

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Objek Penelitian

1. BMT NUsantara Umat Mandiri

a. Sejarah BMT NUsantara Umat Mandiri

BMT NUsantara UMAT MANDIRI merupakan Lembaga Keuangan yang dibentuk oleh tokoh-tokoh besar NU (Nahdatul Ulama) wilayah Kalidawir, yang berdiri sejak tanggal 04 Juli 2018 yang berlokasi digedung MWC NU Kalidawir Desa Karangtalun Kecamatan Kalidawir kabupaten Tulungagung yang merupakan lokasi strategis berdekatan dengan pusat perdagangan, usaha-usaha industri kecil, dan usaha rumah tangga sehingga mudah dijangkau oleh kalangan masyarakat.

Berdasarkan rapat anggota yang dipimpin oleh Drs. H. sudja'i habib. MM dan dihadiri oleh aktifis NU sebanyak 25 orang berhasil mewujudkan cita-cita warga NU untuk memiliki koperasi dengan basis syariah yang diberi nama BMT NUsantara Umat mandiri. Dengan adanya kesadarandan persamaan visi misi mengenai kegiatan ekonomi masyarakat muslim, maka dengan ini menjadi sebuah wadah tersendiri sebagai tempat pengelolaan finansial sesuai dengan prinsip dan aturan syariah Islam. KSPPS BMT NUsantara Umat Mandiri telah terdaftar dalam Daftar Umum pada Dinas Koperasi dengan Badan Hukum Nomor

011353/BH/M.KUKM.2/XII/2018 yang telah diterbitkan tanggal 24 Desember 2018.⁶⁷

b. Letak Geografis BMT NUsantara Umat Mandiri

BMT NUsantara Umat Mandiri beralamat di Desa Karangtalun Kecamatan Kalidawir Kabupaten Tulungagung. Bangunan kantor yang berada satu wilayah dengan Gedung MWC NU Kecamatan Kalidawir. Letak desa Karang Talun sangat strategis mengingat pusat pemerintahan kecamatan Kalidawir berada di wilayah desa Karang Talun. Sedangkan jarak dari ibu kota kabupaten sekitar 17 Km.

Kecamatan Kalidawir terletak di sebelah selatan kabupaten Tulungagung. Kecamatan Kalidawir terdapat 17 desa yang ada di wilayah kecamatan Kalidawir, diantaranya: Banyuurip, Betak, Domasan, Jabon, Joho, Kalibatur, Kalidawir, Karangtalun, Ngubalan, Pagersari, Pakesaji, Rejo sari, Salak Kembang, Sukorejo Kulon, Tanjung, Tumpangri, Winong.

Desa Karang Talun mempunyai luas 743,610 Ha, dengan Batas-batas wilayah Desa adalah:

Sebelah Utara	: Desa Jabon
Sebelah Selatan	: Desa Sukorejo Kulon
Sebelah Barat	: Desa Pakisaji
Sebelah Timur	: Desa Kalidawir

⁶⁷ Wawancara dengan Ibu Alfia Nurhamida, *Accounting* BMT NUsantara Umat Mandiri pada tanggal 16 Maret 2021

b. Visi dan Misi BMT NUsantara Umat Mandiri

1) Visi BMT NUsantara Umat Mandiri:

Pola syariah menjadi mitra amanah guna menggapai kemaslahatan dan kemandirian umat.

2) Misi BMT NUsantara Umat Mandiri:

- a) Sebagai pelaksana Lembaga Keuangan Syariah yang Amanah
- b) Memberikan Pelayanan yang profesional dan sesuai dengan prinsip syariah Islam
- c) Mengajak masyarakat muslim untuk ikut serta dalam mewujudkan perekonomian yang berprinsip syariah⁶⁸

c. Struktur Organisasi BMT NUsantara Umat Mandiri

1) Susunan Pengurus⁶⁹

Ketua Umum : Ahmad Shodiq

Ketua I : Moch. Arif

Ketua II : Mutholib

Sekretaris I : Puji Prasetyo

Sekretaris II : Muh. Khoirul Anwar

Sekretaris III : Muhson

Bendahara I : H. Nurhadi

Bendahara II : H. Sutrisno

Bendahara III : Harsono

⁶⁸ Dokumentasi Laporan pertanggungjawaban pengurus KSPPS BMT NUsantara Umat Mandiri Tahun Buku 2020

⁶⁹ Dokumentasi Laporan pertanggungjawaban pengurus KSPPS BMT NUsantara Umat Mandiri Tahun Buku 2020

2) Susunan Pengawas

Dewan Pengawas Manajemen

Koordinator

Pengawas : H. Sudja'I Habib

Anggota Pengawas : Ahmadi

Anggota Pengawas : H. Musna'im

Dewan Pengawas Syariah

Koordinator

Pengawas : K. Afandi

Anggota Pengawas : H. Asmungi

Anggota Pengawas : H. Mas'udin Hamna

3) Susunan Manager dan Pengelola

Manager : Puji Prasetyo

Staff Marketing : Muh. Irfan Fauzi Asror

Accounting : Alfia Nurkhamida

Staff Legal : Nestia Pangestika

Customer Service : Nova Indah Nurfadlilah

Security : Bahrudin

d. Produk BMT NUsantara Umat Mandiri

1. Produk Pembiayaan

- a) Murabahah (Prinsip Jual Beli)
- b) Mudharabah & Musyarakah (Prinsip Kerja sama)
- c) Ijarah (Prinsip sewa menyewa)

Persyaratan:

- a) Pengajuan dua orang
- b) Fotocopy KTP atau SIM
- c) Fotocopy KK
- d) Fotocopy jaminan (sertifikat tanah, BPKB) dan aslinya
- e) Fotocopy STNK

2. Produk Simpanan

- a) Simpanan Pelajar (SIMPEL)
- b) Simpanan Amanah (SIMA)
- c) Simpanan Masalah (SIMAS)
- d) Simpanan Umrah
- e) Simpanan Haji
- f) Simpanan Qurban

Persyaratan:

- a) Fotocopy identitas diri

3. Produk Simpanan Berjangka

- a) Jangka waktu 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan, 12 bulan dan 24 bulan
- b) Perolehan nisbah bagi hasil yang lebih menarik

Persyaratan:

- a) Fotocopy KTP atau SIM

2. BMT Rizwa Manba'ul 'Ulum

a. Sejarah BMT Rizwa Manba'ul 'Ulum

Baitul Maal wat Tamwil (BMT) Rizwa Manba'ul 'Ulum adalah lembaga keuangan syariah dibawah naungan yayasan Al-Huda Manba'ul 'Ulum yang mana juga dikelola oleh yayasan Al-Huda dan hasil usahanya (profit/keuntungan) digunakan untuk lembaga-lembaga dibawah naungan yayasan Al-Huda Manba'ul 'Ulum yaitu Masjid Al-Huda, RA Halimah Assa'diyah, MI Manba'ul 'Ulum Buntaran, MTS Manba'ul 'Ulum, BMT Rizwa Manba'ul 'Ulum, dan Balai Latihan Kerja Komunitas (BLKK) Yayasan Al-Huda Manba'ul 'Ulum.⁷⁰

BMT Rizwa Manba'ul 'Ulum mulanya berusaha untuk memenuhi sarana prasaran lingkup sekolah dalam bidang teknologi keuangan. 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 lembaga Pendidikan (RA, MI, MTS), seperti transaksi penerimaan SPP siswa, Pembayaran buku, transaksi tabungan siswa serta transaksi lain berhubungan dengan keuangan Madrasah dengan sistem manual.⁷¹

⁷⁰ Dokumentasi Laporan BMT Rizwa Manba'ul 'Ulum Rejotangan

⁷¹ Wawancara dengan Bapak Muhlis Prasetya, *General Manager* BMT Rizwa Manba'ul 'Ulum pada tanggal 18 Maret 2021

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 hari sabtu, tanggal 07 Maret 2015 dengan nama “*Baitul Maal wat Tamwil Rizqon Wasian /BMT Rizwa*”, dan memperbaiki sistem keuangan dan pengelolaan BMT yang awalnya manual menjadi teknologi berbasis computer. Pemberian nama BMT Rizwa (Rizqon Wasi’an) yang berarti rezeki yang luas, harapannya seluruh pengurus, pengelola, dan anggota dari BMT Rizwa memiliki rezeki yang banyak, luas, halal, dan barokah.⁷²

b. Letak Geografis BMT Rizwa Manba’ul ‘Ulum

BMT Rizwa Manba’ul ‘Ulum beralamat di Jln. Masjid No. 29 Dusun Jatisari RT.03 RW. 02 Desa Buntaran Kecamatan Rejotangan Kabupaten Tulungagung. Bangunan kantor yang berada satu wilayah dengan Gedung MI Manaba’ul ‘Ulum milik yayasan Al-Huda Rejotangan.

Kecamatan Rejotangan terletak di sebelah timur wilayah kabupaten Tulungagung. Pada wilayah Kecamatan Rejotangan terdapat 16 Desa, diantaranya: Ariyojeding, Banjarejo, Blimbing, Buntaran,

⁷² Dokumentasi Laporan BMT Rizwa Manba’ul ‘Ulum Rejotangan

Jatidowo, Karang Sari, Pakisrejo, Panjerejo, Rejotangan, Sukorejo wetan, Sumberagung, Tanen, Tegalrejo, Tenggong, Tenggur, Tugu.

Desa Buntaran mempunyai luas 214.180 Ha, dengan Batas-batas wilayah Desa adalah:

Sebelah Utara	: Kabupaten Blitar
Sebelah Selatan	: Desa Tenggur
Sebelah Barat	: Kecamatan Ngunut
Sebelah Timur	: Desa Ariyojeding

c. Visi dan Misi BMT Rizwa Manba'ul 'Ulum

1) Visi BMT Rizwa Manba'ul 'Ulum

- a) Terbangunya ekonomi umat dengan landasan Syariah Islam, Pancasila, dan Undang-Undang Dasar 1945
- b) Terwujudnya budaya *ta'awun* (membantu sesama umat) dalam kebaikan dan ketakwaan di bidang sosial ekonomi

2) Misi BMT Rizwa Manba'ul 'Ulum

- a) Menerapkan dan memasyarakatkan Syariah Islam dalam aktivitas ekonomi
- b) Menanamkan pemahaman bahwa sisten syariah di bidang ekonomi adalah adil, mudah, berkah, dan maslahah
- c) Meningkatkan kesejahteraan umat dan anggota
- d) Melakukan aktivitas ekonomi dengan budaya *shoddiq/jujur*, *tabligh/komunikatif*, *amanah/dipercaya*, dan *fatona/professional*.

3) Motto BMT Rizwa Manba'ul 'Ulum

BMT RIZWA Manba'ul 'Ulum memiliki motto/slogan “Solusi Mudah Usaha Berkah”⁷³

d. Struktur Organisasi BMT Rizwa Manba'ul 'Ulum

Badan Pendiri	:	1) A.Mahrus Ali, S.Pd.I 2) Zamroji, S.Pd.I 3) H. Suyanto
Badan Pengawas	:	1) Zamroji, S.Pd.I 1) H. Suyanto
Ketua	:	A. Mahrus Ali, S.Pd.I
Sekretaris	:	Dwi Nur Wahyudi, S.S
Bendahara	:	Kofifah, S.Pd.I
General Manager	:	Muhlis Prasetya
Manager Marketing	:	Zekky Ahfaz Fahrudin
Administrator	:	1) Hidayatul Marom 2) Nurus Sa'adah
Customer Service	:	Fida Nurhidayati

⁷³ Dokumentasi Laporan BMT Rizwa Manba'ul 'Ulum Rejotangan

e. Produk BMT Rizwa Manba'ul 'Ulum

1. Produk Simpanan⁷⁴

a) SIMASYA (Simpanan Masyarakat Syariah)

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

Persyaratan simpanan masyarakat syariah:

- 1) Fotocopy kartu identitas KTP/SIM
- 2) Mengisi formulir pengajuan simpanan
- 3) Setoran awal minimal Rp. 30.000
- 4) Setoran berikutnya minimal Rp. 10.000
- 5) Administrasi pembukaan tabungan Rp. 5.000

b) SIDIK (Simpanan Lembaga & Pendidikan)

Layanan penyimpanan dana yang diperuntukkan bagi lembaga/organisasi dan pelajar guna menghimpun dana tabungan siswa dengan akad *wadiah yadh adhamannah*. Dengan nisbah 30% anggota, 70% BMT.

Persyaratan simpanan lembaga & pendidikan:

- 1) Fotocopy KTP/SIM/akta kelahiran/KK
- 2) Setoran awal minimal Rp.25.000
- 3) Setoran berikutnya minimal Rp. 1.000

⁷⁴ Dokumentasi Laporan BMT Rizwa Manba'ul 'Ulum Rejotangan

4) Administrasi pembukaan tabungan Rp. 5.000

c) SIMBAH (Simpanan Qurban & Aqiqah)

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

Persyaratan simpanan qurban & aqiqah:

- 1) Memiliki rekening SIMASYA
- 2) Setoran awal minimal Rp. 100.0000
- 3) Setoran berikutnya minimal Rp. 50.000
- 4) Saldo setelah penarikan simpanan minimal Rp. 0
- 5) Hanya dapat melakukan penarikan pada saat akan melakukan ibadah qurban & aqiqah

d) SAHARA (Simpanan Hari Raya)

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

Persyaratan simpanan hari raya:

- 1) Memiliki rekening SIMASYA
- 2) Setoran awal minimal Rp. 50.000
- 3) Setoran berikutnya minimal Rp. 50.000
- 4) Saldo setelah penarikan simpanan minimal Rp. 0
- 5) Penarikan simpanan dapat dilakukan paling awal 10 hari sebelum hari raya idul fitri

e) SIMKA (Simpanan Berjangka)

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:

- 1) Sama dengan keuntungan bagi mitra penabung
- 2) Bisa dijadikan jaminan pembiayaan
- 3) SIMKA dapat diperpanjang otomatis pada saat jatuh tempo/*Automatic Roll Over (ARO)*
- 4) Tanpa biaya administrasi bulanan
- 5) Nisbah (proposisi) bagi hasil lebih besar dari pada jenis simpanan yang lain.

Proporsi (nisbah) bagi hasil Anggota : BMT

- a. 3 bulan 42% : 58%
- b. 6 bulan 45% : 55%
- c. 9 bulan 48% : 52%
- d. 12 bulan 52% : 48%

Syarat dan ketentuan SIMKA:

- 1) Mengisi formulir permohonan pembukaan SIMKA
- 2) Memiliki rekening SIMASYA
- 3) Fotocopy identitas diri atau KK
- 4) Setoran minimal Rp. 5.000.000

- 5) Materai Rp. 6.000 (disediakan BMT)

2. Produk Pembiayaan

Syarat dan Ketentuan Produk Pembiayaan:⁷⁵

- 1) Mengisi form proposal pembiayaan
- 2) Mengisi surat keterangan suami/istri/wali
- 3) Menyerahkan dokumen pada saat pengajuan pembiayaan berupa:
 - a) Fotocopy KTP pemohon
 - b) Fotocopy KTP suami/istri/wali
 - c) Fotocopy kartu keluarga
 - d) Fotocopy STNK dan BPKB yang dijadikan angunan
- 4) Materai 6000 sebanyak 1 lembar
- 5) Angunan/jaminan (BPKB, sertifikat tanah, dll) diserahkan pada saat pencairan dana

Macam-Macam Produk Pembiayaan di BMT Rizwa Manba'ul 'Ulum:

a. Pembiayaan Modal Usaha Berkah

Adalah fasilitas pembiayaan modal kerja bagi anggota yang mempunyai usaha mikro dan kecil. Akad pembiayaan:

- 1) Akad yang digunakan adalah akad yang berbasis bagi hasil (*mudharabah/musyarakah*) atau jual beli (*murabahah*)
- 2) Akad *mudharabah* adalah bentuk kerjasama antara BMT dan anggota dimana BMT (*shahibul maal*) menyediakan seluruh

⁷⁵ Dokumentasi Laporan BMT Rizwa Manba'ul 'Ulum Rejotangan

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

- 3) Akad *musyarakah* adalah akad kerjasama 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.
- 4) 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.

b. Pembiayaan Kendaraan Bermotor

Adalah fasilitas pembiayaan untuk pembelian kendaraan bermotor.

Akad pembiayaan: akad yang digunakan adalah akad yang berbasis jual beli (*murabahah*).

Keuntungan dan manfaat:

- 1) Membantu anggota dalam memiliki kendaraan bermotor dengan mudah dan barokah
- 2) Bisa memilih kendaraan sesuai keinginan
- 3) Nilai angsuran tetap sampai berakhirnya fasilitas pembiayaan

c. Pembiayaan Barang Elektronik

Adalah fasilitas pembiayaan yang ditujukan untuk pembelian barang elektronik. Jenis barang elektronik yang diajukan adalah:

- 1) Barang elektronik yang dijual secara legal
- 2) Begaransi (pabrik atau toko)
- 3) Barangnya *marketable* seperti laptop, computer, TV, audio, kulkas, dll.

Akad pembiayaan:

- 1) Akad yang digunakan adalah akad yang berbasis jual beli (*murabahah*) atau akad IMBT.
- 2) 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.
- 3) Ijarah Mutahiya 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.

d. Pembiayaan Multi Guna Barokah

Adalah fasilitas pembiayaan yang diberikan kepada anggota untuk kebutuhan konsumtif.

Akad pembiayaan:

Akad yang digunakan adalah akad yang berbasis jual beli (*murabahah*) atau berbasis sewa (*ijarah & kafalah*), penggunaan:

- 1) Biaya sewa tempat usaha (akad *ijarah*)
- 2) Biaya sekolah/pendidikan (akad *kafalah*)
- 3) Biaya rawat inap rumah sakit (akad *kafalah*)
- 4) Biaya resepsi pernikahan (akad *murabahah & ijarah*)
- 5) Biaya perbaikan rumah/bangunan (akad *murabahah*)
- 6) Pembelian perabot rumah tangga (akad *murabahah*)
- 7) Melunasi tagihan hutang (akad *kafalah*)

3. Produk Digital Pembayaran Online dan Offline

- a. Pembayaran syahriyah dan daftar ulang sekolah
- b. Listrik pra & pasca bayar
- c. Pulsa Hp
- d. BPJS Kesehatan
- e. Telkon dan Speedy
- f. Angsuran kendaraan bermotor
- g. TV berlangganan
- h. PDAM seluruh Indonesia
- i. Perusahaan Gas Negara (PGN)
- j. Pembayaran pajak kendaraan bermotor E-Samsat Jatim
- k. Transfer All Bank
- l. Top Up OVO, GoPay, LinkAJA, DANA, Shopee Pay, dll.⁷⁶

⁷⁶ Dokumentasi Laporan BMT Rizwa Manba'ul 'Ulum Rejotangan

B. Temuan Penelitian

1. Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Loyalitas Anggota pada produk pembiayaan di BMT

a. BMT NUsantara Umat Mandiri

BMT NUsantara Umat Mandiri merupakan lembaga keuangan syariah yang kegiatannya menghimpun dan menyalurkan dana kepada anggota. BMT NUsantara Umat Mandiri Meskipun baru berdiri pada tahun 2018. Tetapi terbilang cukup banyak mempunyai anggota pembiayaan karena salah satu alasan masyarakat menggunakan produk pembiayaan yaitu untuk membantu jalannya usaha/bisnis yang didirikannya. Dengan adanya hal tersebut BMT melakukan beberapa tahap dalam penyusunan strategi guna meningkatkan loyalitas anggota pembiayaan antara lain dengan carapemberian hadiah berupa parcel ataupun bingkisan, kunjungan langsung ke anggota (*door to door*), dan menghubungi anggota secara berkala melalui media sosial. Seperti yang diungkap oleh Ibu Alfia Nurkhamida selaku *Accounting* BMT NUsantara Umat Mandiri:

“Strategi pemasaran yang digunakan untuk meningkatkan loyalitas anggota baik untuk simpanan ataupun pembiayaan salah satunya dengan memberikan bingkisan atau parcel untuk setiap tahunnya misal diberikan saat akan menjelang hari raya idul fitri ataupun dengan cideramata lainnya dengan ketentuan dilihat dari anggota tetap yang simpanan wajib dan simpanan pokoknya selalu konsisten, hal ini dapat menjadi reward bagi anggota agar semakin dekat dengan BMT sendiri.”⁷⁷

⁷⁷ Wawancara dengan Ibu Alfia Nurkhamida, *Accounting* BMT NUsantara Umat Mandiri pada tanggal 16 Maret 2021

Dikutip dari apa yang dikemukakan Ibu Alfia Nurkhamida selaku *Accounting* BMT NUantara Umat Mandiri, bahwa strategi yang digunakan adalah dengan pemberian cideramata atau parcel kepada anggota yang selalu konsisten dalam memenuhi simpanan wajib maupun simpanan pokok, hal ini dilakukan agar lebih dekat dengan anggota. Selain itu Ibu Alfia juga mengungkapkan bahwa:

“Strategi pemasaran lainnya dengan cara door to door, berkunjung langsung kerumah anggota pembiayaan. Hal ini diterapkan dengan menjunjung prinsip kekeluargaan antara pengurus BMT dengan para anggota. Dengan silaturahmi secara langsung ke anggota bertujuan untuk mengetahui bagaimana keadaan anggota mulai dari bagaimana perkembangan usaha yang dijalankan, kendala atau permasalahan yang sedang dihadapi, dengan ini BMT dapat mengarahkan bantuan yang dibutuhkan dari anggota pembiayaan. Sehingga dengan hubungan kekeluargaan ini dapat meningkatkan loyalitas anggota kepada BMT. Selain itu kami juga selalu melakukan pendekatan dengan para jamaah NU dengan ikut serta dalam setiap kegiatan seperti pengajian, manaqib, dan kegiatan lainnya. Dimana juga untuk memperkenalkan produk kita dan agar jaringan pemasaran kita semakin luas. Dengan berada di bawah naungan ormas NU kita lebih dapat kepercayaan oleh anggota, karena dulu pernah ada lembaga yang berlabel syariah yang memiliki cabang di Kalidawir melakukan penipuan, sehingga ini meninggalkan luka pada masyarakat tentang lembaga keuangan syariah”⁷⁸

Dari yang telah dipaparkan Ibu Alfia, strategi pemasaran dalam meningkatkan loyalitas anggota pembiayaan dilakukan dengan sistem *door to door* atau berkunjung secara langsung kepada para anggota pembiayaan. Dengan kunjungan secara personal ini dapat

⁷⁸ Wawancara dengan Ibu Alfia Nurkhamida, *Accounting* BMT NUantara Umat Mandiri pada tanggal 16 Maret 2021

meningkatkan kekeluargaan antara anggota pembiayaan dengan BMT, serta pihak BMT dapat mengetahui secara langsung keadaan usaha anggota jadi jika ada kendala/permasalahan dapat diselesaikan bersama. Selain itu pemasaran dilakukan dengan mengikuti kegiatan yang berkaitan dengan para jamaah NU seperti pengajian, manaqib dll, untuk memperkenalkan produk-produk yang dimiliki agar jaringan pemasan juga semakin luas. Dengan diprakasainya oleh ormas NU ini dapat memberikan kepercayaan yang lebih, karena dulu pernah ada lembaga yang berlabel syariah yang memiliki cabang di Kalidawir melakukan penipuan, sehingga meninggalkan trauma pada masyarakat tentang lembaga keuangan syariah. Selanjutnya Ibu Alfia juga menambahkan bahwa:

“Yang ketiga yaitu dengan menghubungi anggota secara berkala, karena juga tidak semua anggota pembiayaan kita kunjungi kerumah ada beberapa yang melalui media sosial untuk berkomunikasinya. Disini para anggota bisa sharing mengenai usaha yang dijalankan dari kami juga akan memberikan pelayanan yang terbaik agar anggota merasa puas dengan pelayanan yang diberikan karena jika anggota puas maka juga akan mendatangkan pengaruh yang positif bagi kami. Apalagi seperti pada saat masa pandemic sekarang ini karena kegiatan untuk tatap muka secara langsung juga dibatasi maka pemasaran pun juga mengandalkan melalui media sosial.”⁷⁹

Dikutip dari apa yang telah dikemukakan Ibu Alfia Nurkhamida, bahwa strategi pemasaran yang telah dilakukan selama ini untuk meningkatkan jumlah anggota selain *door to door* kepada anggota

⁷⁹ Wawancara dengan Ibu Alfia Nurkhamida, *Accounting* BMT NUantara Umat Mandiri pada tanggal 16 Maret 2021

pembiayaan serta pendekatan dengan para jamaah NU, pemberian bingkisan atau cideramata, serta menghubungi anggota secara berkala melalui media sosial. Dengan terjalinnya hubungan yang baik dengan anggota diharapkan dapat menjadikan anggota bertahan lama dan secara tidak langsung anggota juga akan merekomendasikan kepada orang lain. Pada masa pandemic seperti sekarang dimana kegiatan diluarpun juga dibatasi sehingga media sosial menjadi jalan utama untuk melakukan pemasaran.

Strategi dari BMT NUsantara Umat Mandiri yaitu menghubungi anggota secara berkala agar hubungan baik tetap terjaga, pemberian bingkisan sebagai salah satu *reward* kepada anggota agar lebih dekat dengan pihak BMT. Hal tersebut menjadi strategi untuk meningkatkan loyalitas anggota pembiayaan untuk terus menggunakan produk dari BMT yang dapat membantu permodalan untuk usaha/bisnis anggota. Seperti halnya hasil wawancara dengan anggota pembiayaan 1 BMT NUsantara Umat Mandiri yang mengungkapkan bahwa:

“Saya masih menggunakan satu produk disini, dulu saya tau BMT ini juga dari kerabat yang memberitahu dia sudah lama jadi anggota disini. Saya menggunakan produk pembiayaan ini untuk keperluan tambahan modal usaha Saya, dan memilih disini karena juga lokasi yang dekat dengan rumah saya. Kalau karyawannya disini juga ramah-ramah dalam menangani nasabah, pelayananan juga bagus. Dulu saat membuka pembiayaan prosesnya juga tidak terlalu lama padahal saya masih pertama ini.”⁸⁰

⁸⁰ Wawancara dengan anggota pembiayaan BMT NUsantara Umat Mandiri 1, pada tanggal 8 Mei 2021

Dari hasil wawancara dengan anggota pembiayaan BMT Nusantara Umat Mandiri 1 dapat disimpulkan bahwa strategi yang digunakan oleh BMT berupa komunikasi yang baik kepada anggota tetap dengan menghubungi secara berkala ataupun strategi pemasaran *door to door* yang dilakukan untuk silaturahmi dengan anggota dapat memberikan dampak baik. Seperti yang dijelaskan anggota pembiayaan 1 tersebut beliau tahu juga dari anggota lain yang sudah lama menjadi anggota, sehingga beliau sekarang juga menjadi anggota tetap di BMT. Faktor yang dapat memicu anggota untuk tetap bertahan salah satunya yaitu pelayanan terbaik yang diberikan, keramahan dari pihak BMT sendiri.

Adapun hasil wawancara dengan anggota pembiayaan BMT Nusantara Umat Mandiri 2 mengungkapkan bahwa:

“Awalnya saya mengenal BMT ini dulu dari ibu saya yang mengikuti jamaah NU, terus saya tertarik mencoba pembiayaan disini, saya datang ke BMT untuk menanyakan apa bisa membantu pembiayaan sesuai kebutuhan saya. Saya membuka pembiayaan ini untuk tambahan modal usaha peternakan saya. Sudah 2 kali ini saya menggunakan produk pembiayaan disini, karena disini pelayanannya juga bagus dalam membantu kebutuhan usaha, terkadang saya juga dihubungi dan pernah pihak BMT datang langsung ke rumah. Saya juga pernah diberi cideramata berupa tanaman.”⁸¹

Adapun kesimpulan dari hasil wawancara dengan anggota pembiayaan BMT Nusantara Umat Mandiri 2 bahwa strategi yang digunakan untuk meningkatkan loyalitas anggota dengan pendekatan

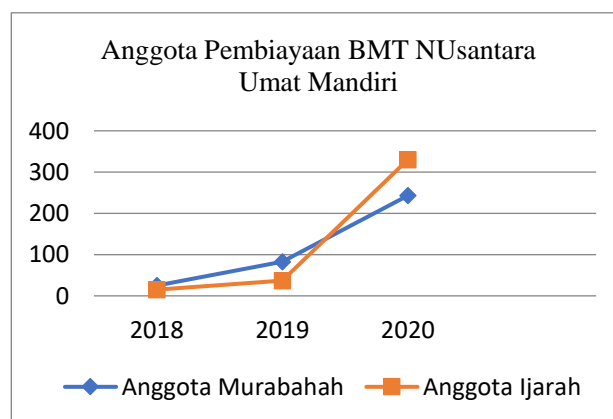
⁸¹ Wawancara dengan anggota pembiayaan BMT Nusantara Umat Mandiri 2, pada tanggal 8 Mei 2021

yang dilakukan secara langsung dengan silaturahmi kerumah anggota untuk melakukan *sharing* kepada anggota pembiayaan. Adapun pengaruh yang dirasakan setelah menggunakan pembiayaan di BMT Nusantara Umat Mandiri yaitu bisa memenuhi kebutuhan usaha peternakan yang sedang dijalankan anggota. Selain itu pemberian cideramata sebagai *reward* kepada anggota juga diberikan hal ini dapat menjadikan anggota lebih dekat dengan BMT.

Dari beberapa strategi yang digunakan BMT NUantara Umat Mandiri menunjukkan bahwa strategi tersebut dapat berjalan dengan baik dan memberikan pengaruh yang positif yang dapat dilihat dari peningkatan jumlah anggota pembiayaan setiap tahunnya, sebagai berikut:

Gambar 2.2

Grafik Anggota Pembiayaan BMT NUantara Umat Mandiri Tahun 2018-2020



b. BMT Rizwa Manba'ul 'Ulum

Data yang diperoleh dari BMT Rizwa Manba'ul 'Ulum bahwasannya dalam menerapkan strategi pemasaran dalam meningkatkan loyalitas anggota pembiayaan menggunakan strategi yaitu memberikan pelayanan prima, melakukan inovasi produk baru, melakukan event tahunan, pemberian cideramata maupun bingkisan, terus melakukan promosi kepada anggota. Sebagaimana dari hasil wawancara mengenai bagaimana strategi yang digunakan, dengan Bapak Muhlis Prasetya, selaku *general manager* BMT Rizwa Manba'ul 'Ulum yang mengungkapkan bahwa:

“Strategi yang kami gunakan dalam melakukan peningkatan loyalitas anggota ada beberapa, pertama dengan memberikan pelayanan prima kepada anggota, dengan menerapkan slogan 3S+2S yaitu senyum, salam, sapa, sopan, santun. Pelayanan yang terbaik merupakan hal yang sangat penting yang perlu diterapkan, karena ini dapat dikatakan sebagai promosi yang murah. Contoh saja seperti di pusat perbelanjaan yang pelayanannya bagus, disapa, senyum, penampilan penjual rapi pasti pembeli juga akan merasa nyaman dari pelayanan yang ramah tersebut. Secara tidak langsung pembeli akan kembali lagi karena pelayanannya yang memuaskan karena belum tentu semua memiliki pelayanan yang terbaik. Disinipun sama tetap akan memberikan pelayanan yang prima entah dari personal ataupun suasana di lokasi ketika anggota ataupun calon anggota datang ke BMT dengan harapan mereka akan kembali lagi.”⁸²

Dari penjelasan yang telah diberikan Bapak Muhlis Prasetya selaku *general manager* BMT Riawa Manba'ul 'Ulum mengenai strategi pemasaran untuk meningkatkan loyalitas anggota pembiayaan

⁸² Wawancara dengan Bapak Muhlis Prasetya, *general manager* BMT Rizwa Manba'ul 'Ulum, pada tanggal 18 Maret 2021

di BMT terdapat beberapa strategi yang pertama yaitu memberikan pelayanan prima kepada para anggota dengan slogan senyum, salam, sapa, sopan, dan santun. Dengan pelayanan prima diharapkan anggota akan terus bertahan dan dapat memanfaatkan produk lainnya.

Selanjutnya Bapak Muhlis Prasetya juga menahkan bahwa:

“Kedua strategi yang kami gunakan yaitu dengan terus berinovasi terhadap produk yang ada di BMT. Awalnya kami hanya bergerak diproduk simpan pinjam, kemudian kami membuat produk digital ini minimal ya agar orang yang datang dapat mengenal kita. Dengan berinovasi terhadap produk digital ini dengan terus mengikuti perkembangan zaman banyak anggota lama pula yang menggunakannya seperti saja untuk top up shopee pay, transfer bank dan lainnya. Ada juga orang belum menjadi anggota kita tetapi melakukan kegiatan disini entah itu membayar listrik ataupun lainnya dan disitu kami akan mengenalkan produk kami dengan tujuan agar tertarik terhadap produk kami dan menjadi anggota disini. Dengan ini juga akan datang promosi dari mulut ke mulut dari anggota-anggota sebelumnya ataupun seorang yang pernah datang ke BMT yang bukan dari anggota seperti hanya melakkan pembayaran listrik saja.”⁸³

Dikutip dari apa yang dikemukakan Bapak Muhlis Prasetya mengenai strategi pemasaran kedua yang digunakan yaitu dengan melakukan inovasi terhadap produk BMT. Dengan terus mengikuti perkembangan zaman maka BMT tidak akan tertinggal dengan lembaga keuangan lainnya. Dengan ini diharapkan bagi anggota juga dapat memanfaatkan berbagai produk digital yang sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan, secara tidak langsung dapat menjadi promosi dari mulut ke mulut yang dapat di rekomendasikan kepada calon anggota

⁸³ Wawancara dengan Bapak Muhlis Prasetya, *general manager* BMT Rizwa Manba’ul ‘Ulum, pada tanggal 18 Maret 2021

baru dari anggota-anggota lama. Selanjutnya Bapak Muhlis Prasetya menambahkan:

“Strategi pemasaran kita lagi yaitu ada pembuatan event, seperti yang telah kita lakukan yaitu ada pengundian hadiah dari produk kami, dimana dilakukan paling tidak dua tahun sekali, diutamakan bagi anggota yang sudah lama memanfaatkan produk dari BMT kami, yang sampai sekarang sudah kami laksanakan tiga kali, untuk yang ketiga ini kami melakukannya hanya melalui media sosial salah satunya melalui siaran langsung di facebook maupun instagram kita karena ya masih pandemic jadi untuk pertemuan secara langsung masih dibatasi. Dengan ini diharapkan anggota dapat bertambah semangat dalam melakukan simpanan maupun pembiayaan.”⁸⁴

Dari ungkapan Bapak Muhlis Prasetya tersebut bahwa strategi ketiga yang telah dilakukan adalah dengan membuat event tahunan berupa acara gebyar hadiah yang dilakukan dua tahun sekali yang sampai sekarang sudah terlaksana sebanyak tiga kali. Untuk strategi selanjutnya yaitu pemberian bingkisan atau cideramata kepada anggota yang aktif, dan pemberian parcel hari raya bagi anggota yayasan Al-Huda. berikut seperti yang diungkapkan Bapak Muhlis Prasetya:

“Selain melakukan event tersebut kami juga ada pemberian cideramata kepada anggota yang aktif sampai sekarang dapat berupa payung, gelas minum atau yang lainnya dan untuk anggota yayasan kami juga memberikan parcel hari raya setiap tahunnya.”⁸⁵

Selanjutnya Bapak Muhlis Prasetya menambahkan:

“Kami juga terus melakukan promosi baik secara online maupun offline. Yang offline, karena kami berada dilingkup yayasan kami mengadakan pertemuan dengan para wali murid agar semakin dekat dan menumbuhkan rasa kekeluargaan bagi yang sudah

⁸⁴ Wawancara dengan Bapak Muhlis Prasetya, *general manager* BMT Rizwa Manba’ul ‘Ulum, pada tanggal 18 Maret 2021

⁸⁵ *Ibid*

menjadi anggota serta untuk mengenalkan produk-produk yang kita miliki kepada para wali murid. Untuk yang online kami melakukannya dengan memanfaatkan media sosial untuk berkomunikasi langsung dengan anggota kami apalagi sekarang sedang pandemic jadi kita lebih menekankan ke online, memberikan informasi terbaru melalui whatsApp dengan terus memberikan perhatian kepada anggota agar meningkatkan loyalitas anggota juga.”⁸⁶

Dikutip dari apa yang dikemukakan Bapak Muhlis Prasetya untuk strategi pemasaran yang keempat dengan selalu melakukan promosi baik secara online ataupun offline. Hal ini dilakukan untuk lebih dekat dengan para anggota, secara offline dilakukan dengan memanfaatkan SDM dari yayasan Al-Huda yaitu mengadakan pertemuan dengan para wali murid dari yayasan Al-Huda Manba’ul ‘Ulum untuk lebih dekat dengan anggota serta memperkenalkan produk-produk kami bagi masyarakat yang belum mengetahui. Sedangkan untuk yang online dengan memanfaatkan media sosial untuk berkomunikasi secara langsung untuk terus memberikan informasi terbaru kepada para anggota, dengan ini agar perhatian terhadap anggota tetap terjaga.

Strategi dari BMT Rizwa Manba’ul ‘Ulum seperti yang telah dikemukakan Bapak Muhlis Prasetya diatas seperti pelayanan prima terhadap anggota, pemberian cideramata atau parcel, terus berinovasi terhadap produk BMT, melakukan promosi dengan anggota baik online maupun offline. Hal tersebut menjadi strategi untuk meningkatkan loyalitas anggota pembiayaan dengantimbulnya rasa nyaman

⁸⁶ Wawancara dengan Bapak Muhlis Prasetya, *general manager* BMT Rizwa Manba’ul ‘Ulum, pada tanggal 18 Maret 2021

menjadikan anggota memberikan kepercayaan kepada BMT untuk memanfaatkan produk yang ada di BMT. Seperti halnya hasil wawancara dengan anggota pembiayaan BMT Rizwa Ibu Khusnul Khotimah Imayati yang mengungkapkan bahwa:

“Saya sudah menjadi anggota sejak tahun 2015 sampai sekarang, untuk produk yang saya ambil sudah 4 produk sejak dulu, yang sekarang saya gunakan yaitu produk pembiayaan multi guna untuk biaya sekolah anak saya. Saya tetap menggunakan produk di BMT ini karena untuk prosesnya mudah, sampai sekarang pelayanannya pun tetap baik tidak berubah dalam mengutamakan nasabahnya. Karena saya bekerja di bawah yayasan di koperasi sekolah MI Manba’ul ‘Ulum jadi saya setiap tahunnya juga dapat parcel, juga pernah diberi hadiah seperti gelas.”⁸⁷

Dari hasil wawancara dengan Ibu Khusnul sebagai anggota pembiayaan BMT Rizwa bahwa dari strategi yang telah diterapkan yaitu pelayanan prima kepada anggota, pemberian cideramata atau parcel bagi anggota yayasan dapat meningkatkan loyalitas anggota sehingga anggota dapat terus menggunakan produk-produk pada BMT.

Adapun hasil wawancara dengan anggota pembiayaan BMT Rizwa Manba’ul ‘Ulum Ibu Istianah Yunita mengungkapkan bahwa:

“Saya sudah menjadi anggota disini sekitar 4 tahunan, memilih disini ya karena juga dekat dengan rumah saya hanya jalan kaki sudah sampai. Kalau pelayanan menurut saya sangat baik pegawainya ramah-ramah semua disini, kadang juga ada pengundian hadiah itu menjadi daya tarik tersendiri, kalau pemberian cideramata ya saya pernah dapat seperti botol minum,

⁸⁷ Wawancara dengan Ibu Khusnul Khotimah Imayati, anggota pembiayaan BMT Rizwa Manba’ul ‘Ulum, pada tanggal 5 Mei 2021

paying. Untuk proses memperbarui pembiayaan yang telah habis juga mudah tidak rumit.”⁸⁸

Adapun dari hasil wawancara dengan Ibu Istianah sebagai anggota pembiayaan BMT Rizwa bahwa strategi yang sudah diterapkan BMT Rizwa juga dirasakan oleh para anggota seperti halnya pelayanan yang baik, pemberian hadiah dapat menjadi daya tarik tersendiri, untuk tetap bertahan dan memanfaatkan produk yang ada.

Dari beberapa strategi yang digunakan BMT Rizwa Manba’ul ‘Ulum menunjukkan bahwa strategi tersebut dapat berjalan dengan baik dan memberikan pengaruh yang positif sebelum terjadinya pandemi. Tetapi setelah datang masa pandemi anggota pembiayaan mengalami penurunan, maka di sini strategi pemasaran yang telah digunakan perlulah untuk ditingkatkan serta berupaya untuk berkembang walaupun masih dalam masa pandemi.

2. Indikator loyalitas anggota BMT

a. BMT Nusantara Umat Mandiri

Di BMT Nusantara Umat Mandiri terdapat indikator untuk menilai bahwa anggota tersebut sudah sesuai ketentuan loyalitas anggota yaitu dilihat dari keaktifan anggota dan anggota yang telah

⁸⁸ Wawancara dengan Ibu Istianah Yunita, anggota pembiayaan BMT Rizwa Manba’ul ‘Ulum, pada tanggal 5 Mei 2021

menggunakan produk-produk di BMT. Seperti yang telah diungkapkan Ibu Alfia sebagai berikut:

“Yang menjadi indikator anggota dapat dikatakan loyal yaitu pertama mengenai keaktifan anggota dilihat dari track record kelengkapan anggota membayar simpanan wajib maupun simpanan pokok. Kedua yaitu menggunakan produk-produk BMT mulai dari produk simpanan dan dapat membuka lagi produk pembiayaan, maka dapat dilihat anggota-anggota tersebut merupakan anggota yang aktif. Seperti juga anggota yang memperbarui pembiayaannya yang sudah selesai untuk diperbarui lagi salah satunya untuk menambah modal usahanya.”⁸⁹

BMT NUsantara Umat Mandiri juga memberikan kemudahan bagi anggota yang sudah dinilai baik menurut indikator loyalitas anggotanya. Kemudahan yang diberikan bagi para anggota yang telah loyal yaitu bagi anggota pembiayaan yang ingin memperbarui pembiayaan tidak adanya lagi survey ke lokasi karena pihak BMT sendiri sudah dapat mengetahui bagaimana karakter anggota tersebut, selain itu juga tidak ada biaya administratif. Seperti yang diungkapkan Ibu Alfia bahwa:

“Disini kami juga memberikan kemudahan bagi anggota yang loyal, jika seorang anggota pembiayaan ingin memperbarui pembiayaannya yang telah selesai, maka kami akan memberikan kemudahan dengan tidak perlu lagi adanya survey karena setelah kami lihat dari pembiayaan sebelumnya anggota tersebut baik track recordnya. Selain itu juga tidak ada biaya tambahan seperti biaya administratif.”⁹⁰

⁸⁹ Wawancara dengan Ibu Alfia Nurkhamida, *Accounting* BMT NUsantara Umat Mandiri pada tanggal 16 Maret 2021

⁹⁰ Wawancara dengan Ibu Alfia Nurkhamida, *Accounting* BMT NUsantara Umat Mandiri pada tanggal 16 Maret 2021

b. BMT Rizwa Manba'ul 'Ulum

Dari beberapa strategi yang telah diterapkan BMT Rizwa Manba'ul 'Ulum juga mempunyai indikator dalam menilai anggota yang loyal. Seperti yang dikemukakan oleh Bapak Muhlis Prasetya bahwa:

“Kita dapat melihat bahwa anggota tersebut terbilang loyal dari seberapa lama dia sudah menjadi anggota dengan ini kita dapat melihat mana anggota yang setia dari dulu sampai sekarang. Serta tetap melakukan pembiayaan secara berulang. Selain itu juga keaktifan anggota dalam pemenuhan kewajibannya membayar pembiayaan dengan tepat waktu dan anggota simpanan yang selalu aktif dalam melakukan simpanan.”⁹¹

Dari ungkapan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa BMT Rizwa Manba'ul 'Ulum, untuk melihat anggota tersebut telah loyal dari anggota yang selalu setia dari dulu sampai sekarang, telah melakukan pembiayaan secara berulang. Selain itu dilihat dari keaktifan anggota dalam memenuhi kewajibannya dalam hal pengembalian pembiayaan dengan tepat waktu maupun yang selalu melakukan simpanan di BMT.

Bagi anggota yang loyal BMT Rizwa juga memberikan kemudahan, berupa setiap anggota dapat mudah untuk melakukan *sharing* mengenai kendala yang dihadapi dan selalu memprioritaskan kebutuhan anggota, mempunyai kesempatan mengikuti gebyar hadiah, bilyet simpanan berjangka yang dapat digunakan sebagai

⁹¹ Wawancara dengan Bapak Muhlis Prasetya, *general manager* BMT Rizwa Manba'ul 'Ulum, pada tanggal 18 Maret 2021

jaminan/agunan. Seperti yang diungkapkan Bapak Muhlis Prasetya sebagai berikut:

“Kita mempunyai motto “Solusi Mudah Usaha Berkah” sesuai dengan motto yang sudah kita terapkan maka setiap anggota kita beri kemudahan, selalu memprioritaskan anggota salah satunya membuka sharing dengan anggota kapan saja dapat melalui online dengan whatsApp ke kami atau dengan offline datang langsung ke kantor. Kami akan siap membantu dalam setiap kebutuhan anggota sebisa mungkin agar anggotapun juga puas dengan pelayanan yang diberikan. Selain itu juga setiap anggota yang aktif memiliki kesempatan untuk ikut gebyar hadiah yang diadakan 2 tahun sekali. Dan untuk anggota simpanan, bilyet simpanan berjangka dapat digunakan untuk jaminan atau agunan bagi yang ingin membuka pembiayaan asalkan sudah memenuhi ketentuannya, cukup dengan pembekuan simpanan yang tidak dapat ditarik hingga pembiayaan yang diberikan habis.”⁹²

Kemudahan ini diberikan karena pihak BMT sudah mengetahui karakter dari anggota tersebut. Sehingga dapat memperkirakan berapa besarnya pembiayaan yang dapat diberikan kepada anggota tersebut dengan kemudahan pinjaman tanpa agunan, cukup dengan pembekuan simpanan yang tidak dapat ditarik hingga pembiayaan yang diberikan selesai.

⁹² Wawancara dengan Bapak Muhlis Prasetya, *general manager* BMT Rizwa Manba’ul ‘Ulum, pada tanggal 18 Maret 2021

3. Kendala dalam melakukan strategi pemasaran untuk meningkatkan loyalitas anggota BMT

a. BMT NUsantara Umat Mandiri

Kegiatan pemasaran dalam pelaksanaannya tidak terlepas dari adanya permasalahan yang muncul saat seorang *marketing* telah terjun langsung ke lapangan. Kendala yang muncul saat melakukan strategi pemasaran untuk meningkatkan loyalitas anggota pada BMT NUsantara Umat Mandiri yaitu saat melakukan strategi *door to door* terkadang tidak bertemu secara langsung kerumah anggota pembiayaan. Pernyataan tersebut dipaparkan oleh Ibu Alfia Nurkhamida yang menjelaskan bahwa:

“Kendalanya itu yang pertama saat kita melakukan door to door untuk silaturahmi ke anggota pembiayaan yang ingin kita temui terkadang karena para anggota juga sibuk tidak ada janji sebelumnya jadinya belum tentu untuk bertemu.”⁹³

Kendala selanjutnya yang dihadapi BMT NUsantara Umat Mandiri yaitu masih terdapat anggota yang merampel saat pembayaran simpanan wajib. Hal tersebut seperti yang telah di ungkapkan Ibu Alfia Nurkhamida sebagai berikut:

“Adalagi juga anggota yang terkadang masih merampel untuk pembayaran simpanan wajibnya, seperti dirampel untuk pembayaran beberapa bulan sekali tidak setiap bulannya. Seperti pembayaran Rp. 50.000 yang dirampel beberapa bulan sampai

⁹³ Wawancara dengan Ibu Alfia Nurkhamida, *Accounting* BMT NUsantara Umat Mandiri pada tanggal 16 Maret 2021

Rp.200.000 jadi disinilah letak loyalitas anggota masih kurang sehingga ini memungkinkan menjadi kendala bagi BMT.”⁹⁴

Kendala selanjutnya yang sekarang ini sangat dirasakan oleh semua baik dari pihak BMT maupun anggota yaitu pada saat pandemic sekarang ini yang mana pergerakan diluarpun juga dibatasi sehingga ini menjadi hambatan salah satunya untuk melakukan pemasaran *door to door*. Seperti yang telah dikemukakan Ibu Alfia bahwa:

“Kendala yang dirasakan hampir dua tahun ini yaitu adanya pandemic virus corona yang mana ini menjadi kendala untuk kita melakukan pemasaran secara door to door ke anggota secara langsung karena kegiatan diluarpun kita juga membatasi.”⁹⁵

Menanggapi kendala yang telah diuraikan di atas pihak BMT NUsantara Umant Mandiri juga memberikan solusi agar masalah tersebut dapat teratasi dengan baik, seperti halnya untuk silaturahmi ke anggota pembiayaan jika belum bisa dapat dilakukan dengan menanyakan kepada anggota secara langsung saat anggota datang ke kantor BMT tentang perkembangan usaha yang sekarang sedang dijalankan apakah terdapat masalah yang perlu diselesaikan, pihak BMT akan membantu dengan semaksimal mungkin. Hal ini dipaparkan oleh Ibu Alfia Nurkamida, beliau menjelaskan bahwa:

“Jika langsung datang ke rumah anggota untuk silaturahmi itu kan kita menjadi lebih merasa dekat dengan anggota tetapi jika ada sesuatu hal yang akhirnya kita tidak bertemu dengan anggota maka solusi yang kita berikan yaitu saat anggota datang ke kantor untuk kepentingan pembayaran maka disitu kami juga akan menanyakan bagaimana perkembangan usaha yang

⁹⁴ Wawancara dengan Ibu Alfia Nurkhamida, *Accounting* BMT NUsantara Umat Mandiri pada tanggal 16 Maret 2021

⁹⁵ Wawancara dengan Ibu Alfia Nurkhamida, *Accounting* BMT NUsantara Umat Mandiri pada tanggal 16 Maret 2021

sekarang dijalankan dari hal ini kita dapat tahu jika anggota sedang menghadapi permasalahan mengenai usahanya maka kita juga akan membantu sebisa mungkin. Dengan ini diharapkan kita menjadi lebih dekat dengan anggota sehingga anggotapun menjadi loyal kepada kita.”⁹⁶

Solusi untuk mengatasi anggota yang masih merampel untuk pembayaran simpanan wajib yaitu dengan memberikan penjelasan kepada anggota yang mana nantinya itu juga akan berpengaruh pada perhitungan sisa hasil usaha (SHU) yang didapatkan. Berikut yang telah diungkapkan oleh Ibu Alfia, bahwa:

“Pembayaran simpanan pokok ataupun simpanan wajib yang digabung dampaknya juga akan dirasakan oleh anggota sendiri karena dalam perhitungan SHU hasilnya juga akan tidak maksimal beda dengan yang melakukan simpanan wajib maupun pokok secara rutin. Kita juga akan memberikan peringatan kepada anggota yang melakukan keterlambatan. Jadi jika ada anggota seperti itu maka kami akan memberikan penjelasan mengenai SHU yang akan diperoleh nantinya.”⁹⁷

Untuk masa pandemic sekarang ini pihak BMT menjadi lebih banyak memfokuskan menggunakan media sosial untuk berkomunikasi dengan para anggota agar tetap terjalin silaturahmi dan hubungan yang baik dengan anggota. Pemasaran pun dilakukan dengan menggunakan media sosial seperti pembuatan video pemasaran. Hal tersebut dipaparkan oleh Ibu Alfia sebagai berikut:

“Karena dimasa pandemic kegiatan diluar kami batasi sehingga untuk terus mempererat tali silaturahmi dengan para anggota kami memfokuskan lebih banyak menggunakan media sosial dengan menghubungi anggota untuk menanyakan secara langsung perkembangan usaha yang dijalankan. Selain itu

⁹⁶ Wawancara dengan Ibu Alfia Nurkhamida, *Accounting BMT NU*santara Umat Mandiri pada tanggal 16 Maret 2021

⁹⁷ Wawancara dengan Ibu Alfia Nurkhamida, *Accounting BMT NU*santara Umat Mandiri pada tanggal 16 Maret 2021

pemasaran yang kami lakukan juga aktif menggunakan media sosial seperti video pemasaran.”⁹⁸

Kendala dari strategi pemasaran tersebut menjadikan BMT untuk lebih berkembang dengan cara mengatasi permasalahan tersebut sehingga BMT tetap bisa bertahan lama dengan anggota yang loyal semakin meningkat.

b. BMT Rizwa Manba’ul ‘Ulum

Strategi pemasaran untuk meningkatkan loyalias anggota yang dilakukan BMT Rizwa Manba’ul ‘Ulum juga masih terdapat kendala yang dihadapi. Kendala yang paling banyak dirasakan BMT Rizwa terjadi pada tahun-tahun setelah adanya pandemic covid-19. Salah satunya untuk tidak bisa untuk bertemu secara langsung dengan anggota *door to door*. Hal ini diungkapkan oleh Bapak Muhlis Prasetya, bahwa:

“Pada masa pandemic sekarang ini dimana kita tidak bisa melakukan kunjungan ke anggota secara langsung dan juga untuk mengadakan pertemuanpun walimurid sekarang dibatasi, karena dengan bertemu secara langsung kita dapat memberikan penjelasan secara detail kepada anggota maupun masyarakat umum. Hal ini kita lakukan agar semakin dekat dengan anggota otomatis jika anggota sudah percaya dengan kita maka dengan harapan loyalitas pun juga akan meningkat.”⁹⁹

Pengaruh pendemi covid-19 menyebabkan perekonomian juga menurun yang mengakibatkan dalam penyaluran pembiayaan

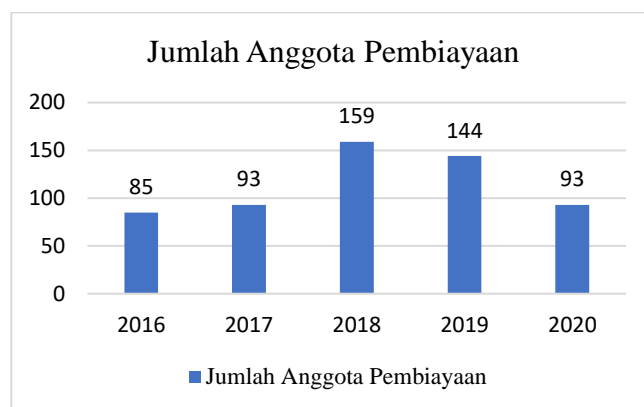
⁹⁸ Wawancara dengan Ibu Alfia Nurkhamida, *Accounting* BMT NUsantara Umat Mandiri pada tanggal 16 Maret 2021

⁹⁹ Wawancara dengan Bapak Muhlis Prasetya, *general manager* BMT Rizwa Manba’ul ‘Ulum, pada tanggal 18 Maret 2021

harus benar-benar selektif sehingga pembelian produk pembiayaan pun mengalami penurunan dimasa pandemic ini. Hal ini ditunjukkan dari gambar dibawah ini:

Gambar 2.3

Grafik Anggota Pembiayaan BMT Rizwa Manba'ul 'Ulum Tahun 2016-2020



Sumber: Laporan Tahunan BMT Rizwa Manba'ul 'Ulum Rejotangan

Adapun yang dipaparkan Bapak Muhlis Prasetya sebagai berikut:

“Pada masa pandemic ini banyak anggota simpanan kita yang menarik simpananya untuk memenuhi kebutuhan anggota sendiri, sehingga untuk cash flow BMT pun mengalami penurunan akibatnya anggota pembiayaanpun menurun karena kami juga membatasi untuk pembukaan pembiayaan. sehingga pada tahun-tahun ini tidak terlalu ada target anggota pembiayaan, agar tidak terjadi pembiayaan macet juga. Jadi untuk sekarang kami benar-benar selektif dengan prinsip kehati-hatian dalam memberikan pembiayaan serta menyesuaikan cash flow yang dimiliki.”¹⁰⁰

Dari tabel yang telah dipaparkan tersebut menunjukkan penurunan anggota pembiayaan pada tahun 2019 dan 2020 hal tersebut

¹⁰⁰ Wawancara dengan Bapak Muhlis Prasetya, general manager BMT Rizwa Manba'ul 'Ulum, pada tanggal 18 Maret 2021

terjadi salah satunya karena pengaruh pandemic. Maka BMT berupaya memberikan pembiayaan secara selektif dengan prinsip kehati-hatian serta menyesuaikan *cash flow* yang dimiliki BMT agar tidak mengalami kerugian pada pembiayaan yang macet dikarenakan penurunan perekonomian anggota.

Dari kendala yang dihadapi BMT Rizwa sebisa mungkin untuk tetap bertahan dengan merepkan beberapa solusi salah satunya karena pandemic maka pihak BMT memaksimalkan melalui media sosial. Hal tersebut agar tetap berhubungan baik dengan para anggota. Dengan adanya hubungan yang baik antara kedua belah pihak dapat saling menguntungkan dan tidak ada yang merasa dirugikan. Seperti yang diungkapkan oleh Bapak Muhlis Prasetya sebagai berikut:

“karena kami tidak bisa berkunjung secara langsung ke anggota jadi kami memaksimalkan menggunakan media sosial dalam berhubungan dengan para anggota kami. Agar semakin dekat dan menumbuhkan rasa nyaman kepada anggota sehingga loyalitas disini dapat meningkat walaupun saat berkomunikasi tidak sedetail seperti saat bertemu secara langsung, dengan adanya hubungan yang baik dapat saling menguntungkan dan tidak ada yang merasa dirugikan.”¹⁰¹

Sedangkan untuk penurunan jumlah anggota yang terjadi di tahun 2019 dan 2020 dari pihak BMT sendiri terus berupaya untuk meningkatkannya. Salah satunya dengan membuat program baru seperti yang telah dilakukan yaitu program simpanan berjangka. Dengan dibuatnya program ini diharap banyak anggota yang melakukan

¹⁰¹ Wawancara dengan Bapak Muhlis Prasetya, *general manager* BMT Rizwa Manba'ul 'Ulum, pada tanggal 18 Maret 2021

simpanan sehingga *cash flow* yang dimiliki BMT pun semakin meningkat. Dengan memberikan beberapa kemudahan bagi anggota yang membuka produk simpanan berjangka ini. Adapun yang dipaparkan Bapak Muhlis Prasetya sebagai berikut:

“Berani untuk membuat program dimasa pandemic ini salahsatunya dengan membuka program simpanan berjangka. Dengan ini diharap banyak anggota yang melakukan simpanan sehingga cash flow yang kami miliki semakin meningkat yang dapat digunakan untuk menambah anggota pembiayaan. Untuk pembukaan rekening simpanan berjangka pun kami juga memberikan kemudahan agar menarik para anggota seperti bagi hasil yang tinggi, pemberian hadiah atau cideramata bagi yang membuka simpanan.”¹⁰²

Dengan beberapa solusi yang telah diterapkan BMT Rizwa diharap dapat terus berkembang kedepannya walaupun masih dalam masa pandemic covid-19.

¹⁰² Wawancara dengan Bapak Muhlis Prasetya, *general manager* BMT Rizwa Manba’ul ‘Ulum, pada tanggal 18 Maret 2021