

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Paparan data penelitian

Kopseyah BMT Sinar Amanah adalah salah satu Lembaga Keuangan Mikro dengan menerapkan system Syariah Islam dalam kegiatannya. BMT Sinar Amanah berdiri pada tanggal 11 November 2011 dan beroperasi secara legal dengan sertifikat operasi yang dikeluarkan oleh Pusat Inkubasi Bisnis Usaha Kecil (PINBUK) sebagai Kelompok Swadaya Masyarakat (KSM) BMT binaan PINBUK berdasar naskah kerjasama antara BI dengan PINBUK. Kemudian BMT Sinar Amanah diperkuat dengan Badan Hukum dari Kementrian Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah yang disahkan oleh Kantor Koperasi dan UKM melalui SK nomor 188.4/642/BH/XVI.29/115/2015.

Adapun Visi BMT Sinar Amanah adalah mewujudkan BMT sebagai Lembaga keuangan mikro Syariah yang profesional, bersahabat dalam menumbuh kembangkan produktifitas usaha anggota dan dapat meningkatkan kualitas ibadah anggota dalam segala aspek kehidupan¹.

¹ Brosur BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung

Sedangkan, misi BMT Sinar Amanah adalah membangun dan mengembangkan tatanan perekonomian dan struktur masyarakat madani yang adil berkemakmuran berkemajuan, memberdayakan pengusaha kecil dan kalangan bawah, serta membina kepedulian agama kepada dhuafa secara berpola dan berkesinambungan dengan berlandaskan prinsip Syariah dan ridho Allah SWT².

BMT Sinar Amanah Boyolangu – Tulungagung terletak di Jalan Raya Boyolangu – Tulungagung (Depan Polsek Boyolangu). Lembaga keuangan ini berdiri di pusat Kecamatan Boyolangu tepatnya disebelah selatan pasar Boyolangu. Letak Lembaga keuangan ini sangat strategis, karena berada di jalur utama penghubung daerah Tulungagung dan di pusat keramaian Kecamatan Boyolangu. BMT Sinar Amanah Boyolangu – Tulungagung terletak di dekat pasar, dimana pasar merupakan tempat pertemuan orang-orang dalam memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari baik mereka berperan sebagai konsumen ataupun produsen (penjual dan pembeli). Keberadaan BMT Sinar Amanah Boyolangu – Tulungagung ini sangat memiliki potensi besar untuk masuk dalam aktifitas atau kegiatan masyarakat untuk membantu masyarakat yang merasa kesulitan dan membutuhkan modal baik untuk usaha maupun untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

² Ibid.,

1. Formulasi Promosi dalam Meningkatkan Jumlah Anggota BMT Sinar Amanah Boyolangu.

BMT Sinar Amanah Boyolangu merupakan bagian dari koperasi yang bekerja seperti bank, dalam melaksanakan kegiatan usahanya baik berupa penghimpunan dana maupun penyaluran dana. Dalam hal ini keberadaan BMT Sinar Amanah menjadi organisasi yang sah dan legal karena memiliki badan hukum yang jelas. Sebagai Lembaga keuangan Syariah, BMT Sinar Amanah harus berpedoman terhadap prinsip-prinsip Syariah. BMT Sinar Amanah mulai beroperasi dan bersama masyarakat berupaya membangun perekonomian masyarakat Kecil dan Menengah di Boyolangu Tulungagung agar menjadi lebih baik.

Dalam menjalankan suatu promosi pasti ada perencanaan terlebih dahulu, sama halnya dengan BMT Sinar Amanah Boyolangu. Sebelum melakukan promosi tentunya ada banyak perencanaan yang harus disusun agar penerapannya jelas dan tepat sasaran. Seperti yang dijelaskan oleh Niken Ayuningtyas sebagai teller dan staff marketing BMT Sinar Amanah Boyolangu sebagai berikut.

Perencanaan itu pasti ada, sebelum melakukan promosi kita harus merencanakan terlebih dahulu. Karena dengan adanya perencanaan ini dapat mempermudah pencarian sasaran promosi³.

³ Hasil wawancara dengan Niken Ayu Ningtyas, Teller dan marketing BMT Sinar Amanah Boyolangu, tanggal 27 November 2018, pukul 14.30

Dalam membuat perencanaannya BMT sangat memperhatikan hasil yang akan diperoleh, apakah dengan perencanaan ini BMT akan mendapat hasil yang sesuai atau tidak. Pihak BMT membuat perencanaan secara matang-matang dan juga sesuai dengan arti perencanaan itu sendiri. Sebagaimana yang telah dijelaskan oleh Pungky selaku Teller BMT Sinar Amanah Boyolangu sebagai berikut.

Formulasi promosi yang kita buat yaitu sesuai dengan arti perencanaan itu sendiri ya, kita benar-benar membuat perencanaan yang nantinya dapat menghasilkan perubahan pada hasil promosi⁴.

Setiap lembaga pasti memiliki cara atau strategi yang berbeda dalam mempromosikan produknya. Sebelum melakukan promosi sudah menjadi suatu keharusan untuk melakukan perencanaan. Adapun perencanaan strategi promosi pada BMT Sinar Amanah Boyolangu yaitu fokus pada kepuasan anggota, juga perencanaan tentang keberadaan peluang yang dapat di ambil, serta perencanaan investasi. Sebagaimana yang telah dijelaskan oleh Sigit Wicaksono sebagai pimpinan BMT Sinar Amanah Boyolangu berikut ini.

Dalam memformulasikan atau merencanakan strategi promosi kita harus fokus pada kepuasan anggota, dengan ini anggota akan

⁴ Hasil wawancara dengan Pungky, Teller BMT Sinar Amanah Boyolangu, tanggal 29 Januari 2019, pukul 13.02

lebih yakin dan percaya bahwa BMT Sinar Amanah ini benar-benar melayani masyarakat dengan penuh tanggungjawab⁵.

Selanjutnya BMT melakukan perencanaan identifikasi peluang, karena sebelum pihak marketing terjun langsung ke masyarakat, mereka harus mengetahui apa saja kebutuhan dari masyarakat itu sendiri. Seperti yang telah disampaikan oleh Sigit Wicaksono sebagai pimpinan BMT Sinar Amanah Boyolangu sebagai berikut.

Selanjutnya kami merencanakan peluang apa yang bisa kita ambil di masyarakat nantinya, agar kita juga mengetahui produk apa yang akan dipromosikan⁶.

Selain pernyataan diatas, Anang Budiono selaku staff Marketing juga mengungkapkan bahwa dalam memformulasikan promosi harus mengarah pada apa yang dibutuhkan masyarakat, dengan ini harus diadakannya identifikasi peluang. Sesuai dengan hasil wawancara dibawah ini:

Formulasi yang ada dalam BMT ini yaitu menerapkan perencanaan yang lebih mengarah pada apa yang dibutuhkan masyarakat dan peluang apa yang ada dalam masyarakat⁷.

Sejauh ini BMT Sinar Amanah Boyolangu berusaha melakukan perencanaan dengan baik, dengan memperhatikan peluang

⁵ Hasil wawancara dengan Sigit Wicaksono, Pimpinan BMT Sinar Amanah Boyolangu, tanggal 27 November 2018, pukul 14.00

⁶ Hasil wawancara dengan Sigit Wicaksono, Pimpinan BMT Sinar Amanah Boyolangu, tanggal 27 November 2018, pukul 14.00

⁷ Hasil wawancara dengan Anang Budiono, Marketig BMT Sinar Amanah Boyolangu, tanggal 29 Januari2019, pukul 13.30

yang muncul dimasyarakat juga ancaman yang dapat menggagalkan strategi promosi. Seperti yang telah disampaikan oleh Niken Ayu Ningtyas sebagai Teller sekaligus marketing BMT Sinar Amanah Boyolangu sebagai berikut.

Kita harus benar-benar mengetahui apa yang dibutuhkan masyarakat. Mengingat pesaing yang sangat banyak, kita harus pandai dalam membuat perencanaan strategi. Kita harus mengetahui peluang dan ancaman yang akan kita hadapi⁸.

Selain perencanaan identifikasi peluang, BMT Sinar Amanah Boyolangu juga melakukan perencanaan penciptaan nilai pasar dengan cara mengidentifikasi apakah anggota baru dapat memberi manfaat dan pengaruh bagi anggota lama atau tidak. Sesuai dengan yang telah dijelaskan oleh Anang Budiono sebagai staff Marketing BMT Sinar Amanah Boyolangu sebagai berikut.

Ya, kita menciptakan nilai bagi pemasar dengan mengidentifikasi apakah dengan adanya anggota baru dapat memberi manfaat dan pengaruh untuk anggota lama atau malah sebaliknya. Dengan cara tersebut kita bisa menciptakan nilai terhadap pemasar⁹.

Selain pernyataan dari Anang Budiono diatas, ada karyawan lain yang mengungkapkan hal yang sama yaitu Niken Ayu Ningtyas, disini

⁸ Hasil wawancara dengan Niken Ayu Ningtyas, Teller dan marketing BMT Sinar Amanah Boyolangu, tanggal 27 November 2018, pukul 14.30

⁹ Hasil wawancara dengan Anang Budiono, staff Marketing BMT Sinar Amanah Boyolangu, tanggal 29 Januari 2019, pukul 13.30

niken menjelaskan bahwa terdapat perencanaan identifikasi peluang dan penciptaan nilai bagi pemasar. Sesuai dijelaskan sebagai berikut:

Kita mengidentifikasi peluang yang ada dalam masyarakat, dan tentunya kita membuat perencanaan tentang penciptaan nilai pasar, apakah dengan adanya anggota baru dalam BMT dapat berpengaruh pada anggota lama¹⁰.

Perencanaan terakhir yang dilakukan BMT yaitu perencanaan investasi dan infrastruktur. Perencanaan ini bertujuan untuk pemenuhan kebutuhan BMT. Baik pemenuhan investasi maupun infrastruktur. Seperti yang telah dijelaskan oleh Anang Budiono sebagai staff marketing BMT Sinar Amanah Boyolangu sebagai berikut.

Perencanaan yang terakhir adalah perencanaan investasi dan infrastruktur. Perencanaan ini menyangkut lembaga dan perbaikan-perbaikan yang lainnya¹¹.

Hal yang sama juga diungkapkan oleh karyawan BMT Sinar Amanah lainnya, yaitu selain perencanaan identifikasi peluang dan penciptaan nilai pasar juga terdapat perencanaan investasi dan infrastruktur. Dimana perencanaan investasi dan infrastruktur adalah perencanaan penanaman aset dan perbaikan fasilitas lembaga. Seperti

¹⁰ Hasil wawancara dengan Niken Ayu Ningtyas, Teller dan marketing BMT Sinar Amanah Boyolangu, tanggal 27 November 2018, pukul 14.30

¹¹ Hasil wawancara dengan Anang Budiono, Marketig BMT Sinar Amanah Boyolangu, tanggal 29 Januari 2019, pukul 13.30

yang dijelaskan oleh Pungky sebagai teller BMT Sinar Amanah Boyolangu sebagai berikut:

Ya tentunya masih,kita juga melakukan perencanaan untuk investasi infrastruktur, kita mencoba merencanakan pemenuhan infrastuktur BMT Sinar Amanah ini¹².

Hasil wawancara tersebut adalah benar-benar diperoleh dari informan,berikut adalah gambar saat melakukan wawancara.

Gambar 3. Wawancara Teller BMT Sinar Amanah¹³

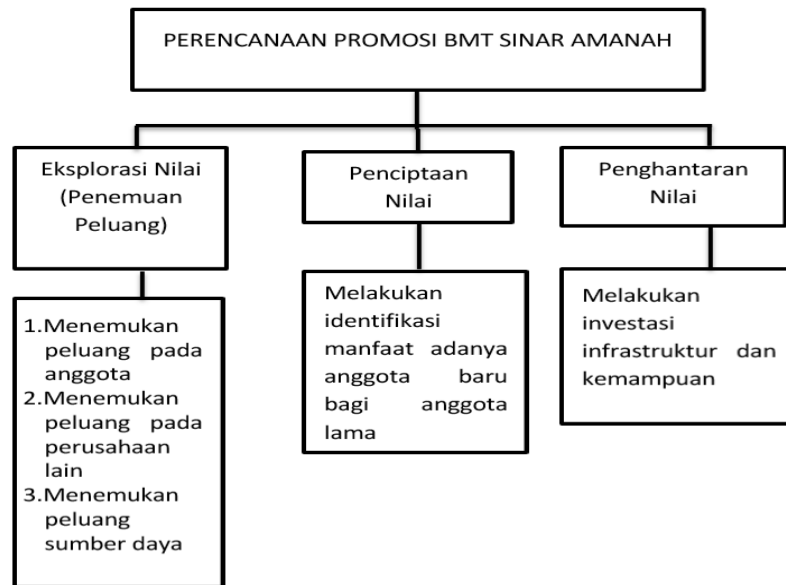


Sumber: Dokumentasi saat peneliti melakukan wawancara

Setelah peneliti melakukan observasi dapat diketahui bahwa BMT Sinar Amanah Boyolangu menggunakan perencanaan Holistik, pernyataan tersebut dapat diperkuat dengan adanya gambar dibawah ini.

¹² Hasil wawancara dengan Pungky, Teller BMT Sinar Amanah Boyolangu, tanggal 29 Januari 2019, pukul 13.02

¹³ Dokumentasi wawancara dengan karyawan BMT Sinar Amanah Boyolangu, tanggal 29 Januari 2019, pukul 13.02

Gambar 4. Perencanaan promosi BMT Sinar Amanah¹⁴

Sumber : data BMT Sinar Amanah Boyolangu

2. Penerapan Promosi dalam Meningkatkan Jumlah Anggota BMT Sinar Amanah Boyolangu

Aktivitas promosi merupakan proses komunikasi pemasaran yang dijalankan untuk memberikan informasi secara luas, memberi pengaruh, serta mengingatkan target pasar kepada perusahaan dan produk supaya mau menerima, melakukan pembelian dan loyal kepada barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan.

Banyak sekali tujuan dari strategi promosi dan juga harapan yang akan dicapai oleh suatu perusahaan atau lembaga keuangan, mengingat hal tersebut

¹⁴ Dokumentasi Perencanaan promosi BMT Sinar Amanah Boyolangu, tanggal 05 Februari 2019, pukul 11.45

pihak yang bersangkutan harus menerapkan semua rencana yang telah disusun dan melakukannya dengan sebaik mungkin. Dalam hal ini BMT Sinar Amanah Boyolangu juga memiliki banyak tujuan dan harapan dari promosi yang dilakukan.

Strategi promosi yang diterapkan yaitu sesuai dengan perencanaan yang telah dibuat sebelumnya, pihak marketing melakukan pendekatan dengan masyarakat agar mendapatkan informasi apa saja yang dibutuhkan masyarakat. Setelah pihak marketing terjun ke lapangan, mereka akan melakukan promosi dengan sebaik-baiknya agar masyarakat mau untuk diajak bergabung menjadi anggota BMT. Seperti yang telah dijelaskan oleh Sigit Wicaksono selaku pimpinan BMT Sinar Amanah Boyolangu berikut ini:

Pelaksanaan strategi promosi sesuai dengan formulasi strategi promosi, yaitu melakukan pendekatan pada masyarakat terlebih dahulu, terjun ke lapangan dan mencari tau apa saja yang dibutuhkan dan peluang yang ada di masyarakat masyarakat. Setelah mengetahui semuanya baru kita melakukan promosi dengan sebaik-baiknya, tidak bersifat memaksa tetapi kita mengajak masyarakat untuk bergabung menjadi anggota¹⁵.

Pernyataan yang sama juga disampaikan oleh karyawan BMT Sinar Amanah Boyolangu. Disini dijelaskan bahwa penerapan yang dilakukan oleh pihak BMT yaitu sesuai dengan perencanaan yang telah dibuat sebelumnya. Penerapan juga dilakukan sesuai prinsip syariah. Seperti yang dijelaskan oleh

¹⁵ Hasil wawancara dengan Sigit Wicaksono, pimpinan BMT Sinar Amanah Boyolangu, tanggal 27 November 2018, pukul 14.00 WIB.

Niken Ayu Ningtyas sebagai teller dan marketing BMT Sinar Amanah Boyolangu sebagai berikut.

Penerapan strategi promosi harus sesuai perencanaan yang dibuat dan juga sesuai dengan syariah, saat ini BMT sudah berusaha semaksimal mungkin untuk menjalankan promosi sesuai dengan aturan yang ada¹⁶.

Metode Strategi promosi yang digunakan BMT Sinar Amanah Boyolangu yaitu personal selling dimana staf marketing terjun langsung ke lapangan, melakukan promosi dari rumah ke rumah, mereka mencoba masuk ke dalam aktivitas masyarakat dan memperkenalkan produk-produk BMT secara perlahan kepada masyarakat. Penerapannya juga harus sesuai dengan azas koperasi dan prinsip syariah. Sesuai dengan penjelasan dari Anang Budiono sebagai staf marketing BMT Sinar Amanah Boyolangu berikut ini:

Selama ini metode promosi yang kami lakukan yaitu personal selling atau biasa disebut promosi pribadi dengan terjun langsung ke masyarakat. Penerapan strategi promosi juga harus berdasarkan asas koperasi dan berprinsip syariah¹⁷.

Selain pernyataan diatas, salah satu karyawan BMT juga menjelaskan hal yang sama yaitu metode promosi yang digunakan adalah personal selling atau biasa disebut dengan promosi yang langsung terjun ke masyarakat. Penerapan promosinya juga harus sesuai dengan prinsip syariah. Seperti

¹⁶ Hasil wawancara dengan Niken Ayu Ningtyas, Teller dan marketing BMT Sinar Amanah Boyolangu, tanggal 27 November 2018, pukul 14.30

¹⁷ Hasil wawancara dengan Anang Budiono, Marketing BMT Sinar Amanah Boyolangu, tanggal 29 Januari 2019, pukul 13.30

yang dijelaskan oleh Niken Ayu Ningtya¹⁸s sebagai teller dan marketing sebagai berikut.

Dalam penerapan promosi di BMT ini metode yang digunakan yaitu personal selling. Dalam penerapannya juga harus sesuai dengan syariah.

Sebagai staf marketing pasti banyak sekali hal yang harus dilakukan agar lembaganya dapat dikenal baik oleh masyarakat luas. Mereka tidak pernah berhenti untuk memikirkan cara apa yang akan digunakan untuk promosi. Pada BMT Sinar Amanah Boyolangu, banyak kegiatan yang dilakukan oleh staf marketing saat terjun ke lapangan seperti mulai memperkenalkan BMT kepada masyarakat, memperkenalkan produk dan sistem yang digunakan pada setiap produk, merek juga menjelaskan prinsip-prinsip yang dianut oleh BMT yaitu prinsip syariah. Seperti yang telah dijelaskan oleh Pungky sebagai Teller BMT Sinar Amanah Boyolangu sebagai berikut:

Pada saat dilapangan staf marketing memperkenalkan BMT kepada masyarakat, mulai dari menjelaskan tentang pengertian BMT, prinsip-prinsip yang diterapkan dan produk yang ada pada BMT, mereka juga berusaha menggali informasi dari masyarakat terkait dengan kebutuhan mereka dan apa harapan untuk lembaga keuangan syariah¹⁹.

Pernyataan yang sama juga dijelaskan oleh pimpinan BMT bahwa pada saat melakukan promosi staff marketing harus memperkenalkan profil BMT

¹⁸ Hasil wawancara dengan Niken Ayu Ningtyas, Teller dan marketing BMT Sinar Amanah Boyolangu, tanggal 27 November 2018, pukul 14.30

¹⁹ Hasil wawancara dengan Pungky, Teller BMT Sinar Amanah Boyolangu, tanggal 29 Januari 2019, pukul 13.02

terlebih dahulu, setelah itu pengenalan produk yang dimiliki oleh BMT. Seperti yang telah dijelaskan oleh Sigit Wicaksono selaku pimpinan BMT Sinar Amanah Boyolangu sebagai berikut.

Ya, pada saat promosi staff marketing harus memperkenalkan BMT terlebih dahulu agar dapat dikenal oleh masyarakat. Selanjutnya yaitu pengenalan produk yang dimiliki oleh BMT²⁰.

BMT Sinar Amanah Boyolangu benar – benar melakukan promosi dengan metode personal selling yaitu promosi yang langsung terjun ke masyarakat. Tujuan dari metode ini yaitu lebih mengenal masyarakat secara langsung. Sebagai bukti bahwa BMT Sinar Amanah Boyolangu menggunakan metode personal Selling dapat dilihat pada gambar dibawah ini.

²⁰ Hasil wawancara dengan Sigit Wicaksono, Pimpinan BMT Sinar Amanah Boyolangu, tanggal 27 November 2018, pukul 14.00

Gambar 5. Dokumentasi promosi personal selling



Sumber: Dokumentasi peneliti saat melakukan observasi

Berdasarkan observasi yang dilakukan oleh peneliti dapat diketahui bahwa dengan seiring berjalannya waktu metode personal selling dapat membuahkan hasil dengan bertambahnya anggota BMT dari waktu ke waktu, yang awalnya hanya beberapa orang sekarang menjadi puluhan orang. Berikut gambar yang dapat membuktikan bahwa anggota BMT Sinar Amanah mulai meningkat sejak dibelakukannya strategi promosi menggunakan metode personal selling.

Gambar 6. Jumlah anggota BMT Sinar Amanah Boyolangu²¹

Jumlah Anggota BMT Sinar Amanah Boyolangu per tahun

Tahun	Jumlah Anggota		
	Pembiayaan	Tabungan	Deposito
2015	310	21	15
2016	325	19	13
2017	315	20	17
2018	350	26	20

Sumber: Data di BMT Sinar Amanah Boyolangu

Dengan adanya promosi yang langsung mendatangi rumah-rumah masyarakat mengakibatkan semakin dekatnya hubungan BMT dengan masyarakat. Hal ini akan memberikan dampak yang positif bagi pihak BMT. Sejauh ini BMT mencoba untuk menjaga hubungan baik dengan anggota. Jika ada kendala atau terjadi masalah maka pihak BMT siap untuk membantu mereka. Seperti yang telah dijelaskan oleh Niken Ayu Ningtyas sebagai teller dan marketing BMT Sinar Amanah Boyolangu sebagai berikut.

Hubungan BMT dengan anggota itu harus selalu dijaga, jika anggota mengalami kendala maka BMT akan mencoba membantu, kita berperan sebagai mitra. Selalu menjaga dan menguatkan hubungan agar kerjasama dapat berlangsung dengan baik²².

²¹ Dokumentasi Peningkatan jumlah anggota BMT Sinar Amanah Boyolangu, tanggal 05 Februari 2019, pukul 11.30

²² Hasil wawancara dengan Niken Ayu Ningtyas, staff Marketing BMT Sinar Amanah Boyolangu, tanggal 27 November 2018, pukul 14.30 WIB

Sekarang ini masih banyak lembaga keuangan syariah yang belum benar-benar syariah, karena masih banyak transaksi-transaksi yang melanggar aturan syariah yang sebenarnya. Misal pada saat promosi ke masyarakat pihak marketing memperkenalkan lembaganya tidak sesuai dengan kenyataan dan bahkan melebih-lebihkan agar masyarakat tertarik. Hal tersebut sudah termasuk dalam pelanggaran prinsip syariah.

Dalam BMT Sinar Amanah Boyolangu penerapan sesuai prinsip syariah sangat ditekankan dan sudah menjadi suatu keharusan semua staf untuk menghindari transaksi yang melanggar syariah. Sebagaimana telah dijelaskan oleh Niken Ayu Ningtyas sebagai Teller dan staf marketing BMT Sinar Amanah Boyolangu:

Misalnya pada saat staf marketing terjun ke lapangan, mereka harus tetap menjaga kejujuran mereka, menjelaskan tentang BMT dengan sejujurnya dan sesuai keadaan, tidak melebihkan kualitas dari BMT, tidak memaksa calon anggota untuk bergabung menjadi anggota BMT²³.

Setiap perusahaan pasti memiliki staff marketing, seperti halnya dengan BMT Sinar Amanah ini juga mempunyai staff marketing. Disini yang menjadi staf marketing hanya beberapa orang saja tetapi dibantu oleh karyawan lainseperti AO, Administrasi, Teller dan karyawan lainnya. Mereka harus ikut membantu tugas maketing agar kegiatan promosi dapat berjalan dengan

²³ Hasil wawancara dengan Niken Ayu Ningtyas, staff Marketing BMT Sinar Amanah Boyolangu, tanggal 27 November 2018, pukul 14.30 WIB

maksimal. Seperti yang telah dijelaskan oleh Sigit Wicaksono selaku pimpinan BMT Sinar Amanah Boyolangu sebagai berikut.

Disini yang menjadi staff marketing yaitu semua, meliputi manager, staf marketing sendiri, AO, Administrasi dan kasir. Jika bertemu dengan saudara,teman atau sedang berada dilapangan,mereka juga harus mempromosikan tentang BMT. Para anggota juga menjelaskan pengalaman mereka selama menjadi anggota BMT kepada masyarakat atau calon anggota hal ini juga bisa membantu untuk perekrutan anggota baru²⁴.

Di dalam melakukan sesuatu pasti ada kendala-kendala yang harus dihadapi, dalam kegiatan promosi ini kendala yang harus dihadapi yaitu minimnya pengetahuan masyarakat tentang lembaga keuangan syariah. Mereka masih saja menyamakan lembaga keuangan syariah dengan konvensional. Jadi pihak marketing harus selalu menjelaskan perbedaannya. Sebagaimana yang telah dijelaskan oleh Niken Ayu Ningtyas sebagai Teller dan staff marketing BMT Sinar Amanah berikut ini.

Pada saat melakukan promosi pastinya terjadi kendala, nah kalau disini kendalanya yaitu masyarakat belum bisa membedakan antara lembaga keuangan syariah dengan konvensional. Pada saat promosi ke masyarakat seringkali mereka menolak dan tidak mau mendengarkan penjelasan kita²⁵.

3. Evaluasi Strategi Promosi dalam Upaya Peningkatan Jumlah Anggota BMT Sinar Amanah Boyolangu

²⁴ Hasil wawancara dengan Sigit Wicaksono, Pimpinan BMT Sinar Amanah Boyolangu, tanggal 27 November 2018, pukul 14.00 WIB

²⁵ Hasil wawancara dengan Niken Ayu Ningtyas, staff Marketing BMT Sinar Amanah Boyolangu, tanggal 27 November 2018, pukul 14.30 WIB

Evaluasi strategi merupakan tahap akhir dalam manajemen strategis. Para manajer sangat perlu mengetahui kapan strategi tertentu tidak berfungsi dengan baik. Evaluasi selalu dilakukan pada setiap perusahaan untuk mengetahui apakah pelaksanaannya menjadi lebih baik atau sebaliknya.

Pada BMT Sinar Amanah Boyolangu evaluasi merupakan hal yang sangat penting untuk dilakukan. Evaluasi ini bertujuan untuk mengetahui apa saja hal yang perlu dibenahi dan hal yang perlu ditingkatkan. Sesuai yang dijelaskan oleh Sigit Wicaksono selaku pimpinan BMT Sinar Amanah Boyolangu:

Evaluasi merupakan hal yang penting dalam lembaga atau perusahaan, dengan adanya evaluasi kita dapat mengetahui apa saja yang perlu kita benahi dan yang perlu kita tingkatkan. Dalam BMT ini kita selalu melakukan evaluasi dalam berbagai hal²⁶.

Pernyataan yang sama juga disampaikan oleh salah satu karyawan BMT. Disini dijelaskan bahwa evaluasi merupakan hal yang wajib untuk dilakukan. Dengan evaluasi ini pihak BMT dapat mengetahui apa saja yang kurang dan perlu untuk diperbaiki. Seperti yang telah dijelaskan oleh Anang Budiono sebagai staff marketing BMT Sinar Amanah Boyolangu sebagai berikut.

Evaluasi adalah hal yang wajib dilakukan, karena dengan adanya evaluasi kita dapat mengetahui apa yang perlu dibenahi dan yang perlu ditingkatkan²⁷.

²⁶ Hasil wawancara dengan Sigit Wicaksono, Pimpinan BMT Sinar Amanah Boyolangu, tanggal 27 November 2018, pukul 14.00 WIB

²⁷ Hasil wawancara dengan Anang Budiono, Pimpinan BMT Sinar Amanah Boyolangu, tanggal 29 Januari 2019, pukul 13.30 WIB

BMT Sinar Amanah Boyolangu melakukan evaluasi secara berkala, jika terjadi kekurangan maka akan segera terdeteksi dan lembaga akan mencari cara untuk melakukan perbaikan. Seperti yang telah dijelaskan oleh Niken Ayu Ningtyas sebagai teller dan marketing BMT Sinar Amanah Boyolangu sebagai berikut.

Kita melakukan evaluasi secara berkala, karena dengan evaluasi berkala kita bisa mengetahui apa saja hal yang masih membutuhkan perbaikan²⁸.

Pada setiap evaluasi pastinya banyak hal yang dibahas, seperti perencanaannya, pelaksanaannya dan hasil yang diperoleh. Tidak jarang dalam proses evaluasi banyak dijumpai masalah yang muncul. Dalam hal ini kita diwajibkan untuk berfikir lebih keras lagi agar mendapatkan jalan keluar dari masalah tersebut.

Dalam evaluasi BMT Sinar Amanah Boyolangu juga banyak hal yang dibahas. Yang pertama yaitu, menentukan sasaran evaluasi, dengan ini evaluasi dapat terfokus pada satu pembahasan. Selanjutnya yaitu evaluasi tentang perencanaan, disini evaluasi dilakukan untuk mengetahui apakah perencanaan yang telah dibuat sudah sesuai dengan penerapannya atau belum. Juga evaluasi pada penerapam apakah sudah maksimal atau belum. Dan selanjutnya evaluasi setelah penerapan. Sebagaimana telah dijelaskan oleh

²⁸ Hasil wawancara dengan Niken Ayu Ningtyas, Teller dan marketing BMT Sinar Amanah Boyolangu, tanggal 27 November 2018, pukul 14.30 WIB

Niken Ayu Ningtyas sebagai Teller dan marketing BMT Sinar Amanah Boyolangu:

Dalam proses evaluasi kita harus menemukan sasaran terlebih dahulu, apa yang sangat penting untuk dievaluasi. Kita disini mengevaluasi banyak hal yang pertama yaitu evaluasi tentang perencanaannya, apakah perencanaan sudah sesuai dengan penerapan atau belum. Yang kedua yaitu penerapannya, apakah penerapannya sudah maksimal atau belum, yang ketiga adalah evaluasi setelah penerapan²⁹.

Evaluasi merupakan hal yang tidak asing lagi bagi suatu lembaga atau perusahaan. Disini BMT Sinar Aman juga melakukan evaluasi dalam kegiatan promosinya. Evaluasi dilakukan pada perencanaan, apakah perencanaan bisa direrapkan dgn baik atau tidak. Selanjutnya yaitu evaluasi pada saat penerapan promosi, disini dapat dilihat apakah penerapan promosi dapat membuahkan hasil ya bagus atau sebaliknya. Evaluasi terakhir dilakukan pada saat setelah penerapan hal ini dilakukan agar dapat mengetahui apakah setelah diadakannya promosi dapat meningkatkan jumlah anggota atau tidak. Seperti yang telah dijelaskan oleh Pungky sagai teller BMT Sinar Amanah Boyolangu sebagai berikut.

Ada banyak hal yang perlu kita evaluasi yaitu evaluasi tentang perencanaannya, apakah perencanaan sudah sesuai dengan penerapan atau belum. Yang kedua yaitu penerapannya, apakah penerapannya

²⁹ Hasil wawancara dengan Niken Ayu Ningtyas, teller dan marketing BMT Sinar Amanah Boyolangu, tanggal 27 November 2018, pukul 14.30 WIB

sudah maksimal atau belum, yang ketiga adalah evaluasi setelah penerapan³⁰.

Ada banyak poin-poin yang harus dibahas dalam setiap evaluasi. Seperti halnya dalam evaluasi penerapan promosi, disini hal yang dievaluasi yaitu apakah penerapan promosi sudah maksimal atau belum. Juga mengevaluasi apakah ada peningkatan akibat promosi tersebut. Serta penghitungan biaya dan media yang digunakan apakah sudah sesuai atau belum. Seperti yang telah dijelaskan oleh Anang Budiono sebagai staff marketing BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung sebagai berikut.

Kita mengevaluasi apakah dengan adanya perapan promosi dapat mencapai tujuan dengan maksimal. Kita juga mengevaluasi promosi tahun ini dengan tahun sebelumnya apakah strategi promosi yang dlakukan lebih baik atau sebaliknya. Juga dalam penghitungan keuangan sudah benar apa belum. Pemilihan media juga diperhitungkan³¹.

Pernyataan diatas diperoleh dari hasil wawancara dengan sakah satu karyawan BMT Sinar Amanah Boyolangu, seperti yang terlihat pada gambar dibawah ini.

³⁰ Hasil wawancara dengan Pungky, Teller BMT Sinar Amanah Boyolangu, tanggal 29 Januari 2019, pukul 13.02 WIB

³¹ Hasil wawancara dengan Anang Budiono, BMT Sinar Amanah Boyolangu, tanggal 29 Januari 2019, pukul 13.30 WIB

Gambar 7. Wawancara staff marketing BMT Sinar Amanah³²



Sumber: Dokumentasi saat peneliti melakukan wawancara

Salah satu karyawan BMT juga menyampaikan bahwa pada evaluasi penerapan promosi pihak BMT mengevaluasi apakah sistem yang diterapkan sudah baik atau belum. Jika promosi sudah maksimal maka akan tetap dipertahankan dan ditingkatkan dan sebaliknya, jika promoai yang dilakukan tidak memberikan hasil maka pihak BMT harus segera memperbaikinya. Seperti yang dijelaskan oleh Niken Ayu Ningtyas sebagai berikut.

Pada evaluasi penerapan ini kita mengevaluasi apakah penerapannya sudah maksimal atau belum, jika masih belum maksimal maka pihak BMT harus memperbaikinya³³.

Pernyataan yang sama juga disampaikan oleh pimpinan BMT, disini beliau menjelaskan bahwa evaluasi yang dilakukan yaitu evaluasi penerapan pomosi, evaluasi tentang perhitungan biaya untuk promosi dan media yang

³² Dokumentasi wawancara dengan karyawan BMT Sinar Amanah Boyolangu, tanggal 29 Januari 2019, pukul 13.30

³³ Hasil wawancara dengan Niken Ayu Ningtyas, Teller dan marketing BMT Sinar Amanah Boyolangu, tanggal 27 November 2018, pukul 14.30 WIB

digunakan. Apakah media tersebut sudah memenuhi kriteria yang telah ditentukan atau sebaliknya, seperti yang telah dijelaskan oleh Sigit Wicaksono sebagai pimpinan BMT Sinar Amanah Boyolangu sebagai berikut.

Ya, kita mengevaluasi apakah promosi yang dilakukan sudah maksimal, apakah perhitungan biaya untuk promosi dan media yang digunakan sudah benar dan bagus³⁴.

Selain evaluasi penerapan, juga dilakukan evaluasi input dan output yang diperoleh BMT, dengan evaluasi keseimbangan input dan output dapat diketahui perkembangan BMT. Selanjutnya yaitu evaluasi keuntungan dan kerugian, disini BMT melakukan pengecekan apakah setelah adanya stratei promosi ini dapat memperoleh keuntungan atau kerugian. Seperti yang telah dijelaskan oleh Pungky sebagai Teller BMT Sinar Amanah Boyolangu sebagai berikut.

Setelah penerapan ada banyak hal yang harus dievaluasi, yaitu tentang input dan output, apakah seimbang atau tidak yang kedua yaitu evaluasi keuntungan dan kerugian setelah adanya promosi tersebut³⁵.

Banyak yang harus dievaluasi pasca penerapan diantaranya yaitu, evaluasi pada bagian keuangan. Selanjutnya dilakukan evaluasi kebijakan, pihak BMT harus selalu meningkatkan kemampuan mereka. Jika karyawan tidak melakukan promosi dengan sungguh-sungguh maka kegiatan promosi ini

³⁴ Hasil wawancara dengan Sigit Wicaksono, Pimpinan BMT Sinar Amanah Boyolangu, tanggal 27 November 2018, pukul 14.00 WIB

³⁵ Hasil wawancara dengan Pungky, Teller BMT Sinar Amanah Boyolangu, tanggal 29 Januari 2019, pukul 13.02 WIB

akan mengalami kegagalan dan tentunya pihak BMT akan merugi. Semua karyawan BMT juga harus mematuhi kebijakan yang telah dibuat oleh BMT. Seperti yang dijelaskan oleh Niken Ayu Ningtyas sebagai teller dan marketing BMT Sinar Amanah Boyolangu sebagai berikut.

kita mengevaluasi pada bagian keuangan, apakah meningkat atau justru mengalami penurunan. Serta evaluasi kebijakan, kita harusnya selalu meningkatkan kemampuan dan harus tegas pada kebijakan yang telah dibuat sebelumnya³⁶.

Berdasarkan hasil observasi yang peneliti lakukan, BMT Sinar Amanah Boyolangu melakukan evaluasi secara berkala. Berikut adalah gambar yang diambil saat evaluasi.

Gambar 8. Evaluasi promosi BMT Sinar Amanah³⁷



Sumber: Data BMT Sinar Amanah Boyolangu

³⁶ Hasil wawancara dengan Niken Ayu Ningtyas, Teller dan marketing BMT Sinar Amanah Boyolangu, tanggal 27 November 2018, pukul 14.30 WIB

³⁷ Hasil observasi Evaluasi BMT Sinar Amanah Boyolangu, tanggal 05 Februari 2019, pukul 11.50

B. Temuan Penelitian

Temuan Hasil Penelitian disajikan oleh peneliti sesuai dengan fokus pembahasan.

1. Formulasi Promosi dalam Meningkatkan Jumlah Anggota BMT Sinar

Amanah Boyolangu.

Setelah melakukan wawancara dan observasi dapat diketahui bahwa BMT Sinar Amanah Boyolangu merupakan suatu lembaga keuangan syariah yang patuh terhadap aturan syariah. BMT ini juga sangat memperhatikan perencanaan strategi promosi yang akan digunakan. Pihak BMT memfokuskan perencanaan strategi promosinya sesuai dengan kepuasan masyarakat.

Sesuai dengan paparan data diatas peneliti menemukan formulasi promosi yang diterapkan BMT Sinar Amanah Boyolangu yaitu perencanaan Holistik, yang termasuk dalam perencanaan holistik yaitu, identifikasi terkait apa yang bisa menjadi peluang dimasyarakat dan apa yang dibutuhkan masyarakat. Selanjutnya yaitu perencanaan penciptaan nilai bagi pemasar. Dan yang terakhir yaitu perencanaan investasi,perbaikan kualitas infrastruktur BMT dan ketrampilan yang dimiliki oleh para karyawan BMT.

2. Penerapan Promosi dalam Meningkatkan Jumlah Anggota BMT Sinar

Amanah Boyolangu

Dari paparan data diatas peneliti menemukan metode promosi yang sering digunakan oleh BMT Sinar Amanah Boyolangu yaitu metode personal selling yang bertujuan untuk menarik para calon anggotanya. Karena menurut pihak BMT dengan menggunakan metode ini, masyarakat akan lebih menerima kehadiran BMT di lingkungannya, disini juga akan tercipta suasana kekeluargaan karena pihak BMT dengan ikhlas mengunjungi rumah-rumah masyarakat dan menawarkan produk yang dibutuhkan oleh masyarakat.

Peneliti juga menemukan kendala yang akan menghambat kegiatan promosi, yaitu minimnya pengetahuan masyarakat tentang Lembaga Keuangan Syariah.

3. Evaluasi Promosi Dalam Upaya Peningkatan Jumlah Anggota BMT Sinar Amanah Boyolangu

Dari hasil wawancara dan observasi diatas peneliti menemukan bahwa BMT Sinar Amanah Boyolangu selalu melakukan evaluasi secara berkala . Evaluasi ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui hal-hal yang perlu diperbaiki dan yang perlu dimaksimalkan.

BMT Sinar Amanah Boyolangu mengevaluasi tentang penerapan strategi promosi, dalam hal ini pihak BMT mengukur apakah penerapannya sudah sesuai dengan perencanaan yang dibuat sebelumnya. Disini juga dilakukan evaluasi tentang kebenaran perhitungan keuangan

dan juga pemilihan media. Jika penerapannya tidak sesuai maka BMT masih gagal dalam penerapan promosi.

Selanjutnya yaitu dilakukan evaluasi setelah penerapan promosi. Hal – hal yang dievaluasi yaitu input dan output yang diperoleh BMT,dengan evaluasi keseimbangan input dan output dapat diketahui perkembangan BMT. Selanjutnya yaitu evaluasi keuntungan dan kerugian, disini BMT melakukan pengecekan apakah setelah adanya strategi promosi ini dapat memperoleh keuntungan atau kerugian.