

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Paparan Data

1. Letak Geografis Objek Penelitian

BMT Rizwa Rejotangan Tulungagung beralamat di Jalan Masjid No.29 Buntaran, Rejotangan, Tulungagung. Bangunan yang berada satu wilayah dengan MI Manba'ul U'lum milik yayasan Al-Huda Rejotangan. Kantor BMT Rizwa berada di Jalan Masjid no 29, Jatisari, Buntaran, Rejotangan, Tulungagung.

2. Sejarah Perkembangan BMT Rizwa Tulungagung

Berdirinya lembaga keuangan syariah BMT Rizwa Desa Buntaran, Rejotangan, Tulungagung dimulai dari sebuah lembaga pendidikan yakni MI Manbaul 'Ulum yang dinaungi oleh Yayasan Al-Huda. Yang pada mulanya berusaha untuk memenuhi sarana prasaran lingkup sekolah dalam bidang teknologi keuangan. BMT Rizwa lahir pada tahun 2010 dibawah dukungan Bapak A. Mahrus Ali, S.Pd. Lahirnya lembaga keuangan syariah BMT Rizwa ini juga didukung diskusi dengan para ahli dalam bidang ekonomi syariah seperti para ahli dari Pesantren Sidogiri, yang telah memberikan tambahan informasi mengenai *Baitul Maal Wa Tamwil* dan juga sosialisasi dari PINBUK (Pusat Inkubasi Bisnis Usaha Kecil).

Akhirnya lewat keyakinan serta tekad diketuai oleh Kepala Sekolah MI Manbaul 'Ulum Bapak A. Makrus Ali, S.Pd.I. memutuskan untuk memulai pendirian sebuah Lembaga Keuangan Syariah untuk mengangkat dan lebih memajukan teknologi dari Madrasah serta dapat membantu mengembangkannya menjadi sebuah Lembaga Keuangan Syariah yang semakin maju, yang dapat membantu masyarakat kalangan ekonomi ke bawah dari jeratan ekonomi ribawi.

Pada awal operasionalnya di tahun 2010 BMT Rizwa masih menggunakan nama serta sistem non syariah, yakni KSP / Koperasi Simpan Pinjam, dengan sistem keuangan konvensional. Saat itu KSP telah memiliki pangsa pasar pada lingkup organisasi pendidikan, dengan menyediakan pelayanan pengelolaan keuangan dari organisasi pendidikan MI Manbaul 'Ulum, seperti transaksi penerimaan SPP siswa MI, Pembayaran buku serta transaksi lain berhubungan dengan keuangan Madrasah dengan sistem manual. KSP tersebut menjalankan usaha dengan modal awal sebesar Rp. 40.000.000,00-, dengan salah satu strategi pemasaran yang mendukung, yakni mempromosikan produk-produk yang ada kepada para wali murid siswa-siswi MI Manbaul 'Ulum.

Dua tahun setelah pendirian, KSP mengembangkan produknya dengan menawarkan produk baru yakni berupa produk Simpan Pinjam. kemudian juga diikuti produk-produk lainnya, yakni simpan pinjam dan juga pinjaman berbasis sistem konvensional. Seiring perkembangannya,

lembaga meninggalkan sistem konvensional yang mengandung transaksi ribawi, dan beralih sistem menjadi Lembaga Keuangan Syariah pada tahun 2014 dengan nama “*Baitul Maal Wa Tamwil Rizqon Wasiān / BMT Rizwa*”.

Di tahun 2015 BMT Rizwa beralih kepengurusan di bawah pimpinan *General Manager* Bapak Muhlis Prasetya, S.Pd merubah sistem teknologi keuangan BMT yang awalnya manual menjadi teknologi berbasis komputer. Dengan produk yang berkembang sampai saat ini, dimana Produk Simpanan menawarkan lima macam produk yakni Simpanan Masyarakat Syariah, Simpanan Berjangka, Simpanan Pendidikan, Simpanan Qurban dan Aqiqah, dan Simpanan Hari Raya. Pada produk pembiayaan BMT Rizwa menawarkan Pembiayaan Modal Usaha Berkah, Pembiayaan Barang Elektronik, Pembayaran Kendaraan Bermotor, Pembiayaan Multi Jasa Barokah, dilengkapi dengan beberapa macam pembayaran serta pembelian seperti Listrik Pra dan Pasca bayar, Pulsa Handphone, BPJS Kesehatan, Telkom dan Speedy, Angsuran Kendaraan Bermotor, TV Berlangganan, PDAM seluruh Indonesia.¹

3. Visi dan Misi

Visi :

- a. Terbangunnya ekonomi umat dengan landasan Syariah Islam, Pancasila, dan Undang - Undang Dasar 1945.

¹ Bapak Muhlis Presetiya, Wawancara *General Manager* BMT Rizwa Tulungagung (Di kantor BMT Rizwa), 25 Mei 2019

- b. Terwujudnya budaya *ta'awun* (membantu sesama umat) dalam kebaikan dan ketakwaan di bidang sosial ekonomi.

Misi :

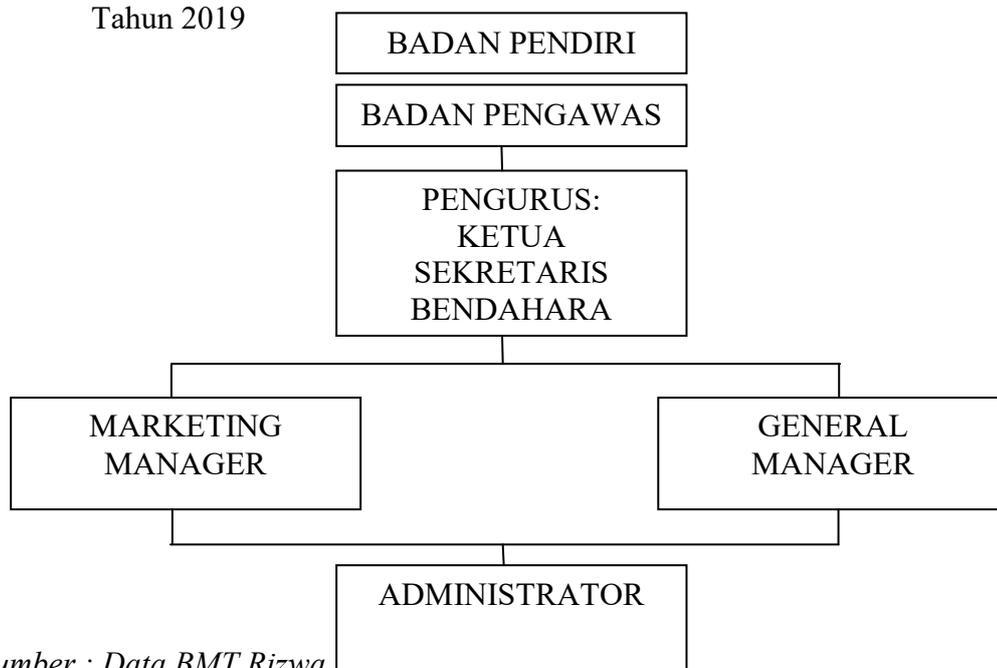
- a. Menerapkan dan memasyarakatkan Syariah Islam dalam aktivitas ekonomi.
- b. Menanamkan pemahaman bahwa sistem syariah di bidang ekonomi adalah adil, mudah, berkah dan maslahah.
- c. Meningkatkan kesejahteraan umat dan anggota.
- d. Melakukan aktivitas ekonomi dengan budaya *Shiddiq/Jujur, Tabligh/Komunikatif, Amanah/Dipercaya, Fatonah/Profesional*.

Moto : BMT Rizwa Solusi Mudah Usaha Berkah

4. Struktur Pengurus dan Pengelola BMT Rizwa Tulungagung

Struktur Pengurus Dan Pengelola BMT Rizwa Rejotangan Tulungagung

Tahun 2019



Sumber : Data BMT Rizwa

Nama Struktur Pengurus dan Pengelola BMT Rizwa Rejotangan Tulungagung:

Tabel 4.1

Struktur Organisasi BMT Rizwa Tulungagung

JABATAN	NAMA
Badan Pendiri	<ul style="list-style-type: none"> - A.Mahrus Ali, S.Pd.I - Zamroji, S.Pd - H. Suyanto
Badan Pengawas	<ul style="list-style-type: none"> - Zamroji, S.Pd - H. Suyanto
Ketua	<ul style="list-style-type: none"> - Mahrus Ali, S.Pd.I
Sekretaris	<ul style="list-style-type: none"> - Dwi Nur Wahyudi, S.S
Bendahara	<ul style="list-style-type: none"> - Kofifah, S.Pd.I
General Manager	<ul style="list-style-type: none"> - Muhlis Prasetya, S.Pd
Marketing Manager	<ul style="list-style-type: none"> - Alif Syaichu Rohman, S.Pd.I
Marketing	<ul style="list-style-type: none"> - Zaki Fahrudin
Administrator	<ul style="list-style-type: none"> - Hidayatul Marom - Nurus Sa'adah, S.Pd.I

Sumber : Data BMT Rizwa

5. Produk dan Layanan BMT Rizwa Tulungagung

Adapun produk yang tersedia di BMT Rizwa Manba'ul Ulum Rejotangan, yaitu:²

A. Produk Simpanan

Simpanan di BMT Rizwa merupakan investasi yang mudah dengan bagi hasil yang menguntungkan.

Keuntungan bagi penabung adalah:

- 1) Aman dan transparan
- 2) Transaksi mudah dan sesuai syariah
- 3) Bagi hasil menguntungkan dan halal
- 4) Tanpa biaya administrasi bulanan
- 5) Ikut menabung sesama ummat (*ta'awun*)

Akad: tabungan diakad berdasarkan prinsip syariah *mudharabah* dan wadiah.

a. SIMASYA (Simpanan Masyarakat Syariah).

Simpanan untuk masyarakat umum yang dapat disetor dan diambil sewaktu-waktu dengan menggunakan akad *wadiah yad addlamanah/qardh* atau *mudharabah mutlhaqah*. Dengan nisbah 35% anggota : 65% BMT.

Persyaratan Simpanan Masyarakat Syariah:

- Fotocopy Kartu Identitas (KTP/SIM)
- Mengisi formulir pengajuan simpanan

² Brosur BMT Rizwa Tulungagung

- Setoran awal minimal Rp. 30.000,-
- Setoran berikutnya minimal Rp. 10.000,-
- Administrasi pembukaan tabungan Rp. 5.000,-

b. SIDIK (Simpanan Lembaga dan Pendidikan)

Layanan penyimpanan dana yang diperuntukkan bagi Lembaga/Organisasi dan pelajaran guna menghimpun dana tabungan siswa dengan akad *wadiah yadh adhamanah*. Dengan nisbah 30% anggota : 70% BMT.

Persyaratan Simpanan Lembaga dan Pendidikan:

- Fotocopy KTP/ SIM/ akta kelahiran/ kartu keluarga
- Setoran awal minimal Rp. 25.000,-
- Setoran berikutnya minimal Rp. 1.000,-
- Administrasi pembukaan tabungan Rp. 5.000,-

**Pembukaan rekening Tabungan Pelajar Sidik bisa kolektif dari sekolah.*

c. SIMBAH (Simpanan Qurban dan Aqiqah)

Simpanan untuk membantu dan memudahkan anggota dalam merencanakan ibadah qurban dan aqiqah. Dengan nisbah 40% anggota : 60% BMT.

Ketentuan Simpanan Qurban dan Aqiqah:

- Memiliki rekening SIMASYA
- Setoran awal minimal Rp. 100.000,-
- Setoran berikutnya minimal Rp. 50.000,-

- Saldo setelah penarikan simpanan minimal Rp. 0,-
- Hanya dapat melakukan penarikan pada saat akan melakukan ibadah qurban atau aqiqah.

d. SAHARA (Simpanan Hari Raya)

Simpanan rencana untuk membantu memenuhi kebutuhan hari raya idul fitri. Dengan nisbah 40% anggota : 60% BMT.

Ketentuan Simpanan Hari Raya:

- Memiliki rekening SIMASYA
- Setoran awal minimal Rp. 50.000,-
- Setoran berikutnya minimal Rp. 50.000,-
- Saldo setelah penarikan simpanan minimal Rp. 0,-
- Penarikan simpanan dapat dilakukan paling awal 10 hari sebelum hari Raya Idul Fitri.

e. SIMKA (Simpanan Berjangka/Deposito)

Simpanan ini bisa ditarik berdasarkan jangka waktu yang telah disepakati yaitu 3 bulan, 6 bulan, 9 bulan atau 12 bulan dengan akad *Mudharabah*.

Keuntungan Bagi Mitra:

- Sama dengan keuntungan bagi mitra penabung
- Bisa dijadikan jaminan pembiayaan
- SIMKA dapat diperpanjang otomatis pada saat jatuh tempo/
Automatic Roll Over (ARO)
- Tanpa biaya administrasi bulanan

- Nisbah (*proporsi*) bagi hasil lebih besar daripada jenis simpanan yang lain.

Nisbah (*proporsi*) bagi hasil anggota : BMT

- 3 Bulan 42% : 58%
- 6 Bulan 45% : 55%
- 9 Bulan 48% : 52%
- 12 Bulan 50% : 50%

Syarat dan Ketentuan SIMKA:

- Mengisi formulir permohonan pembukaan SIMKA
- Memiliki rekening SIMASYA
- Fotocopy identitas diri atau Kartu Keluarga (KK)
- Setoran minimal Rp. 10.000.000,-
- Materai Rp. 6.000,- (disediakan BMT)

B. Produk Pembiayaan

1. Pembiayaan Modal Usaha Berkah

Pilihan Cerdas Meraih Usaha Berkah, Adalah fasilitas pembiayaan modal kerja bagi anggota yang mempunyai usaha mikro dan kecil.

Akad Pembiayaan:

- Akad yang digunakan adalah akad yang berbasis bagi hasil (Mudharabah/Musyarakah) atau jual beli (Murabahah)
- Akad mudharabah adalah bentuk kerjasama antara BMT dan anggota dimana BMT (*shahibul maal*) menyediakan

seluruh (100%) modal, sedangkan anggota menjadi pengelola (*mudharib*) dengan pembagian hasil sesuai kesepakatan

- c. Akad musyarakah adalah akad kerja sama usaha patungan antara BMT dan anggota sebagai pemilik modal (*syarik/shahibul maal*) untuk membiayai suatu jenis usaha yang halal dan produktif dengan pembagian hasil sesuai kesepakatan
- d. Akad murabahah adalah akad jual beli antara BMT dan anggota, dimana BMT membeli barang yang dibutuhkan oleh anggota dan menjualnya kepada anggota sebesar harga pokok ditambah dengan keuntungan yang disepakati.

Keuntungan dan Manfaat:

- a. Membantu anggota untuk memenuhi kebutuhan modal usaha dengan sistem yang mudah, adil dan maslahah
- b. Anggota bisa sharing risiko dengan BMT sesuai dengan pendapatan riil usaha anggota
- c. Terbebas dari Riba dan Haram

Ketentuan:

- a. Jenis pembiayaan adalah pembiayaan modal usaha komersial mikro dan kecil
- b. Peruntukan pembiayaan adalah perorangan atau badan usaha

- c. Jangka waktu pembiayaan maksimal 36 bulan
- d. Maksimum plafon pembiayaan sampai dengan Rp 20 juta
- e. Biaya administrasi Rp. 20.000,00 – Rp. 50.000,00 (materai, surat menyurat, dll)

Persyaratan:

- a. Anggota harus membuat laporan penggunaan dana setiap 1 (satu) bulan (khusus untuk akad yang berbasis bagi hasil)
- b. Usaha sudah berjalan minimal 1 tahun
- c. Menyerahkan laporan perhitungan hasil usaha 3 bulan terakhir
- d. Menyerahkan Dokumen yang diperlukan pada saat pencairan dana:
 - 1) Fotocopy KTP pemohon
 - 2) Fotocopy KTP suami/istri/wali
 - 3) Fotocopy Kartu Keluarga
 - 4) Surat Keterangan Suami Istri/Wali
 - 5) Agunan/Jaminan (BPKB, Sertifikat Tanah)

2. Pembiayaan Barang Elektronik

Pilihan Solusi Mudah Belanja, Adalah fasilitas pembiayaan yang ditujukan untuk pembelian barang elektronik.

Jenis barang elektronik yang bisa diajukan adalah:

- a. Barang elektronik yang dijual secara legal (baru atau bekas)
- b. Bergaransi (Pabrik atau Toko)

- c. Barangnya marketable spt Laptop, Komputer, TV, Audio, Kulkas, dan lain-lain

Akad Pembiayaan:

- a. Akad yang digunakan adalah akad yang berbasis jual beli (Murabahah) atau akad Ijarah Muntahiah Bi al-Tamlik
- b. Akad murabahah adalah akad jual beli antara BMT dan anggota, dimana BMT membeli barang elektronik yang dibutuhkan oleh anggota dan menjualnya kepada anggota sebesar harga pokok ditambah dengan keuntungan yang disepakati
- c. Ijarah Muntahiya bittamlik (IMBT) adalah Akad sewa yang diakhiri dengan pemindahan kepemilikan barang; sejenis perpaduan antara kontrak jual beli dan sewa atau lebih tepatnya akad sewa yang diakhiri dengan kepemilikan barang di tangan anggota sebagai penyewa

Keuntungan dan Manfaat:

- a. Membantu anggota dalam memiliki barang elektronik dengan mudah dan barokah
- b. Bisa memilih barang elektronik sesuai keinginan
- c. Nilai angsuran tetap sampai berakhirnya fasilitas pembiayaan
- d. Terbebas dari Riba dan Haram

Ketentuan Umum:

- a. Pemohon harus mempunyai pekerjaan dan/atau pendapatan yang tetap
- b. Jangka waktu maksimal 12 bulan
- c. Jaminan berupa BPKB/ sertifikat tanah
- d. DP atau uang muka 25 % dan ketentuan harga
- e. Biaya administrasi Rp. 20.000 – Rp. 50.000 (materai, surat menyurat, dll)
- f. Maksimum plafon pembiayaan sampai dengan Rp 10 juta
- g. Pengajuan dapat dilakukan sendiri-sendiri atau dikoordinir secara kolektif oleh instansi dimana pemohon bekerja.

Persyaratan:

- a. Fotocopy KTP pemohon
- b. Fotocopy KTP suami/istri/wali
- c. Fotocopy Kartu Keluarga
- d. Surat Keterangan Suami/Istri/Wali
- e. Agunan/Jaminan (BPKB, Sertifikat Tanah)
- f. Slip gaji yang disahkan oleh instansi/perusahaan tempat pemohon bekerja. (jika ada)
- g. Keterangan mengenai barang elektronik yang akan dibeli meliputi jenis, merk dan spesifikasi yang penting

3. Pembiayaan Kendaraan Bermotor

4. Pembiayaan Multi Jasa Barokah

C. Melayani Berbagai Macam Pembayaran Dan Pembelian

Selain memiliki produk pembiayaan dan simpanan BMT Rizwa juga melayani pembayaran tagihan seperti :³

1. Listrik Pra dan Pasca Bayar
2. Pulsa Handphone
3. BPJS Kesehatan
4. TELKOM dan SPEEDY
5. Angsuran Kendaraan Bermotor
6. TV Berlangganan
7. PDAM Seluruh Indonesia

B. **Temuan Penelitian**

Setelah melakukan penelitian di BMT Rizwa Tulungagung dengan metode wawancara dan dokumentasi dapat dipaparkan data hasil penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran yang digunakan untuk meningkatkan jumlah nasabah di BMT Rizwa Tulungagung

Data yang diperoleh dari BMT Rizwa Tulungagung bahwasannya dalam menerapkan strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah, tenaga pemasar menggunakan strategi yang digunakan yaitu Strategi *Marketing Mix (Product, Price, Place, Promotion)*.

Penerapan proses tersebut dengan tujuan untuk meningkatkan penjualan produk yang dilakukan oleh para tenaga pemasar kepada

³ *Ibid*

para calon nasabah. BMT Rizwa menggunakan Strategi *Marketing Mix*. Seperti yang dikatakan Bapak Zaki.

“*Product*, BMT memberikan produk pembiayaan dan simpanan yang di butuhkan oleh masyarakat sekitar. Meski produk dari BMT Rizwa masih tergolong sedikit karena BMT sendiri masih berkembang untuk bisa memenuhi kebutuhan masyarakat luas. Selain memberikan produk yang di butuhkan oleh masyarakat BMT Rizwa juga memberikan kemudahan untuk produk pembiayaan seperti motto dari BMT Rizwa sendiri yakni ”BMT Rizwa Solusi Mudah Usaha Berkah”⁴.

Bapak Muhlis Prasetya Menambahkan.

“BMT Rizwa mempunyai motto ”BMT Rizwa Solusi Mudah Usaha Berkah” yaitu melalui berbagai produk salah satunya yaitu produk penyaluran dana berupa produk pembiayaan *mudharabah*, pembiayaan *musyarakah* atau pembiayaan jual beli (*murabahah*) selain produk pembiayaan kami juga mempunyai produk simpanan. Selain produk pembiayaan dan simpanan BMT Rizwa juga melayani pembayaran tagihan seperti pembayaran BPJS, Pembayaran Angsuran Kendaraan bermotor dll.”⁵

BMT Rizwa memberikan tingkat bagi hasil yang menguntungkan bagi anggota. Seperti yang dikatakan bapak Zaki selaku peamasar.

“*Price*, harga atau bagi hasil dari BMT sangat terjangkau dan menguntungkan bagi masyarakat. *Place*, tempat dari BMT Rizwa berada di lingkungan dari yayasan yang lumayan terkenal bagi masyarakat sekitar karena merupakan yayasan yang bergerak di bidang pendidikan”.⁶

Bapak Alif Saichu Rohman menambahkan.

“Harga atau tingkat bagi hasil dari produk-produk yang kami tawarkan kepada anggota menurut kami menguntungkan bagi anggota atau masyarakat yang melakukan pembiyaan maupun

⁴ Bapak Zaki, Wawancara *Marketing* BMT Rizwa Tulungagung (Di kantor BMT Rizwa),23 Mei 2019

⁵ Bapak Muhlis Prasetya, Wawancara *General Manager* BMT Rizwa Tulungagung (Di kantor BMT Rizwa), 25 Mei 2019

⁶ Bapak Zaki, Wawancara *Marketing* BMT Rizwa Tulungagung (Di kantor BMT Rizwa),23 Mei 2019

simpan. Hal tersebut dimaksudkan untuk menarik minat nasabah untuk menyimpan atau melakukan pembiayaan di BMT Rizwa”⁷

Kegiatan promosi yang dilakukan BMT Rizwa tidak hanya menyebar brosur. Bapak Zaki berkata.

“*Promotion*, promosi yang di lakukan oleh pihak BMT Rizwa dengan memberikan penjelasan beserta brosur saat ada pertemuan wali murid, mengikuti bazar atau even-even serta melakukan promosi di sosial media baik dari sosial media BMT maupun sosial media dari karyawan BMT Rizwa. Hal itu dilakukan untuk menarik minat nasabah untuk melakukan pembiayaan maupun simpanan ke BMT Rizwa selain itu juga ada hadiah bagi anggota yang beruntung.”⁸

Bapak Alif menambahkan.

“BMT selalu menjadi sponsor dari kegiatan dari yayasan langkah itu dilakukan sebagai kegiatan promosi BMT. Selain menjadi sponsor dalam kegiatan didalam yayasan BMT Rizwa juga memasang baliho di tempat strategis untuk mengenalkan BMT ke masyarakat luas dan menarik minat nasabah. Perkembangan dunia digital juga kami manfaatkan untuk promosi seperti memanfaatkan sosial media dan web dari BMT. Tempat dari BMT Rizwa yang secepat dengan yayasan membuat mudah di kenali. Harga dari produk-produk BMT cukup terjangkau bagi masyarakat sekitar.”⁹

Meski BMT Rizwa jauh dari jalan raya akan tetapi memiliki daya tarik. Bapak Zaki berkata.

“*Place*, BMT Rizwa Terletak satu wilayah atau masih dalam yayasan Al-Huda yang juga bergandengan dengan lembaga pendidikan yang berada di bawah naungan yayasan. Hal itu membuat BMT Rizwa mudah di temukan oleh masyarakat sekitar.”¹⁰

⁷ Bapak Alif, Wawancara *Manager Marketing* BMT Rizwa Tulungagung (Di kantor BMT Rizwa),23 Mei 2019

⁸ Bapak Zaki, Wawancara *Marketing* BMT Rizwa Tulungagung (Di kantor BMT Rizwa),23 Mei 2019

⁹ Bapak Alif, Wawancara *Manager Marketing* BMT Rizwa Tulungagung (Di kantor BMT Rizwa),23 Mei 2019

¹⁰ Bapak Zaki, Wawancara *Marketing* BMT Rizwa Tulungagung (Di kantor BMT Rizwa),23 Mei 2019

Bapak Muhlis menambahkan.

“BMT Rizwa merupakan lembaga terakhir yang dibentuk oleh yayasan. Letak dari BMT Rizwa masih dalam lingkup yayasan Al-Huda yang juga bergandengan dengan lembaga pendidikan yang berada di bawah naungan yayasan. Hal tersebut dimaksudkan agar siswa mudah dan dekat saat ingin menabung di BMT. Hal itu juga membuat BMT Rizwa mudah di temukan oleh masyarakat sekitar.”¹¹

Ibu Hani merupakan nasabah dari BMT Rizwa berikut sedikit penuturan tentang strategi yang digunakan oleh tenaga pemasar.

“Menurut saya pelayanan tenaga pemasar kepada saya saat awal mengenalkan BMT dan produk sangat baik. Tenaga Pemasar sangat membantu saya untuk memberi pemahaman tentang produk-produk BMT.

Produk (*Product*) dari BMT menurut saya standart atau sama dengan lembaga keuangan lain yang membedakan BMT Rizwa berprinsip syariah.

Harga (*Price*) atau tingkat bagi hasil dari BMT bagi anggota cukup menguntungkan. Hal tersebut menurut saya sudah sesuai dengan motto dari BMT Rizwa.

Promosi (*Promotion*) yang dilakukan selain memasang baliho di dekat BMT. Pihak BMT juga melakukan promosi saat ada kegiatan yayasan saat ada pengumpulan wali murid.

Tempat (*Place*) dari BMT Rizwa yang masih satu atap dengan yayasan serta dekat dengan rumah membuat saya mudah untuk melakukan transaksi.”¹²

Para tenaga pemasar memiliki strategi sendiri dalam memasarkan produk dari BMT seperti strategi yang dilakukan oleh Bapak Zaki.

“Strategi baru yang tidak bisa dipungkiri bagi tenaga pemasar seperti kami yaitu strategi *digital marketing* . *Branding* diri di media sosial akan memudahkan BMT Rizwa dalam memasarkan produknya secara luas dan gratis. Bisa melalui akun sosial media

¹¹ Bapak Muhlis Prasetya, Wawancara *General Manager* BMT Rizwa Tulungagung (Di kantor BMT Rizwa), 25 Mei 2019

¹² Ibu Hani, Wawancara Nasabah BMT Rizwa Tulungagung (Di rumah Ibu Haryati), 25 Mei 2019

milik tenaga pemasar seperti *Facebook, Instagram, maupun Whatsapp.*¹³

Agar bisa menambah jumlah nasabah tenaga pemasar harus bisa menarik minat nasabah seperti yang di katakan Bapak Alif Saichu Rohman.

“Untuk menarik minat nasabah saya memiliki beberapa cara seperti : menjelaskan produk secara benar, memberi contoh nasabah yang sudah sukses melakukan pembiayaan, memberi pelayanan yang baik. Dengan begitu akan mendatangkan refrensi baru dari nasabah yang puas sehingga bisa menarik minat nasabah lain atau calon nasabah untuk melakukan pembiayaan atau simpanan di BMT.”¹⁴

Bapak Muhlis Prasetya Menambahkan.

“Menarik minat nasabah dapat dilakukan dengan berbagai cara mulai dari penjelasan ke calon nasabah sampai dengan menyebar info di berbagai media dengan menawarkan produk produk BMT.

Selain itu BMT di tahun 2019 mempunyai program hadiah bagi nasabah tabungan. Hadiah untuk tahun ini beruma motor matic. Pembelian hadiah ini merupakan sisa hasil usahan tahun 2018.”¹⁵

2. Kendala dalam melakukan strategi pemasaran untuk meningkatkan nasabah di BMT Rizwa Tulungagung

Kendala dalam bisnis akan selalu muncul apalagi saat melakukan pemasaran. Kendala dapat muncul dari luar tenaga pemasar maupun dari dalam.

¹³ Bapak Zaki, Wawancara *Marketing* BMT Rizwa Tulungagung (Di kantor BMT Rizwa),23 Mei 2019

¹⁴ Bapak Alif Saichu Rohman, Wawancara *Marketing Manager* BMT Rizwa Tulungagung (Di kantor BMT Rizwa),23 Mei 2019

¹⁵ Bapak Muhlis Presetiya, Wawancara *General Manager* BMT Rizwa Tulungagung (Di kantor BMT Rizwa), 25 Mei 2019

Kendala eksternal yang biasa muncul saat melakukan kegiatan pemasaran seperti yang dikatakan oleh Bapak Alif Saichu Rohman :

“Kendala yang sering muncul di masyarakat yakni kendala dari kompetitor terutama kompetitor dari bank dan koperasi konvensional. Produk dari bank dan koperasi konvensional sudah lama dikenal oleh masyarakat dalam hal melakukan penyaluran dana dan simpanan.”¹⁶

Kendala yang muncul di masyarakat menurut Bapak Zaki

“BMT Rizwa baru berdiri sehingga namanya itu masih cukup asing bagi masyarakat. Selain itu BMT juga memiliki saingan dari lembaga keuangan lain terutama dari bank dan koperasi konvensional yang sudah terlebih dahulu masuk di dalam masyarakat.”¹⁷

Bapak Muhlis Prasetya menambahkan.

“Kendala yang sering ditemui di masyarakat yakni masyarakat masih menyimpan dananya di bank konvensional karena kebanyakan masyarakat BMT ada yang menjadi Tenaga Kerja Indonesia.”¹⁸

Kendala tidak hanya datang dari calon nasabah atau masyarakat saat melakukan strategi pemasaran tenaga pemasar juga menemui kompetitor. Pendapat Bapak Zaki

“Jawabnya bisa iya bisa tidak. Ketika pengetahuan tentang kompetitor seorang tenaga pemasar minim maka pasti menghambat. Tetapi jika tenaga pemasar tahu kompetitornya dari perusahaan mana bahkan sampai produknya maka tenaga pemasar tetap bisa menggunakan strategi penjualan terbaik untuk pemasaran bahkan meski produknya sama sekalipun.”¹⁹

¹⁶ Bapak Alif Saichu Rohman, Wawancara *Marketing Manager* BMT Rizwa Tulungagung (Di kantor BMT Rizwa),23 Mei 2019

¹⁷ Bapak Zaki, Wawancara *Marketing* BMT Rizwa Tulungagung (Di kantor BMT Rizwa),23 Mei 2019

¹⁸ Bapak Muhlis Prasetya, Wawancara *General Manager* BMT Rizwa Tulungagung (Di kantor BMT Rizwa), 25 Mei 2019

¹⁹ Bapak Zaki, Wawancara *Marketing* BMT Rizwa Tulungagung (Di kantor BMT Rizwa),23 Mei 2019

Pendapat Bapak Alif Saichu Rohman terhadap kompetitor.

“Saya menganggap kompetitor bukanlah suatu kendala karena setiap lembaga keuangan memiliki keunggulan masing-masing sehingga pasar dan produk tidak sama. Meski ada beberapa produk dari lembaga keuangan hampir-hampir sama tinggal cara kita meyakinkan nasabah untuk memilih produk yang kita tawarkan.”²⁰

Pendapat Bapak Muhlis Prasetya Terhadap Kompetitor

“Kompetitor yang di hadapi oleh BMT Rizwa yakni kompetitor dari bank dan koperasi konvensional. karena lembaga keuangan dari bank dan koperasi konvensional. lebih dahulu berada diantara masyarakat daripada BMT Rizwa. Untuk menghadapi hal tersebut BMT Rizwa menawarkan produk yang cukup terjangkau, dan kemudahan kemudahan jika menjadi nasabah BMT, tinggal nasabah memilih lembaga keuangan mana yang cocok bagi calon nasabah tersebut.”²¹

Kendala tidak hanya muncul dari luar tenaga pemasar melainkan juga muncul dari tenaga pemasar maupun dari pihak BMT Rizwa sendiri.

Kendala Internal menurut Bapak Muhlis Prasetya saat melakukan pemasaran.

“Kendala selalu ada dalam setiap bisnis. Bentuknya bermacam-macam tergantung karakter/pribadi dari pemasar, latar belakang dan pendidikannya. Kendala yang menghambat pemasaran yakni kurangnya tenaga pemasar di BMT Rizwa dan manajemen waktu dari tenaga pemasar tersebut. Sebagian Petugas atau karyawan dari BMT Rizwa juga merangkap sebagai tenaga pendidik di yayasan. Hal itu menyebabkan terganggunya proses pemasaran dari BMT Rizwa.

Minimnya kemampuan pemasar baik dalam penguasaan produk maupun kemampuan dalam penjualan juga sering mengganggu proses dari pemasaran. Selain itu juga kendala dari

²⁰ Bapak Alif Saichu Rohman, Wawancara *Marketing Manager* BMT Rizwa Tulungagung (Di kantor BMT Rizwa),23 Mei 2019

²¹ Bapak Muhlis Prasetya, Wawancara *General Manager* BMT Rizwa Tulungagung (Di kantor BMT Rizwa), 25 Mei 2019

luar misal minimnya pengetahuan dan kesadaran masyarakat untuk melakukan simpanan maupun pembiayaan.”²²

Kendala dari Tenaga Pemasar menurut Bapak Zaki.

“Kendala yang muncul dari tenaga pemasar yakni cara atau startegi untuk membuka cara pandang masyarakat tentang perekonomian syariah atau lembaga keuangan yang berbasis syariah serta cara untuk meyakinkan calon nasabah.”²³

Selain kendala dari Tenaga Pemasar kendala juga muncul dari kantor. Bapak Muhlis Prasetya.

“Kendala yang muncul dari kantor yakni minimnya dana untuk pembiayaan. Karena BMT ini masih dalam tahap berkembang maka dana yang dimiliki masih sedikit. Ketika ada nasabah lama ingin mengambil dana yang banyak harus mengkonfirmasi sehari sebelumnya. Dan untuk bulan ini nasabah yang ingin melakukan pembiayaan akan dilayani setelah hari raya.”²⁴

3. Upaya yang dilakukan untuk mengatasi kendala dalam melakukan strategi pemasaran untuk meningkatkan jumlah nasabah di BMT Rizwa Tulungagung

Dalam mengatasi kendala tenaga pemasar memiliki cara masing-masing. Untuk mengatasi kendala yang muncul dari luar atau kendala eksternal Bapak Zaki berkata.

“Untuk mengatasi kendala saya tetap bersikap optimis dan memberikan sosialisasi dan penjelasan secara maksimal. Terkadang *its just a matter of time*. Orang akan berubah keputusan serta pola pikirnya. Kendala yang muncul bukan berarti sebagai

²² Bapak Muhlis Prasetya, Wawancara *General Manager* BMT Rizwa Tulungagung (Di kantor BMT Rizwa), 25 Mei 2019

²³ Bapak Zaki, Wawancara *Marketing* BMT Rizwa Tulungagung (Di kantor BMT Rizwa),23 Mei 2019

²⁴ Bapak Muhlis Prasetya, Wawancara *General Manager* BMT Rizwa Tulungagung (Di kantor BMT Rizwa), 25 Mei 2019

penghambat melainkan untuk memperlebar pasar dan untuk menciptakan peluang-peluang baru.

Karena kebanyakan kendala yang muncul dari individu berupa tanggungan di pekerjaan sebagai tenaga pengajar di yayasan yang sedikit menghambat pemasaran.”²⁵

Untuk menghadapi kendala yang muncul Bapak Alif Saichu Rohman mengatakan.

“Cara mengatasi kendala yang muncul tentu saja dengan mencari solusi, bisa secara pribadi atau sharing minta pengarahan dari sesama tenaga pemasar, manajer. Misalnya kurang menguasai produk, ya harus belajar fitur produk baik dengan bertanya atau mengikuti pelatihan dari Dinas Koperasi dan PINBUK.

Jika dengan adanya kendala kemudian tidak mampu memberikan solusi maka itu akan menjadi hambatan pemasaran. Tetapi jika dicarikan solusi yang tepat maka kendala akan berubah menjadi peluang. Semakin banyak kendala yang dilalui maka skill tenaga pemasar juga akan meningkat. Sehingga memunculkan peluang penjualan lebih di masa yang akan datang.”²⁶

Untuk menghadapi kendala yang muncul di calon nasabah menurut Ibu Hani.

“Tenaga pemasar sangat sabar saat memberi penjelasan kepada saya untuk memahami tentang BMT. Tenaga pemasar juga sangat detail menjelaskan produk saat saya tidak begitu faham tentang produk dan bagi hasilnya yang ada di brosur pemasar langsung memberi penjelasan yang dapat saya terima.”²⁷

Cara mengatasi Kendala yang muncul dari dalam terutama pemasar atau kendala internal seperti yang dikatakan Bapak Muhlis Prasetya

“Kendala yang muncul bukan hanya dari kurang fahamnya masyarakat tentang lembaga keuangan syariah akan tetapi dari tenaga pemasar itu sendiri maka dari itu pemasar harus

²⁵ Bapak Zaki, Wawancara *Marketing* BMT Rizwa Tulungagung (Di kantor BMT Rizwa),23 Mei 2019

²⁶ Bapak Alif Saichu Rohman, Wawancara *Marketing Manager* BMT Rizwa Tulungagung (Di kantor BMT Rizwa),23 Mei 2019

²⁷ Ibu Hani, Wawancara Nasabah BMT Rizwa Tulungagung (Di rumah Ibu Hani), 25 Mei 2019

mengevaluasi diri untuk memperbaiki strategi pemasaran yang dilakukan agar lebih efektif.”²⁸

Bapak Muhlis Prasetya menambahkan

“Dari pihak kantor mengirim tenaga pemasar untuk mengikuti pelatihan yang diselenggarakan oleh Dinas Koperasi dan PINBUK, selain bertujuan untuk mencetak tenaga pemasar yang baik juga sebagai bekal dari kantor untuk pemasar dalam menghadapi kendala yang muncul saat melakukan pemasaran produk.”²⁹

Untuk mengatasi keterbatasan dana dari pihak BMT Bapak Muhlis

Prasetya mempunyai strategi

“Pembiayaan merupakan hal penting bagi masyarakat untuk membantu menaikkan taraf ekonomi mereka. Pembiayaan untuk kantor juga penting karena dapat memberi keuntungan bagi BMT. Akan tetapi BMT memiliki keterbatasan dana untuk melakukan pembiayaan kepada nasabah. Solusinya kami sangat berhati-hati dalam memilih nasabah pembiayaan agar pembiayaan berjalan dengan lancar sehingga tidak mengganggu keuangan BMT.”³⁰

Di setiap bulan karyawan melakukan pertemuan untuk evaluasi

Bapak Zaki menambahkan sebagai berikut.

“Biasanya diakhir bulan kami berkumpul untuk melakukan evaluasi. Evaluasi tentang pelayanan di kantor BMT maupun evaluasi tentang strategi pemasaran yang dilakukan oleh pemasar. Setelah melakukan evaluasi kami mengambil keputusan untuk meminimalisir kendala terutama saat melakukan pemasaran.”³¹

Bapak Alif Saichu Rohman menambahkan sebagai berikut.

“Selain berkumpul untuk evaluasi dari pihak kantor juga memberi motivasi kepada tenaga. Hal ini dilakukan untuk memberi semangat kepada pemasar agar lebih giat lagi dalam mencari nasabah dan tetap tenang saat menghadapi kendala.

²⁸ Bapak Zaki, Wawancara *Marketing* BMT Rizwa Tulungagung (Di kantor BMT Rizwa),23 Mei 2019

²⁹ Bapak Muhlis Prasetya, Wawancara *General Manager* BMT Rizwa Tulungagung (Di kantor BMT Rizwa), 25 Mei 2019

³⁰ Bapak Muhlis Prasetya, Wawancara *General Manager* BMT Rizwa Tulungagung (Di kantor BMT Rizwa), 25 Mei 2019

³¹ Bapak Zaki, Wawancara *Marketing* BMT Rizwa Tulungagung (Di kantor BMT Rizwa),23 Mei 2019

Selain memberi motivasi kepada tenaga pemasar pihak kantor juga berusaha menambah tenaga pemasar untuk memperluas jangkauan dalam meningkatkan jumlah nasabah.”³²

C. Analisis Data

1. Strategi pemasaran untuk meningkatkan jumlah nasabah di BMT Rizwa Tulungagung.

Strategi pemasaran yang dilakukan untuk meningkatkan jumlah nasabah di BMT Rizwa Tulungagung sesuai dengan temuan penelitian menggunakan

a) *Marketing Mix*

1) *Product*

Produk yang ada di BMT Rizwa merupakan produk yang dibutuhkan oleh masyarakat sekitar BMT Rizwa.

2) *Price*

Harga dari produk-produk BMT sangat terjangkau untuk masyarakat sekitar BMT.

3) *Place*

Tempat dari BMT Rizwa yang berdekatan dengan yayasan Al-Huda membuat Masyarakat mudah mengenal BMT Rizwa.

³² Bapak Alif Saichu Rohman, Wawancara *Marketing Manager* BMT Rizwa Tulungagung (Di kantor BMT Rizwa),23 Mei 2019

4) *Promotion*

Promosi yang dilakukan oleh BMT Rizwa untuk menarik minat anggota dari dalam dan sekitar yayasan untuk menjadi nasabah.

2. Kendala dalam melakukan strategi pemasaran untuk meningkatkan jumlah nasabah di BMT Rizwa Tulungagung.

a) Kendala eksternal :

- 1) Masyarakat kurang pemahaman tentang lembaga keuangan syariah..
- 2) Minimnya pengetahuan masyarakat tentang lembaga keuangan syariah.
- 3) Produk dari bank dan koperasi konvensional.

b) Kendala internal :

- 1) kurangnya kemampuan pemasar dalam memasarkan produk.
- 2) Minimnya dana dari kantor
- 3) Tenaga pemasar sulit membagi waktu.

3. Upaya untuk mengatasi kendala dalam melakukan strategi pemasaran untuk meningkatkan jumlah nasabah di BMT Rizwa Tulungagung.

a) Upaya untuk mengatasi kendala eksternal :

- 1) Memberikan sosialisasi kepada masyarakat.
- 2) Memberi pemahaman tentang BMT kepada masyarakat.
- 3) Promosi melalui sosial media.

b) Upaya untuk mengatasi kendala internal :

- 1) Memberi pelatihan tenaga pemasar.
- 2) Memimilih nasabah yang benar-benar potensial untuk pembiayaan
- 3) Menambah jumlah tenaga pemasar.