang	629 Orang
2016	18 Orang	647 Orang
2017	21 Orang	668 Orang
2018	19 Orang	687 Orang

Dalam prakteknya tidak semulus yang diharapkan karena dalam satu tahun terakhir sedikit mengalami penurunan. karena dalam praktiknya kebanyakan kendala yang dihadapi adalah faktor dari masyarakat yang kurang memahami adanya BMT. Masih banyak masyarakat yang menganggap bahwa sistem kerja BMT masih sama dengan bank-bank pada umumnya. Tetapi meskipun demikian jumlah nasabah penabung masih tetap ada peningkatan meskipun tidak terlalu banyak.

Tak berbeda dengan sebuah lembaga keuangan (BMT) ataupun perusahaan yang lain dimana setiap perkembangan lembaga keuangan maupun tempat usaha yang lain pasti akan membutuhkan campur tangan orang lain dalam setiap perkembangannya, misalnya saja dalam

¹⁶ Buku Laporan Pertanggung Jawaban Pengurus dan Pengawas Tahun Buku 2017, hal.

sebuah BMT adanya manager, karyawan administrasi maupun marketing semuanya akan selalu saling berkaitan, dan dalam sebuah lembaga keuangan ataupun perusahaan yang lain pada bagian marketing yang sangat menonjol, karena bagian marketing ini adalah bagian utama yang langsung menyampaikan apakah yang dikerjakan dalam suatu lembaga keuangan maupun sebuah perusahaan kepada pihak luar yaitu masyarakat.

Dalam tugasnya, kegiatan marketing untuk melihat respon dari masyarakat terhadap lembaga yang di pasarkan, pada bagian marketing yang sangat penting untuk memahami masyarakat, agar tujuan tersebut dapat tercapai maka petugas bagian marketing harus mempunyai strategi dalam setiap tindakan yang ia kerjakan. Hal tersebut sesuai dengan teori yang di ungkapkan oleh kasmir bahwa konsep pemasaran yang paling tepat adalah konsep pemasaran yang bersifat kemasyarakatan. Konsep ini menekankan kepada penentuan kebutuhan, keinginan, minat pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan secara lebih efektif dan efisien dari pada pesaing, sehingga dapat menjamin atau memberikan kesejahteraan konsumen dan masyarakat.¹⁷

¹⁷ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: kencana, 2003), hal. 17