

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Objek Penelitian**

##### **1. Kopsyah BMT Sahara Bolorejo Kauman Kabupaten Tulungagung**

###### **a. Sejarah**

*Baitul Maal wat Tamwil* (BMT) adalah sebuah Lembaga Keuangan Mikro (LKM) yang dioperasikan dengan sistem yang sesuai syariat Islam. BMT merupakan institusi yang menjalankan kegiatan secara terpadu, yaitu *Baitul Maal* (melakukan kegiatan sosial dan dakwah), dan *Baitut Tamwil* (melakukan kegiatan bisnis). Sehingga kegiatan BMT adalah mengembangkan usaha-usaha produktif dengan mendorong kegiatan menabung dan menyalurkan pembiayaan produktif, juga melaksanakan kegiatan sosial dengan menggalang titipan dana sosial, seperti zakat, infaq dan sodaqoh serta mendistribusikannya dengan prinsip pemberdayaan masyarakat sesuai dengan peraturan dan amanahnya.

Kopsyah BMT Sahara adalah Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) yang berperan sebagai motor penggerak dan mediator penghubung antara *aghnia'* (pihak yang berkelebihan dana) dan *dhuafa* (pihak yang kekurangan dana) dengan menerapkan prinsip-prinsip muamalah Islam. Hal ini bertujuan untuk membantu beban ekonomi masyarakat yang sering kali terperosok oleh tangan-tangan rentenir yang mencekoki bunga yang

tinggi dan hanya bertujuan *profit oriented*.<sup>155</sup>

Kopsyah BMT Sahara berdiri pada tanggal 10 Maret 1999 dan beroperasi secara legal dengan Sertifikat Operasi yang dikeluarkan oleh Pusat Inkubasi Bisnis Usaha Kecil (PINBUK) Nomor : 10115/SO/Pinbuk/III/1999 sebagai Kelompok Swadaya Masyarakat (KSM) BMT binaan PINBUK berdasar naskah kerja sama antara Bank Indonesia dengan PINBUK Nomor :003/MOU/PH.BK.PINBUK/IX-95 tanggal 27 September 1995. Kemudian BMT Sahara diperkuat dengan Badan Hukum dari Kementerian Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah yang disahkan oleh Kantor Koperasi dan UKM melalui SK Nomor : 188.2 / 164 / BH / XVI .29 /3 04 / XII / 2006.

Kopsyah BMT Sahara sebagai lembaga keuangan alternative yang didirikan oleh, dari dan untuk masyarakat ingin memberikan harapan baru bagi pengembangan ekonomi masyarakat bawah. Ini karena perputaran dananya semaksimal mungkin digunakan untuk masyarakat sendiri sehingga lebih sesuai dengan kebiutuhan dan tradisi masyarakat.

BMT Sahara memiliki kantor pusat yang bertempat di Ruko Kembangore A2 Desa Bolorejo Kecamatan Kauman Kabupaten Tulungagung. Selain itu BMT Sahara juga memiliki Kantor Cabang yang beralamatkan Jl. Raya Bakalan No. 7 Suruhan Kidul Bandung Tulungagung.

---

<sup>155</sup> Rapat Anggota Tahunan (RAT) Kopsyah BMT Sahara Tahun 2020

## **b. Visi-Misi**

Sebagaimana Visi, Misi dan Tujuan yang dimiliki oleh Kopsyah BMT Sahara sebagai berikut :<sup>156</sup>

- 1) Visi : Terwujudnya BMT yang terdepan, tangguh dan profesional dalam membangun ekonomi ummat.
- 2) Misi :
  - a) Memberikan layanan yang prima kepada seluruh anggota, mitra dan masyarakat luas.
  - b) Mendorong anggota, mitra dan masyarakat luas dalam kegiatan menabung dan investasi.
  - c) Menyediakan permodalan dan melakukan pendampingan usaha bagi anggota, mitra dan masyarakat.
  - d) Memperkuat permodalan sendiri dalam rangka memperluas jaringan serta menambah produk dan fasilitas jasa layanan.
  - e) Mencapai pertumbuhan dan hasil usaha BMT yang layak serta proporsional dan berkelanjutan.
  - f) Turut serta dalam gerakan pengembangan ekonomi syariah.
- 3) Tujuan : Meningkatkan kesejahteraan bersama melalui kegiatan ekonomi yang menaruh perhatian pada nilai dan kaidah muamalah yang memegang teguh keadilan, keterbukaan dan kehati-hatian.
- 4) Motto : “Menjalin ukhuwah menuju kebangkitan ekonomi ummah”

---

<sup>156</sup> Laporan Pembukuan Kopsyah BMT Sahara Tahun 2015-2020

### c. Struktur Organisasi

#### 1) Susunan Pengawas Kopsyah BMT Sahara

**Tabel 4.1**  
**Susunan Pengawas Kopsyah BMT Sahara**

No	Nama	Alamat	Jabatan
1.	KH. Hadi Mahfudz	Bolorejo Kauman Tulungagung	Pengawas Syariah
2.	H. Nyadin, MAP	Bago Tulungagung	Pengawas Manajemen
3.	H. Rohmat Shidiq	Suruhankidul Bandung	Pengawas Keuangan

Sumber : Laporan Pembukuan Kopsyah BMT Sahara Tahun 2015-2020

#### 2) Susunan Pengurus Kopsyah BMT Sahara

**Tabel 4.2**  
**Susunan Pengurus Kopsyah BMT Sahara**

No	Nama	Alamat	Jabatan
1.	H. Moch, Subchan	Batangsaren Kauman Tulungagung	Ketua
2.	H. Abdul Aziz Purwanto	Ketanon Kedungwaruwaru Tulungagung	Wakil Ketua
3.	Drs. Zulkomen Ahmad	Mangunsari Kedungwaru Tulungagung	Sekretaris
4.	Bambang El Faruq	Mangunsari Kedungwaru T.Agung	Bendahara

Sumber : Laporan Pembukuan Kopsyah BMT Sahara Tahun 2015-2020

#### 3) Pengelola/Karyawan BMT Sahara

**Tabel 4.3**  
**Pengelola/Karyawan BMT Sahara**

No	Nama	Sarjana	Jabatan
1.	H. Mustofa,SE,MM.	Sarjana Ekonomi	Manajer
2.	Mamik Muyanti,SP	Sarjana Pertanian	Kasir/ZIS
3.	Rifa Kuswoyo	SMA Sederajat	Pembiayaan

No	Nama	Sarjana	Jabatan
4.	Vidha Ariani,S.Sos.	Sarjana Sosial	Pembukuan/Teller
5.	Erni Susanti, S.Pd.	Sarjana Pendidikan	Tabungan/Teller
6.	Ropingi	SMA Sederajat	Pembiayaan
7.	Susilo, A.Ma.	Ahli Muda	Manajer Cabang
8.	M. Ali Tamrin,SHI,M.Sy.	Sarjana Syari'ah	Pembiayaan
9.	Nunuk Mahanani,S.Kom	Sarjana Komputer	Kasir Kancab
10.	Inganatus Solihah,Amd	Ahli Madya Terapan	Pembukuan Kancab
11.	Haryanto	SMA Sederajat	Pembiayaan
12.	Ramadhan	SMA Sederajat	Collector
13.	Ahmad RifqySyafi'i, SEI	Sarjana Ekonomi Islam	Marketing
14.	M. Ivan Wahyudi,S.PdI	Sarjana Pendidikan Islam	Administrasi

Sumber : Laporan Pembukuan Kopsyah BMT Sahara Tahun 2015-2020

#### **d. Produk Kopsyah BMT Sahara Bolorejo Kauman Kabupaten Tulungagung**

Berikut adalah macam-macam produk yang ada di Kopsyah BMT Sahara Tulungagung, yakni:<sup>157</sup>

##### 1) Simpanan atau Tabungan

Simpanan Masyarakat Islami (SIMASIS) merupakan simpanan anggota yang didasarkan pada akad *wadiah yad adh-dhomanah* dan *mudharabah*, atas seijin penitip, dana yang disimpan pada rekening dapat dikelola dan dimanfaatkan oleh Kopsyah BMT Sahara.

##### 2) Simpanan berjangka atau deposito simpanan berjangka (*wadi'ah yadh adh-dhomanah*) atau deposito (*mudharabah*) atau jenis simpanan yang diperuntukkan bagi anda yang menginginkan menyimpan dana pada waktu yang relatif lama dengan prinsip

---

<sup>157</sup> Laporan Pembukuan Kopsyah BMT Sahara Tahun 2015-2020

syariah. Produk ini didasarkan akad *wadiah yadh adh-dhomanah* dan *mudharabah*.

### 3) Pinjaman Modal Pembiayaan

Kopseyah BMT Sahara memberikan pelayanan pinjaman modal atau pembiayaan sesuai kebutuhan nasabah pembiayaan. Pembiayaan dapat berupa pembiayaan mudharabah, musyarakah dan murabahah. Sektor-sektor yang dibiayai adalah sektor pertanian, perdagangan, jasa/investasi, konsumtif, peternakan, sektor industri kecil, konveksi, sektor-sektor lain.

## 2. KSPPS Al-Madani Panggungrejo Kabupaten Tulungagung

### a. Sejarah

Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) Al-Madani Tulungagung didirikan pada Tanggal 14 Maret 2011 dan dikukuhkan sebagai Kopseyah KSPPS Al-Madani Tulungagung dengan Surat Keputusan Kepala Kantor dan UKM Kabupaten Tulungagung atas nama Menteri Negara Urusan Koperasi dan UKM dengan akta penderian BH Nomor: 188.4/558/BH/XVI.29/2011 tanggal 22 Maret 2011. Memulai kegiatan operasinya pada 22 Maret 2012. Sejarah berdirinya Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) Al-Madani Tulungagung berawal dari terbentuknya sebuah kelompok yang beranggotakan 20 orang yang kurang lebih memiliki pekerjaan yang sama di sebuah perusahaan yang sama. Kelompok ini diprakasai oleh 5 orang, kemudian mengajak anggota lain sampai selanjutnya terkumpul 20 anggota yang di beri nama

KSPPS Al-Madani. Orang untuk mendirikan sebuah koperasi yang bergerak di bidang simpan pinjam dan pembiayaan (KSP).

#### **b. Visi-Misi**

Untuk meningkatkan pelayanan kepada para anggota dan calon anggota serta meningkatkan kesejahteraannya, KSPPS Al Madani memiliki visi:<sup>158</sup>

- 1) Menciptakan jasa keuangan yang sehat dan berkelanjutan (*sustainable*) dengan tetap berorientasi pasar

Untuk mewujudkan visi perusahaan tersebut di atas KSPPS Al-Madani menjabarkan kedalaman misi utamanya sebagai berikut:

- 1) Menyediakan jasa layanan keuangan kepada Anggota dan masyarakat berpenghasilan rendah serta usaha mikro.
- 2) Meningkatkan efisiensi usaha kecil dan menengah dan lembaga pendukung lainnya.
- 3) Meningkatkan kualitas SDI anggota menjadi lebih profesional dan Islami.
- 4) Memperluas dan memperbesar pangsa pasar usaha anggota dan masyarakat lapisan bawah.

KSPPS AL MADANI didirikan dengan maksud untuk meningkatkan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya serta ikut membangun tatanan perekonomian daerah dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju adil dan makmur berlandaskan

---

<sup>158</sup> Rapat Anggota Tahunan (RAT) KSPPS Al-Madani Tahun 2020

Syari'ah Islam. Disamping itu sebagai badan usaha juga mengarahkan kegiatan usahanya pada bidang yang berkaitan langsung dengan kepentingan anggota baik untuk menunjang usaha maupun kesejahteraanya. Kelebihan kemampuan pelayanan dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan warga masyarakat yang bukan anggota dengan tujuan untuk mengoptimalkan skala ekonomi dalam arti memperbesar volume usaha dan menekan biaya per unit yang memberikan manfaat sebesar-besarnya kepada anggota serta untuk memasyarakatkan koperasi.

**c. Struktur Organisasi**

**Tabel 4.4**  
**Susunan Pengawas Pengurus dan Pengelola**

Nama	Jabatan
Hudawi Abror	Badan Pengawas
Imam Ruba'i	Ketua
Arif Hermawan	Sekretaris
Bambang Setiawan	Bendahara
Ir. Bunaya Fauzi Jauhar	Manager
Sri Astutik	Staf Marketing
Shakti Fauzi	Staf Marketing
Nurul Igawati	Staf Marketing
Selviani Novita Sari	Staf Marketing
Iva Lailatul Mala	Teller

Sumber : Laporan Pembukuan KSPPS Al-Madani Tahun 2015-2020

## **B. Paparan Data**

### **1. Penerapan Strategi Pemasaran 7P Terhadap Minat Nasabah dalam Pembiayaan Mudharabah di Kopsyah BMT Sahara Bolorejo Kauman Kabupaten Tulungagung dan KSPPS Al-Madani Panggungrejo Kabupaten Tulungagung**

#### **a. Kopsyah BMT Sahara Bolorejo Kauman Kabupaten Tulungagung**

Setiap lembaga keuangan syariah memiliki suatu strategi dalam memenejerial pemasukan sumber dana yang dimiliki, begitu juga dengan BMT Sahara. Salah satu pemasukan terbesar dari lembaga keuangan syariah ini berasal dari pembiayaan Mudharabah. Strategi pemasaran dimaksud untuk memaksimalkan peningkatan pembiayaan dengan memperkenalkan produk-produk syariah yang dimiliki. Berkaitan dengan strategi pemasaran, 7P merupakan elemen penting yang tidak dapat dipisahkan.

Lebih lanjut berikut keterangan Susilo A.Ma, selaku manajer cabang:

“Jadi yang kita sasarkan itu masyarakat ekonomi mikro. Tupoksinya koperasi syariah itu masyarakat ekonomi mikro jadi kita harus sebisa mungkin dapat meningkatkan ekonomi mikro masyarakat. Maka dari itu pemasaran yang kita lakukan kita fokuskan ke masyarakat yang ekonominya rendah atau menengah ke bawah. Strategi pemasaran ini dibutuhkan untuk menarik minat masyarakat baik menggunakan produk pembiayaan ini mbak.”<sup>159</sup>

---

<sup>159</sup> Hasil wawancara Susilo, A.Ma selaku Manajer Cabang BMT Sahara pada 2 November 2021 pukul 12.00 WIB

Sasaran BMT Sahara adalah masyarakat dengan ekonomi mikro. Oleh karena itu fokus pemasaran dilakukan pada masyarakat yang memiliki ekonomi menengah kebawah. Strategi pemasaran memiliki fungsi untuk menarik minat masyarakat menggunakan produk BMT Sahara.

Ramadhan selaku Kepala bagian pembiayaan menambahkan:

“Pada intinya itu begini dalam untuk dapat mencapai suatu tujuan perlu adanya rencana yang matang kan mbak. Nah rencana itu apa? Ya strategi berikut implementasi serta solusi jikalau terjadi kendala. Strategi itu bisa dilakukan dengan plan a plan b. Kalau plan a belum bisa maksimal kita ke plan b. Sejauh ini strategi pemasar dibuat sedemikian rupa agar masyarakat itu paling tidak mengenal dan mengetahui produk yang BMT miliki. Kalau sudah mengenal produk yang kami miliki kan nanti lebih enak penawarannya. Nah, kita sebagai koperasi juga tidak bisa dengan mudah dapat mengeluarkan pembiayaan. Nanti kita cermati dulu kelayakan pembiayaannya, kecukupan modal yang dimiliki BMT juga resiko gagal bayarnya. Jadi strategi pemasaran itu sangat penting ya.”<sup>160</sup>

Menurut Kabag Pembiayaan strategi sangat penting dilakukan untuk merencanakan kelangsungan BMT. Strategi pemasaran dibuat agar masyarakat dapat mengenal sekaligus tertarik menjadi anggota di BMT Sahara. Dalam penerapan strategi pemasaran BMT Sahara memiliki plan a dan plan b. Strategi dimaksud sebagai upaya untuk meminimalkan resiko pembiayaan dengan menimbang kelayakan pembiayaan dan kecukupan modal.

Gagasan mengenai strategi pemasaran BMT ini juga dipaparkan oleh beberapa anggota yakni:

---

<sup>160</sup> Hasil wawancara dengan Ramadhan selaku Kabag Pembiayaan BMT Sahara pada 2 November 2021 pukul 13.00 WIB

“Ya dulu saya nggak tau kalau ada koperasi syariah disini. Jadi dulu saya tahunya dari karyawan yang ada disini yang kebetulan mampir makan di warung saya.”<sup>161</sup>

“Saya menggunakan produk pembiayaan mudharabah. Alhamdulillah sekali bisa membantu menambah modal usaha saya lo mbak.”<sup>162</sup>

Dari paparan dua narasumber ini dapat diketahui bahwa BMT Sahara melakukan pemasaran pembiayaan kepada masyarakat ekonomi mikro yang memiliki jenis usaha menengah kebawah dan membutuhkan kecukupan modal.

BMT Sahara berupaya untuk mengenalkan produk yang dimilikinya untuk menarik minat nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan. Fokus pemasaran BMT Sahara adalah masyarakat ekonomi mikro menengah kebarah. Strategi dilakukan untuk meminimalkan resiko dan memaksimalkan keuntungan yang akan dibagikan pada anggota dengan sistem pembiayaan mudharabah

Aspek strategi yang digunakan dalam pemasaran produk pembiayaan adalah 7P yakni *product, promotion, price, place, people, physical evidence, dan process*. Sangat penting bagi BMT untuk menyediakan produk yang diminati oleh konsumen.

“Produk yang kami miliki seharusnya disesuaikan dengan kebutuhan dari anggota dengan tetap mempertahankan aspek keislamannya. Penting bagi BMT mengelola produknya. Mengapa demikian? Karena rata rata masyarakat akan tertarik menggunakan produk sesuai dengan kebutuhannya. Misalnya pembiayaan

---

<sup>161</sup> Hasil wawancara dengan Sulikah selaku anggota Pembiayaan Mudharabah pada 3 November pukul 09.00 WIB

<sup>162</sup> Hasil wawancara dengan Totok selaku anggota Pembiayaan Mudharabah pada 3 November pukul 10.00 WIB

mudharabah ini, dikemas dalam bentuk produk pembiayaan berupa pinjaman kepada masyarakat yang berkebutuhan modal.”<sup>163</sup>

Pendapat diatas juga sejalan dengan pendapat dengan pendapat

Kasubag Pembiayaan:

“Ya jadi yang namanya produk itu harus sesuai dengan syariah. Karena kita termasuk lembaga keuangan syariah. Produk pinjaman juga disesuaikan dengan akad syariah. Disini pinjaman ”<sup>164</sup>

Penting bagi lembaga keuangan syariah untuk menyediakan produk sesuai kebutuhan nasabah. Seperti yang ada pada pembiayaan mudharabah, produk pinjaman disediakan pihak BMT Sahara untuk membantu anggota BMT yang kekurangan modal usaha dengan pinjaman sistem bagi hasil.

“Dalam produk pembiayaan mudharabah kami menyediakan limit sampai dua puluh lima juta dan pinjaman ini tentunya kami sesuaikan dengan barang yang dijaminkan juga kemampuan anggota dalam membayar.”<sup>165</sup>

BMT Sahara menyediakan limit pembiayaan 25 juta bagi anggota.

Limit disediakan sesuai kemampuan dari anggota dan kelayakan jaminan yang dimilikinya. Penjelasan ini juga dipaparkan oleh Bapak Rifai selaku

Staff pembiayaan:

“Disini produk pembiayaan mudharabah itu banyak diminati karena menyediakan pinjaman bagi pemilik usaha dengan sistem bagi hasil. Jadi begini bagi anggota di BMT kususnya bagi pelaku usaha kami akan menawarkan pembiayaan mudharabah. Limit yang

---

<sup>163</sup> Hasil wawancara dengan Ahmad Rifqy Syafi’i, SEI selaku Marketing Pembiayaan BMT Sahara pada 2 November 2021 pukul 11.00 WIB

<sup>164</sup> Hasil wawancara dengan Ramadhan selaku Kabag Pembiayaan BMT Sahara pada 2 November 2021 pukul 13.00 WIB

<sup>165</sup> Hasil wawancara Rifa Kuswoyo selaku Staff Pembiayaan BMT Sahara Sahara pada 3 November 2021 pukul 12.00 WIB

disediakan jugamengikuti kemampuan, maksimal dua puluh lima juta”<sup>166</sup>

Produk pembiayaan mudharabah banyak diminati oleh anggota BMT Sahara karena menyediakan pinjaman bagi pelaku usaha/ pedagang . Limit pinjaman yang disediakan oleh BMT Sahara bergantung pada kemampuan anggota. Maksimal limit pinjaman 25 juta.

Beberapa nasabah atau anggota dari BMT Sahara juga banyak yang lebih memilih produk pembiayaan akad mudharabah. Berikut keterangan nasabah:

“Saya jadi nasabah disini sudah 5 tahunan. Awalnya saya hanya jadi nasabah tabungan sebenarnya mbak. Lalu pas masa pandemi ini usaha sedikit mengalami kendala kan. Sama pihak BMT ditawari pinjaman pembiayaan mudharabah. Saya tertarik menggunakan akad ini ya karena mudah persyaratannya, akadnya jelas.”<sup>167</sup>

Dari paparan ini dapat diketahui bahwa BMT Sahra mencoba menawarkan produk pembiayaan mudharabah bagi para pemilik usaha kecil atau pedagang sekitar. Dari papran Bapak Totok, beliau mengaku tertarik menjadi anggota pembiayaan mudharbah karena persyaratan pinjaman yang mudah dan memiliki akad yang jelas.

Lain halnya dengan Ibu Sulikah, berikut pendapat mengenai minat menggunakan produk pembiayaan mudharabah:

“Saya jadi nasabah udah lama mbak.. Sejak saya jualan nasi goreng. Kurang lebih ya ada 8 tahunan. Ssaya sangat mengandalkan pinjaman ini untuk perkembangan usaha saya. Untuk permodalannya saya pinjam ke BMT Sahara kebetulan mbak.

---

<sup>166</sup> Hasil wawancara Susilo, A.Ma selaku Manajer Cabang BMT Sahara pada 2 November 2021 pukul 12.00 WIB

<sup>167</sup> Hasil wawancara dengan Totok selaku anggota Pembiayaan Mudharabah pada 3 November pukul 10.00 WIB

Tertariknya pakai pembiayaan mudharabah ya itu, nggak memberatkan bagi pedagang kecil kayak saya. Cukup mudah karenakan simpel nggak perlu minta tanda tangan ke kepala desa kalau mau pinjam. Karena kan gini kalo saya pinjam di bank besar itu biasanya ada syarat yang harus mengetahui pihak desa. Sementara ini enggak. Cuma jaminan aja dan mudah.”<sup>168</sup>

Menurut Ibu Sulikah persyaratan produk pembiayaan yang ada di

BMT Sahara tidak begitu menyulitkan dibandingkan dengan pembiayaan yang ditawarkan perbankan syariah lainnya. Dalam hal permodalan Ibu Sulikah mempercayai BMT Sahara untuk mengembangkan usahanya.

Kebijaksanaan harga adalah turut menentukan keberhasilan pemasaran produk. BMT Sahara perlu memikirkan tentang pentapan harga pada produknya secara tepat karena harga yang tidak tepat akan berakibat tidak menarik para nasabah untuk menggunakan produk itu. Oleh karena itu penentuan harga haruslah dipikir dengan baik-baik.

“Untuk masalah harga yang ditawarkan ya mbak, di pinjaman mudharabah kami pakai skema empat puluh banding enam puluh mbak. Ini juga kami sesuaikan dengan BMT lainnya. Lalu juga ada perbandingan tiga puluh dan tujuh puluh mbak. Kenapa kok sistim bagi hasilnya beda? Ini kami sesuaikan dengan keinginan nasabah dan kemampuannya mengelola. Jadi kami sebagai pemilik modal yang ikut menyertakan. Tiga puluh untuk BMT dan tujuh puluh untuk pedagang, atau pemilik usaha.”<sup>169</sup>

Pinjaman mudharabah ditawarkan sesuai dengan kesempatan dari anggota dan pihak BMT. Skema pembagian bagi hasil ini antara 40:60 dan 30:70. BMT sebagai pemilik modal dan anggota sebagai pengelola.

---

<sup>168</sup> Hasil wawancara dengan Sulikah selaku anggota Pembiayaan Mudharabah pada 3 November pukul 09.00 WIB

<sup>169</sup> Hasil wawancara dengan Ramadhan selaku Kabag Pembiayaan BMT Sahara pada 2 November 2021 pukul 13.00 WIB

Perbandingan ini juga disesuaikan dengan skema bagi hasil BMT lainnya yang ada di Kabupaten Tulungagung.

“Yang utama itu kita juga harus menyisir kemampuan dari penerima modal ini ya. Jadi nantinya akan sama sama menguntungkan bagi pihak BMT dan anggota pinjaman mudharabah. Pembagian hasil ini juga nantinya disesuaikan dengan kebutuhan dan kesepakatan. Perhitungan bagi hasilnya biasanya satu bulan berjalan.”<sup>170</sup>

Skema bagi hasil di BMT Sahara mengikuti kemampuan dari anggota pengelola usaha. BMT Sahara menawarkan pinjaman mudharabah yang sama-sama menguntungkan bagi anggota maupun BMT.

Berikut alasan anggota tertarik menggunakan produk pembiayaan mudharabah:

“Bagi hasil disini cukup menguntungkan menurut saya sehingga saya tertarik.”<sup>171</sup>

“Saya tidak keberatan dengan bagi hasil yang ditawarkan karena juga menguntungkan bagi saya.”<sup>172</sup>

Dari keterangan nasabah dapat diketahui bahwa alasan ketertarikan terhadap pembiayaan mudharabah karena bagi hasil yang ditawarkan cukup menguntungkan. Anggota pembiayaan mudharabah tidak merasa keberatan dengan tawaran skema bagi hasil yang ditawarkan.

BMT Sahara menawarkan pinjaman dengan skema bagi hasil 40:60 atau 30:70 sesuai dengan kemampuan dan kesepakatan antara BMT dan

---

<sup>170</sup> Hasil wawancara Susilo, A.Ma selaku Manajer Cabang BMT Sahara pada 2 November 2021 pukul 12.00 WIB

<sup>171</sup> Hasil wawancara dengan Sulikah selaku anggota Pembiayaan Mudharabah pada 3 November pukul 09.00 WIB

<sup>172</sup> Hasil wawancara dengan Totok selaku anggota Pembiayaan Mudharabah pada 3 November pukul 10.00 WIB

anggota atau pengelola dana. Bagi hasil akad mudharabah dirasa sangat menguntungkan antara pihak BMT dan anggota/nasabah sehingga masyarakat tertarik menggunakan akad pembiayaan mudharabah.

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan, berikut keterangan mengenai strategi promosi di BMT Sahara:

“Promosi disini kita mengandalkan sosialisasi secara langsung dari staff marketing tentunya. Juga kami ada semacam pamflet atau brosur yang barang kali ada mungkin dari masyarakat yang tertarik dari melihat brosur. Lalu disini juga ada beberapa mahasiswa PPL ya mbak. Ini juga ngebantu sebenarnya ya. Jadi beberapa mahasiswa itu kami tugaskan untuk terjun ke lapangan ikut dalam proses promosi.”<sup>173</sup>

Strategi promosi di BMT Sahara dilakukan secara langsung oleh staff bagian marketing. BMT Sahara juga mengandalkan pamflet serta brosur yang dibagikan kepada masyarakat. Selain itu promosi juga dilakukan oleh mahasiswa PPL yang terjun langsung di lapangan dalam proses promosi.

“Promosinya ya lewat brosur atau pamlet. Juga dengan mendatangi pelaku usaha atau dengan sosialisasi di masyarakat semacam pengenalan BMT Sahara. Dengan mendatangi satu persatu atau secara berkerumun ya kita jelaskan pembiayaan mudharabah itu apa sistemnya apa bagaimana. Nah dalam pengenalan ini kita juga menentukan sasaran. Tidak asal ya dala melakukan promosi, seperti mendatangi tempat fotocopy, pedagang atau toko kelontong juga dan dari beberapa petani. Ini yang baru itu selama pandemi kami juga menawarkan produk melalui jejaring sosial seperti pesan teks whatsapp.”<sup>174</sup>

---

<sup>173</sup> Hasil wawancara dengan Ramadhan selaku Kabag Pembiayaan BMT Sahara pada 2 November 2021 pukul 13.00 WIB

<sup>174</sup> Hasil wawancara Rifa Kuswoyo selaku Staff Pembiayaan BMT Sahara Sahara pada 3 November 2021 pukul 12.00 WIB

Dari hasil wawancara diketahui BMT Sahara melakukan promosi dengan membidik para pengusaha kecil dan beberapa petani serta pemilik toko kelontong disekitar area. Promosi yang dilakukan secara langsung berupa sosialisasi pengenalan produk BMT Sahara. Pada saat pandemi promosi produk pembiayaan mudharabah dilakukan melalui pesan whatsapp atau pesan telepon seluler kepada masyarakat.

“Selama pengenalan produk kemarin saya dijelaskan secara langsung dari karyawan sini yang datang kerumah. Saya juga mengajak tetangga saya pas waktu itu stafnya datang ke warung untuk sama-sama mendengarkan penjelasan.”<sup>175</sup>

Dari penjelasan anggota dapat diketahui bahwa sosialisasi berjalan melalui tatap muka dengan mendatangi pemilik usaha. Pengenalan produk juga berlangsung melalui mulut ke mulut masyarakat.

Dari penjelasan beberapa narasumber dapat disimpulkan bahwa promosi dilakukan secara langsung dan melalui pamflet, brosur serta pesan teks whatsapp maupun pesan jaringan selular yang disebarluaskan oleh staff marketing. Pengenalan produk berlangsung lewat mulut ke mulut masyarakat sekitar. Dalam pengenalan produk, BMT Sahara menentukan sasaran lokasi terlebih dahulu dalam penyampiannya agar tepat sasaran.

Strategi pemasaran selanjutnya adalah lokasi. Penentuan lokasi kantor beserta sarana dan prasarana pendukung menjadi sangat penting, hal ini disebabkan agar nasabah mudah untuk menjangkaun setiap lokasi bank yang ada. Demikian pula saran dan prasarana harus memberikan rasa

---

<sup>175</sup> Hasil wawancara dengan Sulikah selaku anggota Pembiayaan Mudharabah pada 3 November pukul 09.00 WIB

yang aman dan nyaman kepada seluruh nasabah yang berhubungan dengan baik.

“Menurut saya itu penempatan lokasi sudah cukup strategis karena ada di pinggir jalan raya utama yang setiap harinya ramai.”<sup>176</sup>

Dari keterangan BMT Sahara memiliki lokasi yang strategis dan mudah dijangkau oleh masyarakat karena letaknya yang dekat dengan jalan utama. Kendati demikian berikut pemaparan Staff Marketing Pembiayaan yakni:

“Lokasinya sangat strategis. Karena ada di jalur utama ya, dekat SPBU dekat apotik juga ruko-ruko lainnya berderet disini. Pemilihan lokasi yang pas itu juga mempengaruhi penjangkauan masyarakat. Jadi lokasi paling tidak itu harus bisa strategis utamanya gampang untuk ditemukan sehingga gampang untuk mengajak masyarakat.”<sup>177</sup>

Pemilihan letak lokasi BMT Sahara cukup strategis dan dapat dijangkau masyarakat karena dekat dengan SPBU dan ruko-ruko seperti apotik dan toko kelontong. Letak lokasi ini dapat memudahkan untuk mengajak masyarakat menggunakan produk BMT Sahara.

Hal ini juga dipaparkan oleh para nasabah mengenai pendapatnya tentang lokasi BMT Sahara:

“Iya lokasinya sangat strategis dekat dengan jalan utama dan SPBU, zaman sekarang masyarakat pasti beli bensin kan di SPBU melewati BMT.”<sup>178</sup>

---

<sup>176</sup> Hasil wawancara dengan Ramadhan selaku Kabag Pembiayaan BMT Sahara pada 2 November 2021 pukul 13.00 WIB

<sup>177</sup> Hasil wawancara Rifa Kuswoyo selaku Staff Pembiayaan BMT Sahara pada 3 November 2021 pukul 12.00 WIB

<sup>178</sup> Hasil wawancara dengan Sulikah selaku anggota Pembiayaan Mudharabah pada 3 November pukul 09.00 WIB

“Ya lokasinya mudah dijangkau dekat dengan rumah saya. Sehingga saya juga tertarik menggunakan produk pembiayaan mudharabah.”<sup>179</sup>

Nasabah merasa tertarik menggunakan produk pembiayaan mudharabah karena lokasi BMT sangat strategis dengan SPBU serta dekat dengan lokasi rumah nasabah.

“Iya memang betul lokasi BMT ini cukup strategis namun demikian juga harus diimbangi dengan pemilihan sasaran marketing yang tepat. Dengan mengefektifkan pemasaran produk juga secara otomatis akan mengefektifkan tercapainya sasaran.”<sup>180</sup>

Menurut keterangan pihak manajer cabang tidak cukup hanya menetapkan lokasi BMT Sahara, namun juga harus diimbangi dengan sasaran pemasaran sehingga dapat secara efektif mencapai sasaran.

Berdasarkan keterangan narasumber dapat disimpulkan bahwa pemilihan lokasi yang strategis dari BMT Sahara mampu menarik minat nasabahnya untuk menggunakan produk pembiayaan. Lokasi BMT Sahara dekat dengan SPBU dan jalan utama serta ruko ruko yang sering didatangi masyarakat sekitar. Penetapan lokasi juga harus diimbangi dengan sasaran pemasaran sehingga dapat mencapai tujuan dari BMT itu sendiri.

Pada strategi pemasaran terdapat strategi pemasaran orang atau *people*. Yang dimaksud strategi orang disini adalah ketersediaan sumber daya manusia yang dimiliki oleh BMT Sahara.

“Jadi untuk masalah strategi Sumber Daya Manusia yang disini itu mulai pelatihan dan pembinaan yang dilakukan ke karyawan ya. Hal ini dimaksudkan untuk membekali karyawan dengan pengetahuan

---

<sup>179</sup> Hasil wawancara dengan Totok selaku anggota Pembiayaan Mudharabah pada 3 November pukul 10.00 WIB

<sup>180</sup> Hasil wawancara Susilo, A.Ma selaku Manajer Cabang BMT Sahara pada 2 November 2021 pukul 12.00 WIB

tertentu agar pada proses pemasarannya dapat berjalan dengan baik dan lancar.”<sup>181</sup>

Dari penjelasan dapat diketahui bahwa strategi pembiayaan yang berkaitan dengan SDM dilakukan dengan pelatihan serta pembinaan. Hal ini berfungsi untuk membekali karyawan dengan pengetahuan tertentu agar pada proses pemasarannya dapat berjalan dengan baik dan lancar.

Pernyataan ini selaras dengan Bapak Susilo selaku Manajer Cabang BMT Sahara:

“Jadi selain pelatihan dan pembinaan disini setiap kali ada karyawan yang bermasalah di lapangan kami selesaikan secara bersama sama. Jadi kami itu ada rapat satu minggu sekali untuk melihat perkembangan dari target itu seperti apa. Lalu untuk penyaluran dana sendiri sebenarnya kan juga ada kriteria ya mana atau orang seperti apa yang layak untuk didanai oleh kami. Jadi juga tidak asal ya. Tidak memungkinkan memberikan penawaran pinjaman ke anak SMP misalnya. Ya yang seperti itu ada triknya. Ya kita bekal SDM yang kami miliki juga.”<sup>182</sup>

Selain pembinaan dan pelatihan yang dilakukan pada karyawan, BMT Sahara juga melakukan rapat satu minggu sekali untuk meninjau target yang telah diberikan kepada karyawan. Dalam penyaluran dana pihaknya mengaku memiliki kriteria dalam memberikan penyaluran dana.

“Kalau segi strategi sumber daya manusianya disini lebih ke penguatan mental dan pemahaman mengenai pembiayaan syariah itu seperti apa ya. Lalu juga cara penilaian dari calon anggota pembiayaan itu seperti apa. Disini ada target bagi pihak marketing jadi nantinya kalau tidak memenuhi target bisa di rapatkan atau evaluasi kendala apa dan bagaimana.”<sup>183</sup>

---

<sup>181</sup> Hasil wawancara Susilo, A.Ma selaku Manajer Cabang BMT Sahara pada 2 November 2021 pukul 12.00 WIB

<sup>182</sup> Hasil wawancara dengan Ramadhan selaku Kabag Pembiayaan BMT Sahara pada 2 November 2021 pukul 13.00 WIB

<sup>183</sup> Hasil wawancara Rifa Kuswoyo selaku Staff Pembiayaan BMT Sahara pada 3 November 2021 pukul 12.00 WIB

Strategi pengembangan dan pelatihan yang ada di BMT Sahara lebih pada penguatan mental dan pemahaman mengenai pembiayaan syariah serta cara menilai calon anggota pembiayaan. Apabila karyawan pembiayaan tidak memenuhi target pihak BMT akan mengevaluasi melalui rapat mingguan.

Berdasarkan pemaparan narasumber dapat disimpulkan bahwa strategi *people* yang dilakukan oleh BMT Sahara berkaitan dengan pelatihan dan pembinaan karyawan. BMT Sahara memiliki kriteria calon pembiayaan. BMT Sahara juga melakukan rapat satu minggu sekali untuk meninjau target yang telah diberikan kepada karyawan.

Perusahaan yang memakai prinsip syariah dapat dilihat dari kegiatan sehari-hari yang dilakukan. Bukti fisik seperti seragam para pegawai yang sesuai dengan tuntunan agama Islam merupakan salah satu cara perusahaan dikategorikan telah mentaati prinsip Islam.

“Kalau terkait bukti fisik itu ya disini dengan peraturan seragam atau pakaian yang dikenakan karyawan sehari-hari. Kalau wanita harus berhijab, pakaiannya sopan rapi. Lalu dari akad yang digunakan juga pakai akad yang nama namanya syariah. Desain brosur pamfletnya memakai kata bahasa arab. Hal ini juga menjadi suatu bahan pertimbangan masyarakat ya. Maksudnya ini agar masyarakat ini percaya bahwa sistem kami adalah syariah, jauh dari unsur nepotisme ataupun riba.”<sup>184</sup>

Bukti fisik bahwa Kopsyah BMT Sahara termasuk lembaga keuangan syariah terlihat dari seragam yang dikenakan pegawai harus sopan dan rapi serta bagi perempuan harus memakai hijab. Akad yang

---

<sup>184</sup> Hasil wawancara Susilo, A.Ma selaku Manajer Cabang BMT Sahara pada 2 November 2021 pukul 12.00 WIB

digunakan dalam pembiayaan adalah akad akad syariah. Selain itu brosur di desain memakai bahasa arab agar calon anggota atau masyarakat tertarik dan percaya bahwa sistem yang diberlakukan adalah sistim lembaga keuangan islam yang jauh dari nepotisme ataupun riba..

“Jadi untuk membuat masyarakat percaya dengan sistem kami yang syariah. Yang dimaksud syariah disini itu dengan mencover penampilan luar baik dari seragam, desain kantor, dan brosur serta akad akad yang kami gunakan dalam pembiayaan. Jadi bahasa dan desain kami mengandung unsur bahasa arab ya.”<sup>185</sup>

Untuk membuat masyarakat percaya ddengan sistem operasional yang dilakukan oleh BMT, penampilan luar maupun dalam kantor menggunakan bahasa dan kata kata yang mengandung huruf arab.

“Ya sragamnya disini harus sopan rapi meskipun kami akan dilapangan. Menggunakan bahasa yang baik ketika melayani nasabah. Mendesain brosur sedemikian rupa juga bagian untuk menonjolkan sisi syariahnya atau sisi agamanya ya.”<sup>186</sup>

Sragam yang harus digunakan karyawan sehari-hari harus sopan rapi meskipun harus berada di lapangan. Karyawan menggunakan bahasa yang baik dalam melayani nasabah. Mendesain brosur dengan menonjolkan sisi syariah.

Berdasarkan pemaparan beberapa narasumber dapat disimpulkan bahwa strategi bukti fisik yang dimaksud adalah menonjolkan sisi syariah dengan mendesain ruangan, brosur dengan kata-kata berbahasa arab.

Karyawan menggunakan seragam yang bebas, sopan rapi, untuk

---

<sup>185</sup> Hasil wawancara Rifa Kuswoyo selaku Staff Pembiayaan BMT Sahara pada 3 November 2021 pukul 12.00 WIB

<sup>186</sup> Hasil wawancara dengan Ramadhan selaku Kabag Pembiayaan BMT Sahara pada 2 November 2021 pukul 13.00 WIB

perempuan harus berhijab. Selanjutnya menggunakan akad pembiayaan dengan akas-akad syariah.

Selanjutnya strategi proses yang diterapkan oleh BMT Sahara adalah sebagai berikut:

“Jadi untuk proses pembiayaan disini itu biaya administrasinya rendah tidak seperti perbankan lainnya, kemudian untuk proses sendiri cukup lumayan cepat ya, pengajuannya juga mudah tinggal mengikuti persyaratan yang kami perlukan seperti foto kopi ktp suami istri, lalu jaminan serta mengisi formulir yang kami berikan.”<sup>187</sup>

Dari pemaparan Bapak Rifa diketahui bahwa proses pembiayaan yang dilakukan di BMT Sahara cukup cepat dan mudah hanya perlu mengikuti intruksi persyaratan yang harus dilengkapi calon nasabah.

“Proses untuk menjadi nasabah atau anggota pembiayaan mudharabah disini adalah dengan membuka rekening baru syaratnya itu foto copy KTP suami istri, surat jaminan dan pengisian blanko. Prosesnya cukup lumayan cepat jadi misal nanti sudah di ACC oleh atasan ya langsung bisa dicairkan.”<sup>188</sup>

Untuk menjadi kanngota pembiayan prosesnya cukup mudah dan cepat dengan cara membuka rekening baru. Persyaratan yang harus dilengkapi adalah foto copy KTP suami istri, , jaminan, pengisian blanko pinjaman dan penandatanganan surat perjanjian peminjaman.

Kemudahan bertransaksi ini juga dipaparkan oleh anggota dari pembiayaan mudharabah:

“Ya menurut saya prosesnya cukup mudah dan cepat. Jadi mulai dari pengunppulan berkas persyaratan dan jaminan. Lalu dua hari kemudian saya di hubungi bahwa bisa melakukan pencairan

---

<sup>187</sup> Hasil wawancara Rifa Kuswoyo selaku Staff Pembiayaan BMT Sahara pada 3 November 2021 pukul 12.00 WIB

<sup>188</sup> Hasil wawancara dengan Ramadhan selaku Kabag Pembiayaan BMT Sahara pada 2 November 2021 pukul 13.00 WIB

dana. Ya Cuma tanda tangan kontrak gitu. Disini juga dijelaskan kok mengenai biaya yang harus dibayarkan perbulan berapa gitu. Karyawannya cukup responsif sih gitu.”<sup>189</sup>

Dari penjelasan nasabah dapat diketahui bahwa proses transaksi yang diterapkan di BMT Sahara sangat mudah dan cepat. BMT Sahara memiliki karyawan yang responsif.

Berdasarkan pemaparan tersebut dapat disimpulkan bahwa BMT Sahara memiliki proses transaksi yang mudah dan cepat. Untuk menjadi anggota pembiayaan di BMT Sahara harus membuka rekening baru dengan persyaratan seperti foto copy KTP suami istri, surat jaminan asli, pengisian blanko pinjaman serta penandatanganan perjanjian akad pembiayaan mudharabah.

#### **b. KSPPS Al-Madani Panggunrejo Kabupaten Tulungagung**

Peneliti menggunakan dua tempat penelitian untuk melihat perbandingan strategi pemasaran produk pembiayaan. Berikut hasil wawancara dengan informan mengenai tujuan dan fungsi dari strategi pembiayaan produk mudharabah:

“Tujuan dari pada adanya strategi itu sendiri yang pertama untuk mencapai target atau sasaran yang sudah ditetapkan. Setiap lembaga keuangan baik itu syariah maupun konvensional pasti menginginkan bertambahnya keuntungan atau pendapatan atau profit itu naik. Dari mana bisa memperoleh kenaikan itu? Ya dari, proses penghimpunan dan penyaluran dana lewat pembiayaan mudharabah. Jadi uang itu diputar. Dari anggota yang mempunyai modal dalam bentuk tabungan itu nanti diputar ke anggota yang berkebutuhan modal.”<sup>190</sup>

---

<sup>189</sup> Hasil wawancara dengan Totok selaku anggota Pembiayaan Mudharabah pada 3 November pukul 10.00 WIB

<sup>190</sup> Hasil Wawancara dengan Ir. Bunaya Fauzi Jauhar selaku Managaer KSPPS Al-Madani pada 4 November 2021 pukul 09.00 WIB

Strategi pemasaran pembiayaan memiliki tujuan untuk mencapai target atau sasaran yang telah di tentukan KSPPS Al-Madani. Dengan adanya strategi pemasaran produk diharapkan dapat meningkatkan profit atau keuntungan dari proses penghimpunan dan penyaluran dana.

Lebih lanjut berikut keterangan staff marketing:

“Ya memang pada dasarnya strategi itu direncanakan agar koperasi bisa mencapai target atau sasaran yang sudah dirumuskan. Kalo masalah target ya target kami untuk pembiayaan mudharabah itu ada ya dari pedagangan, dari pemilik ruko, dari petani, atau dari pengusaha kecil, penjual pinggir jalan kaya warung itu ya. Dan strategi ini juga sebagai salah stu upaya meminimalkan reko kebangkrutan atau pailit yang diakibatkan dari gagal bayar anggota pembiayaan.”<sup>191</sup>

Strategi pemasaran pembiayaan dirancang oleh KSPPS Al-Madani dengan tujuan dapat mencapai target atau sasaran yang telah ditetapkan. Target yang dimaksud adalah kalangan masyarakat ekonomi menengah bawah seperti petani, pedagang, pemilik ruko/toko serta pemilik usaha kecil lainnya. Strategi merupakan upaya dari KSPPS AL-Madani untuk meminimalkan resiko kebangkrutan.

Pernyataan mengenai target ini diperjelas dari pernyataan para anggota pembiayaan mudharabah mengenai usaha yang dimilikinya:

“Saya jualan bakso ya saya cukup terbantu dengan adanya pinjaman mudharabah sebagai salah satu upaya mengembangkan usaha.”<sup>192</sup>

“Saya memakai produk pembiayaan mudharabah. Usaha saya itu dibidang olah makanan. Jadi untuk masalah membeli keperluan pembuatan gerobak dan persediaan lain ya saya pasrahkan ke koperasi. Nanti kalau udah satu bulan berjalan kita hitung tiba kita

---

<sup>191</sup> Hasil wawancara dengan Shakti Fauzi selaku Staff Marketing KSPPS Al-Madani pada 4 November 2021 pukul 11.00 WIB

<sup>192</sup> Hasil wawancara dengan Muchtar selaku Anggota Pembiayaan Mudharabah KSPPS Al-Madani pada 4 November 2021 pukul 10.00 WIB

bagi hasil lah. Ya saya cukup terbantu karena ndak pusing sama modal.”<sup>193</sup>

Berdasarkan pemaparan anggota KSPPS AL-Madani dapat diketahui bahwa sasaran dari koperasi adalah masyarakat dengan ekonomi menengah kebawah yang rata-rata pedangan. Keberadaan produk pembiayaan mudharabah sangat membantu para pengusaha mikro dalam kecukupan modal.

Dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran pembiayaan mudharabah bertujuan untuk mencapai target atau sasaran yang telah ditetapkan oleh KSPPS Al-Madani. Target pemasaran pembiayaan mudharabah adalah para pengusaha mikro seperti pedagang, petani, pemilik ruko dan lain sebagainya. Strategi pemasaran pembiayaan mudharabah juga dibuat sebagai salah satu upaya meminimalkan resiko dari lembaga keuangan syariah.

Selanjutnya strategi produk yang diterapkan oleh KSPPS AL-Madani adalah sebagai berikut:

“Strategi produk itu seperti apa? Yang pertama menyediakan produk sesuai dengan keperluan dari anggota dan sesuai dengan syariat islam. Penyediaan produk harus juga ditinjau jadi mana yang sekiranya banyak diminati nanti kita kombinasikan sesuai akad. Kedua memberikan inovasi produk. Inovasi yang seperti apa? Ya seperti produk yang bisa dibuka dengan opsi usaha perseorangan maupun usaha milik bersama dengan beberapa orang sekaligus, juga kami siap untuk melayani sistem antar jemput, memiliki keuntungan bentuk nisbah bagi hasil.”<sup>194</sup>

---

<sup>193</sup> Hasil wawancara dengan Kadenan selaku Anggota Pembiayaan Mudharabah KSPPS Al-Madani pada 4 November 2021 pukul 13.00 WIB

<sup>194</sup> Hasil Wawancara dengan Ir. Bunaya Fauzi Jauhar selaku Managaer KSPPS Al-Madani pada 4 November 2021 pukul 09.00 WIB

Strategi produk KSPPS Al-Madani yakni dengan menyediakan produk sesuai kebutuhan nasabah yang sesuai syariat islam. Memberikan inovasi produk seperti menyediakan produk pembiayaan mudharabah untuk perorangan maupun usaha milik bersama, menawarkan sistim antar jemput serta bentuk nisbah bagi hasil.

“Adapun produk yang ditawarkan itu harus disesuaikan dengan kebutuhan anggota atau nasabah agar merasa tertarik menggunakan produk KSPPS Al-Madani. Strategi dan peluang produk ini harus diciptakan untuk mencapai target memuaskan serta memebuhi kebutuhan tentunya. Inovasi produk yang cukup berbeda tentunya kalo dibanding dari produk konvensional. Jadi kita pakai akad mudharabah atau bagi hasil itu perbandingannya 30:70 atau 40:60 ini juga tergantung dari jenis usaha dan kesepakatan dengan pihak koperasi mbak.”<sup>195</sup>

Produk yang ditawarkan harus dapat memuaskan dan sesuai kebutuhan dari nasabah atau anggota agar dapat menarik minat masyarakat. Inovasi dari KSPPS Al-Madani terhadap produknya adalah sistim bagi hasil yang berbedar dari produk konvensional. Perbandingan nisbah bagi hasil yang ditawarkan oleh pihak KSPPS Al-Madani disesuaikan dengan jenis usaha nasabah/anggota dan disesuaikan dengan kesepakatan dengan pihak koperasi.

Adapun alasan anggota pembiayaan mudharabah KSPPS Al-Madani berminat menggunakan produk tersebut adalah:

“Alasannya karena bisa ditawar mbak. Dan tidak ribet seperti pinjaman di bank bank itu.”<sup>196</sup>

---

<sup>195</sup> Hasil wawancara dengan Shakti Fauzi selaku Staff Marketing KSPPS Al-Madani pada 4 November 2021 pukul 11.00 WIB

<sup>196</sup> Hasil wawancara dengan Kadenan selaku Anggota Pembiayaan Mudharabah KSPPS Al-Madani pada 4 November 2021 pukul 13.00 WIB

“Ya karena mudah, dan keuntungannya dibagi ditanggung bareng beserta kerugiannya makanya lebih minat pakai ini.”<sup>197</sup>

Dari alasan narasumber menggunakan produk pembiayaan di KSPPS Al-Madani karena proses dan sistem pembiayaan mudharabah cukup mudah dan ringan dibandingkan dengan lembaga keuangan syariah seperti bank. Selain itu anggota pembiayaan KSPPS Al-Madani juga tertarik karena keuntungan dan kerugian pinjaman pembiayaan dapat ditanggung bersama.

Dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi produk pembiayaan mudharabah yakni dengan menyediakan produk sesuai kebutuhan nasabah yang disesuaikan dengan akad syariah sehingga dapat menarik minat nasabah menggunakan produk pembiayaan mudharabah. Selanjutnya dengan memberikan inovasi produk seperti menyediakan produk pembiayaan mudharabah untuk perorangan maupun usaha milik bersama, menawarkan sistim antar jemput serta bentuk nisbah bagi hasil.

Pengertian harga terhadap produk dan jasa bank syariah merupakan kontra prestasi dalam bentuk margin, bagi hasil, fee atau uang jasa (ujrah) untuk pembiayaan, dan jasa yang diberikan. Berikut ini strategi harga KSPPS Al-Madani:

“Masalah harga ada cukup keuntungan disini kalau pakai produk kami. Kami tidak ada biaya administrasi kayak bank bank lainnya ya. Terus kami juga menyediakan limit pembiayaan itu lima \juta sampai lima belas juta tergantung dari jenis usaha. Dan seperti yang saya katakan tadi ya kalau kami kanpakai sistim bagi hasil jadi kami menawarkan keuntungan dan kerugian yang sesuai dengan

---

<sup>197</sup> Hasil wawancara dengan Muchtar selaku Anggota Pembiayaan Mudharabah KSPPS Al-Madani pada 4 November 2021 pukul 10.00 WIB

kesepakatan. Hal ini yang bisa menjadi daya tarik dari masyarakat sekitar.”<sup>198</sup>

KSPPS Al- Madani tidak memungut biaya administrasi seperti perbankan lainnya sehingga dapat menjadi daya tarik masyarakat. KSPPS Al-Madani memberikan penawaran dalam pembagian nisbah keuntungan kepada anggota pembiayaan dengan limit penawaran pinjaman 5-15 juta.

Pemaparan ini sejalan dengan Sakti Fauzi selaku staff pembiayaan:

“Disini pinjaman yang ditawarkan itu disesuaikan dengan jenis usaha yang dimiliki nasabah serta jaminan yang dimiliki nasabah. Disini juga menawarkan limit paling banyak lima belas juta. Strategi harga disini ya seperti itu jadi produk dikemas untuk memudahkan nasabah atau anggota sesuai keperluan dia. Disini juga tidak seperti perbankan milik swasta atau BUMN yang ada biaya administrasinya kok. Perana penetapan harga dan limit pinjaman ini sangat penting untuk menghasdapi persaingan bisnis lembaga keuangan khususnya syariah. Sebisa mungkin harus bisa menarik minat dari masyarakat atas permintaan yang ada.”<sup>199</sup>

Peranan penetapan harga akan menjadi sangat penting terutama pada keadaan persaingan yang semakin tajam terutama untuk menjaga dan meningkatkan posisi di pasaran. Dengan tidak adanya biaya administrasi pembiayaan diharapkan akan menjadi daya tarik dan alternatif bagi nasabah atau anggota. Limit yang ditawarkan 5-15 juta yang disesuaikan dengan jenis usaha dan benda yang dijaminkan.

Berikut pendapat anggota pembiayaan KSPPS Al-Madani mengenai harga yang ditetapkan:

“Ya alhamdulillah disini tenor pinjamannya juga gak kayak di bank besar mbak. Jadi saya juga tertarik. Apalagi gak ada biaya

---

<sup>198</sup> Hasil Wawancara dengan Ir. Bunaya Fauzi Jauhar selaku Managaer KSPPS Al-Madani pada 4 November 2021 pukul 09.00 WIB

<sup>199</sup> Hasil wawancara dengan Shakti Fauzi selaku Staff Marketing KSPPS Al-Madani pada 4 November 2021 pukul 11.00 WIB

tambahan lali cuma apa ya syarat pinjaman yang perlu saya lengkapi. Disurvey terus cair kok.”<sup>200</sup>

“Sebenarnya saya dulu agak takutsih pas pinajm. Kan bingungnya soalnya ditawari ini bagi hasil. Agak ribet mungkin harus ada catatan ya. Nanti tiap bulannya juga dipantau terus sih kalau untung ya yang jelas 70% buat saya karena yang menjalankan usah udah keluar tenaga juga.”<sup>201</sup>

Dari wawancara anggota pembiayaan mudharabah dapat disimpulkan bahwa harga pinjaman pembiayaan mudharabah cukup untuk menarik minat masyarakat karena menawarkan sistim bagi hasil yang tidak memiliki tenor pinjaman seperti bank konvensional.

Strategi harga dapat disimpulkan bahwa KSPPSAI-Madani tidak menarik biaya administrasi pembiayaan. Peranan penetapan harga akan menjadi sangat penting terutama pada keadaan persaingan yang semakin tajam terutama untuk menjaga dan meningkatkan posisi di pasaran. Dengan tidak adanya biaya administrasi pembiayaan diharapkan akan menjadi daya tarik dan alternatif bagi nasabah atau anggota. Limit yang ditawarkan 5-15 juta yang disesuaikan dengan jenis usaha dan benda yang dijaminkan.

Selanjutnya strategi promosi KSPPS AI-Madani yakni:

“Dalam hal promosi kami mengandalkan strategi jemput bola, lalu menggunakan pamflet atau brosur serta sosialisasi ke masyarakat sekitar sini.”<sup>202</sup>

---

<sup>200</sup> Hasil wawancara dengan Kadenan selaku Anggota Pembiayaan Mudharabah KSPPS AI-Madani pada 4 November 2021 pukul 13.00 WIB

<sup>201</sup> Hasil wawancara dengan Muchtar selaku Anggota Pembiayaan Mudharabah KSPPS AI-Madani pada 4 November 2021 pukul 10.00 WIB

<sup>202</sup> Hasil Wawancara dengan Ir. Bunaya Fauzi Jauhar selaku Managaer KSPPS AI-Madani pada 4 November 2021 pukul 09.00 WIB

Dari pemaparan yang disampaikan strategi di KSPPS Al-Madina menggunakan jemput bola, mengandalkan pamflet atau brosur serta sosialisasi ke masyarakat sekitar. Pendapat ini dibenarkan oleh staff marketiny yang kesehariannya berada di lapangan:

“Sebenarnya kalo strategi promosi itu tiap staf disini beda beda mbak. Kalau saya lebih suka mendatangi tempat usaha dan ada juga yang memberikan promosi melalui penyebarab brosur dan pamflet di media sosial. Terus lagi ada yang dengan metode promosinya ke pasar pasar pelosok desa ke pedagang pasar.”<sup>203</sup>

Setiap staff marketing memiliki cara tersendiri dalam promosi produk mudharabah. Beberapa diantaranya dengan cara mendatangi tempat usaha, melakukan promosi pada pedagang dipasar serta melalui brosur atau media masa.

Paparan yang disampaikan oleh pihak KSPPS Al-Madani ini sejalan dengan promosi yang diperoleh dari anggota pembiayaan mudharabah:

“Dahulu saya tahunya dari sosialisasi dipasar mbak. Juga saya dulu dikasih brosur.”<sup>204</sup>

“Lewat facebook lo mbak saya tahunya dulu. Lalu setelah tau brosurnya saya cari tahu ke banknya.”<sup>205</sup>

Hasil wawancara dengan nasabah menyebutkan bahwa mengenal KSPPS melalui media msa dan sosialisasi yang dilakukan pada pedagang dan brosur yang disebar luaskan.

Dari pemaparan beberapa narasumber dapat disimpulkan bahwa strategi promosi yang dilakukan oleh KSPPS Al-Madani yakni dengan

---

<sup>203</sup> Hasil wawancara dengan Shakti Fauzi selaku Staff Marketing KSPPS Al-Madani pada 4 November 2021 pukul 11.00 WIB

<sup>204</sup> Hasil wawancara dengan Kadenan selaku Anggota Pembiayaan Mudharabah KSPPS Al-Madani pada 4 November 2021 pukul 13.00 WIB

<sup>205</sup> Hasil wawancara dengan Muchtar selaku Anggota Pembiayaan Mudharabah KSPPS Al-Madani pada 4 November 2021 pukul 10.00 WIB

strategi jemput bola, melalui brosur, pamflet dan media sosial serta sosialisasi. Dalam penyampaian promosi setiap staff marketing memiliki cara tersendiri untuk menarik minat masyarakat, seperti: melakukan pemasaran pada pedagang kecil, door to door dan mendatangi pasar di pelosok desa.

“Penempatan lokasi itu juga diperhatikan mbak. Paling tidak anggota KSPPS Al-Madani ini bisa menjangkau. Maksimal itu di radius 10 Km dari lokasi anggota. Jadi semakin dekat lokasi koperasi dengan masyarakat secara tidak langsung akan menarik minat masyarakat untuk pakai produk kami. Bisa dilihat bahwa kami sengaja melihat lokasi yang dekat jalan raya sering dilewati masyarakat dan merupakan jalan utama.”<sup>206</sup>

Dari penjelasan manajer KSPPS Al-Madani lokasi yang menjadi pertimbangan penempatan koperasi harus dekat dengan lalu lalang masyarakat. Maksimal koperasi dapat dijangkau masyarakat dengan radius 10 kilometer.

“Jadi dalam distribusi produk atau jasi yang kami tawarkan itu paling tidak dalam menyalurkan, menyebarluaskan menyampaikan harus dapat dijangkau oleh masyarakat. Dan lagi karena koperasi ini memiliki sifat untuk dijangkau masyarakat ekonomi mikro maka sebisa mungkin penempatannya pun juga paling tidak dekat dengan jalur perdagangan masyarakat ekonomi mikro ini. Selain masalah penempatan ya mbak, yang juga penting itu kita harus tau kondisi atau karakteristik dari calon anggota pembiayaan. Dari gaya hidupnya, pekerjaan dan pendidikannya, jadi kita melakukan pendekatan itu mudah kalau lokasinya juga memungkinkan untuk melakukan penyampaian ke masyarakat.”<sup>207</sup>

KSPPS AL Madani menganggap penting lokasi penempatan koperasi karena penempatan lokasi berkaitan erat dengan alokasi

---

<sup>206</sup> Hasil Wawancara dengan Ir. Bunaya Fauzi Jauhar selaku Managaer KSPPS Al-Madani pada 4 November 2021 pukul 09.00 WIB

<sup>207</sup> Hasil wawancara dengan Shakti Fauzi selaku Staff Marketing KSPPS Al-Madani pada 4 November 2021 pukul 11.00 WIB

pendistribusian jasa dari lembaga keuangan syariah. Pemilihan lokasi yang tepat akan mempermudah pihak KSPPS AL Madani dalam melakukan pendekatan kepada masyarakat serta menganalisa karakteristik dari anggota pembiayaan.

Penempatan lokasi ini dirasa sudah cukup strategis bagi KSPPS Al Madani. Demikian pula pendapat dari anggota pembiayaan mengenai lokasi KSPPS Al-Madani:

“Lokasinya dekat dengan rumah.”<sup>208</sup>

“Lokasinya strategis mbak. Dekat dengan rumah. Akses jalannya mudah dan saya juga tidak kesulitan untuk datang kesini. Tidak sampai satu jam dari rumah.”<sup>209</sup>

Narasumber anggota pembiayaan mudharabah juga menjelaskan bahwa akses menuju lokasi KSPSS Al-Madani cukup dekat dengan lokasi rumah anggota.

Berdasarkan pemaparan beberapa narasumber dapat disimpulkan bahwa KSPPS AL Madani menganggap penting lokasi penempatan koperasi karena penempatan lokasi berkaitan erat dengan alokasi pendistribusian jasa dari lembaga keuangan syariah. Pemilihan lokasi yang tepat akan mempermudah pihak KSPPS AL Madani dalam melakukan pendekatan kepada masyarakat.

Strategi orang yang diterapkan oleh KSPPS Al-Madani adalah sebagai berikut:

---

<sup>208</sup> Hasil wawancara dengan Kadenan selaku Anggota Pembiayaan Mudharabah KSPPS Al-Madani pada 4 November 2021 pukul 13.00 WIB

<sup>209</sup> Hasil wawancara dengan Muchtar selaku Anggota Pembiayaan Mudharabah KSPPS Al-Madani pada 4 November 2021 pukul 10.00 WIB

“Jadi strategi yang diterapkan yaitu dengan membekali pengetahuan karyawan dengan pelatihan dan pembinaan terlebih dahulu bagaimana cara melakukan promosi misalnya. Selain itu kami juga melakukan penjangkaran karyawannya maksudnya disini ada sistim rekrutmen juga.”<sup>210</sup>

“Yang pertama dengan melakukan sistim rekrutmen terpadu, melakukan pelatihan dan pembinaan baik yang dilakukan oleh dinas koperasi maupun BMT sendiri, kemudian melakukan sistim evaluasi pada karyawan.”<sup>211</sup>

Dari pemaparan diatas dapat dijelaskan bahwa strategi orang yang dimaksud adalah dengan melakukan sistem rekrutmen terpadu, melakukan pembinaan pelatihan, serta melakukan evaluasi kepada karyawan.

Hal ini juga selaras dengan penjelasan mengenai strategi orang oleh karyawan KSPPS Al-Madani:

“Ya disini sebelum ke lapangan biasanya ada pembinaan dulu. Baik menyoal target, menyoal cara menghadapi masyarakat seperti itu. Lalu kalau ada kendala baik kendala apapun nanti disampaikan saat evaluasi.”<sup>212</sup>

Sebelum karyawan menghadapi calon nasabah maupun nasabah karyawan akan dibekali dengan pembinaan terlebih dahulu tentang cara menghadapi calon nasabah maupun nasabah dari KSPPS Al-Madani. Apabila karyawan memiliki kendala maka akan disampaikan saat evaluasi berlangsung.

Dari penjelasan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi orang yang dimaksud adalah dengan menerapkan sistem rekrutmen

---

<sup>210</sup> Hasil Wawancara dengan Ir. Bunaya Fauzi Jauhar selaku Managaer KSPPS Al-Madani pada 4 November 2021 pukul 09.00 WIB

<sup>211</sup> Hasil wawancara dengan Shakti Fauzi selaku Staff Marketing KSPPS Al-Madani pada 4 November 2021 pukul 11.00 WIB

<sup>212</sup> Hasil wawancara dengan Selviana Novita Sari selaku Staff Marketing KSPPS Al-Madani pada 4 November 2021 pukul 13.40 WIB

terpadu, melakukan pelatihan dan pembinaan baik dari dalam BMT maupun dari Dinas Koperasi. Pembinaan juga dilakukan setiap kali karyawan akan terjun langsung ke lapangan menghadapi anggota maupun calon anggota pembiayaan mudharabah. Selanjutnya dengan melakukan evaluasi terhadap karyawan KSPPS Al-madani.

Strategi bukti fisik yang diterapkan oleh KSPPS BMT Al-Madani adalah:

“Kalau untuk fisiknya ya dengan penerapan akad yang kami gunakan harus sesuai syariah, dari sisi produk baik brosur juga di desain sesuai syariah.”<sup>213</sup>

Dari penjelasan tersebut diketahui bahwa bukti fisik bahwa KSPPS BMT Al-Madani merupakan koperasi berlandaskan syariah adalah dengan penyertaan nama dan akad syariah dalam produk pembiayaan yang ditawarkan, serta menonjolkan brosur dan desain syariah.

“Jadi untuk bukti fisiknya itu macam-macam mbak. Kalau dari sisi ruangan ini dibuat senyaman mungkin, lalu dengan disain interior tulisan arab itu di dinding, selain itu juga brosur maupun akad yang digunakan menggunakan bahasa atau kata kata arab.”<sup>214</sup>

Desain interior dibuat senyaman mungkin, menggunakan hiasan dinding tulisan arab, menggunakan brosur dan akad syariah.

“Ya memang desain brosurnya ada tulisan bahasa arab dan akad yang ditawarkan juga pakek bahasa arab. Jadi ini juga untuk meyakinkan bahwa kami lembaga keuangan yang beroperasi syariah.”<sup>215</sup>

---

<sup>213</sup> Hasil Wawancara dengan Ir. Bunaya Fauzi Jauhar selaku Managaer KSPPS Al-Madani pada 4 November 2021 pukul 09.00 WIB

<sup>214</sup> Hasil wawancara dengan Shakti Fauzi selaku Staff Marketing KSPPS Al-Madani pada 4 November 2021 pukul 11.00 WIB

<sup>215</sup> Hasil wawancara dengan Selviana Novita Sari selaku Staff Marketing KSPPS Al-Madani pada 4 November 2021 pukul 13.40 WIB

Strategi bukti fisiknya terlihat dari desain brosur dan akad yang digunakan di KSPPS Al-Madani.

Berdasarkan pemaparan narasumber dapat disimpulkan bahwa strategi bukti fisik dari KSPPS Al-Madani bahwa memiliki sistem syariah adalah desain brosur dan akad syariah yang digunakan serta desain interior ruangan yang menggunakan tulisan dinding arab.

Selanjutnya strategi proses atau prosedur dari KSPPS Al-Madani yakni:

“Prosedural disini dibuat dengan mudah agar anggota pembiayaan maupun calon anggota dapat memahami proses pembukaan rekening pembiayaan dengan baik.”<sup>216</sup>

Pernyataan ini juga sejalan dengan penjelasan karyawan bagian pemasaran:

“Jadi untuk prosedurnya sendiri tidak begitu ribet seperti Bank milik BUMN ataupun Bank swasta lainnya. Jadi disini persyaratannya pun juga lebih mudah tidak perlu persetujuan dari desa. Prosesnya juga termasuk cepat ya.”<sup>217</sup>

Dari penjelasan narasumber dapat diketahui bahwa prosedur dibuat dengan mudah dan cepat agar anggota ataupun calon anggota dapat memahami dengan baik.

“Nah jadi gini mbak prosesnya juga gak ribet banget ya. Mulai dari persyaratan juga dibuat mudah. Kita minjamnya juga lihat dari jaminan yang bisa dijamin. Cuma memerlukan foto coy KTP aja, pengisian blanko dan tanda tangan.”<sup>218</sup>

---

<sup>216</sup> Hasil wawancara dengan Selviana Novita Sari selaku Staff Marketing KSPPS Al-Madani pada 4 November 2021 pukul 13.40 WIB

<sup>217</sup> Hasil Wawancara dengan Ir. Bunaya Fauzi Jauhar selaku Managaer KSPPS Al-Madani pada 4 November 2021 pukul 09.00 WIB

<sup>218</sup> Hasil wawancara dengan Shakti Fauzi selaku Staff Marketing KSPPS Al-Madani pada 4 November 2021 pukul 11.00 WIB

Persyaratan dibuat mudah, persyaratan peminjaman seperti foto copy KTP, pengisian blanko dan tanda tangan..

Berdasarkan pemaparan tersebut dapat disimpulkan bahwa prosedur yang ditawarkan oleh KSPPS Al-Madani cepat dan mudah. Persyaratan yang dibutuhkan untuk meminjam tidak memerlukan persetujuan dari kepala desa setempat. Peminjaman bisa dilakukan asalkan usaha yang dimiliki jelas, dan nilai jaminan bagus. Persyaratan lainnya adalah foto copy suami istri dan pengisian blanko serta tanda tangan.

## **2. Kendala dalam Penerapan Strategi Pemasaran 7P terhadap Minat Nasabah dalam Pembiayaan Mudharabah di Kopsyah BMT Sahara Bolorejo Kauman Kabupaten Tulungagung dan KSPPS Al-Madani Panggungrejo Kabupaten Tulungagung**

### **a. Kopsyah BMT Sahara Bolorejo Kauman Kabupaten Tulungagung**

Dari hasil wawancara dengan staff marketing dan pihak manajer BMT Sahara mengalai beberapa kendala strategi pemasaran pembiayaan mudharabah dalam hal penyampaian kepada masyarakat.

“Kendalanya disini banyak masyarakat yang belum paham dengan lembaga keuangan syariah sehingga dalam penyampaian atau pengenalannya ke masyarakat ini kita harus ekstra.”<sup>219</sup>

Dari penjelasan Manajer BMT Sahara diketahui kendala utama dari BMT Sahara dalam memasarkan adalah kurangnya pengetahuan

---

<sup>219</sup> Hasil wawancara dengan Ramadhan selaku Kabag Pembiayaan BMT Sahara pada 2 November 2021 pukul 13.00 WIB

masyarakat tentang lembaga keuangan syariah sehingga diperlukan sosialisasi mendalam.

Lain halnya pernyataan mengenai kendala BMT Sahara dalam hal pemasaran disampaikan oleh beberapa staff marketing yakni:

“Yang jadi hambatan itu menurut saya muncul karena adanya pesaing lain yang menawarkan produk serupa. Karena saya pernah menemui beberapa masyarakat itu cukup membanding bandingkan produk kami.”<sup>220</sup>

Pada penjelasan Bapak Ahmad diketahui bahwa hambatan yang sering uncul dilapangan adalah adanya produk serupa yang membuat masyarakat membandingkan produk milik BMT Sahara dengan produk lainnya.

“Selama saya terjun dilapangan ada beberapa masyarakat yang sudah memahami prosedur atau sistemik pembiayaan syariah itu seperti apa. Namun juga ada yang tidak tahu apapun itu ada. Kalau yang sama sekali tidak tahu itu rata rata ketika saya mulai menjelaskan ada yang responnya negatif menyepelekan sih juga ada. Ada juga yang responnya positif. Penjelasan ke masyarakat yang sama sekali tidak tahu lembaga keuangan syariah ini yang cukup susah dan memakan waktu lama. Kadang yang dengarkan itu juga bosan sebenarnya. Ah ini apa ngoceh aja.”<sup>221</sup>

Respon masyarakat tentang keberadaan BMT Sahara beraneka ragam. Beberapa masyarakat yang tidak memahami alur lembaga keuangan syariah akan memakan waktu cukup lama dalam menjelaskan kepada masyarakat. Terjadi respon positif dan negatif dari penjelasan yang diterima masyarakat. Respon negatif tersebut berupa sikap acuh terhadap

---

<sup>220</sup> Hasil wawancara dengan Ahmad Rifqy Syafi'i, SEI selaku Marketing Pembiayaan BMT Sahara pada 2 November 2021 pukul 11.00 WIB

<sup>221</sup> Hasil wawancara dengan Rifa Kuswoyo SEI selaku Marketing Pembiayaan BMT Sahara pada 2 November 2021 pukul 13.30 WIB

keberadaan BMT Sahara. Selain itu penjelasan oleh staff marketing akan membuat masyarakat merasa bosan.

Dari penjelasan beberapa narasumber dapat disimpulkan kendala dalam penerapan strategi 7P adalah: adanya lembaga keuangan syariah lainnya yang menawarkan produk serupa, proses sosialisasi kepada masyarakat yang membosankan dan masih banyak masyarakat belum memahami sistim operasional lembaga keuangan syariah.

#### **b. KSPPS Al-Madani Pangungrejo Kabupaten Tulungagung**

Dari hasil wawancara dari penulis kendala dalam penerapan strategi pemasaran pembiayaan mudharabah di KSPPS Al Madani adalah sebagai berikut:

“Kendalanya kalau sekarang itu ya karena adanya pandemi ini mbak. Untuk promosi pemasaran ke masyarakat juga kurang maksimal. Lalu dari sumber daya manusia sendiri masih kurang memumpuni untuk mencapai target yang ditetapkan.”<sup>222</sup>

Kendala yang sedang dialami dalam penerapan strategi pembiayaan mudharabah adalah adanya dampak bencana alam covid 19 yang mempengaruhi proses promosi. Sementara sumber daya manusia kurang memumpuni untuk mencapai target yang ditetapkan pihak KSPPS Al-Madani.

Kendala yang serupa juga disampaikan oleh beberapa staff marketing pembiayaan yakni:

---

<sup>222</sup> Hasil Wawancara dengan Ir. Bunaya Fauzi Jauhar selaku Managaer KSPPS Al-Madani pada 4 November 2021 pukul 09.00 WIB

“Kendalanya kalau sekarang itu ndak bisa muter leluasa karena takut sama covid 19. Sementara kita dituntut untuk terus melakukan promosi dengan target yang sudah ditetapkan.”<sup>223</sup>

“Sumber daya manusia yang masih lumayan minim kurang bisa memaksimalkan promosi kepada masyarakat.”<sup>224</sup>

Staff marketing produk pembiayaan mudharabah merasa kurang leluasa melakukan promosi dan pengenalan kepada masyarakat akibat adanya covid 19. Selain itu sumber daya manusia yang dimiliki KSPPS Al-Madani masih tergolong minim.

Berdasarkan pemaparan dari beberapa narasumber dapat disimpulkan bahwa kendala yang sedang dialami oleh KSPPS Madani adalah kurangnya sumber daya manusia minim dan keberadaan bencana covid 19 menimbulkan dampak promosi tidak berjalan maksimal

### **3. Solusi dari Kendala-Kendala terkait dengan Penerapan Strategi Pemasaran 7P terhadap Minat Nasabah dalam Pembiayaan Mudarabah di Kopsyah BMT Sahara Bolorejo Kauman Kabupaten Tulungagung dan KSPPS Al-Madani Panggungrejo Kabupaten Tulungagung**

#### **a. Kopsyah BMT Sahara Bolorejo Kauman Kabupaten Tulungagung**

Pada penelitian ini peneliti juga menanyakan pertanyaan tentang solusi BMT Sahara dalam menghadapi kendala yang dimiliki.

“Solusinya itu sebisa mungkin staff marketing yang berhadapan langsung di lapangan dengan masyarakat harus bisa memahami karakteristik dari yang diajak bicara serta menciptakan suasana yang bagus. Komunikasi yang baik itu terjadi dua arah bukan hanya satu arah. Jadi harus ada saling memahami. Selain itu

---

<sup>223</sup> Hasil wawancara dengan Shakti Fauzi selaku Staff Marketing KSPPS Al-Madani pada 4 November 2021 pukul 11.00 WIB

<sup>224</sup> Hasil wawancara dengan Selviana Novita Sari selaku Staff Marketing KSPPS Al-Madani pada 4 November 2021 pukul 13.40 WIB

bagi staff pembiayaan kami berikan target akan merasa terpacu untuk memenuhi target itu tadi.”<sup>225</sup>

Staff marketing harus mampu untuk menciptakan suasana yang kondusif dan memahami karakteristik masyarakat dalam melakukan sosialisasi produk pembiayaan mudharabah. Staff marketing diberikan target agar merasa terpacu dalam melakukan promosi pembiayaan mudharabah.

“Kalau solusi biasanya dengan mencoba memulai pembicaraan dengan santai kepada masyarakat aatau calon anggota ini tadi. Jadi begitu terjalin komunikasi yang baik nanti baru diberi pengarahan produk. Ya tapi kalau responnya kurang baik biasanya saya akan tetap menjelaskan tapi dengan singkat karena tidak mau menyinggung lawan bicara.”<sup>226</sup>

Dari wawancara dengan Ahmad Rifai diketahui bahwa dirinya mencoba berbicara secara santai ketika berhadapan dengan masyarakat. Menjalin komunikasi tanpa harus menyinggung lawan bicara. Pendapat lain disampaikan oleh staff marketing lainnya:

“Jadi solusinya atas kendala tersebut itu membuat hal menarik dalam hal promosi. Seperti memberikan pemahaman yang mudah dipahami oleh masyarakat, lalu mengenalkan kemudahan produk seperti itu.”<sup>227</sup>

Dari pernyataan ini diketahui solusi Staff marketing Rifa Kuswoyo dengan menaraik minat masyarakat menggunakan keunggulan produk syariah dan mengenalkan kemudahan produk yang dimiliki BMT Sahara.

---

<sup>225</sup> Hasil wawancara dengan Ramadhan selaku Kabag Pembiayaan BMT Sahara pada 2 November 2021 pukul 13.00 WIB

<sup>226</sup> Hasil wawancara dengan Ahmad Rifqy Syafi'i, SEI selaku Marketing Pembiayaan BMT Sahara pada 2 November 2021 pukul 11.00 WIB

<sup>227</sup> Hasil wawancara dengan Rifa Kuswoyo SEI selaku Marketing Pembiayaan BMT Sahara pada 2 November 2021 pukul 13.30 WIB

Berdasarkan pemaparan dari beberapa narasumber dapat ditarik kesimpulan bahwa beberapa staff marketing memiliki strategi masing masing dalam berkomunikasi dengan masyarakat. Staff marketing harus mampu untuk menciptakan suasana yang kondusif dan memahami karakteristik masyarakat dalam melakukan sosialisasi produk pembiayaan mudharabah. Staff marketing diberikan target agar merasa terpacu dalam melakukan promosi pembiayaan mudharabah.

#### **b. KSPPS Al-Madani Pangungrejo Kabupaten Tulungagung**

Solusi dari KSPPS Madani dalam menangani kendala strategi pemasaran produk pembiayaan adalah:

“Solusinya ya dengan melakukan pelatihan kepada karyawan yang dimiliki, melakukan open recrutmen terpadu.”<sup>228</sup>

Solusi yang dijelaskan oleh manajer KSPPS Al-Madani adalah dengan melakukan pelatihan kepada karyawan dan melakukan open recrutmen. Hasil wawancara ini sejalan dengan pemaparan staff marketing:

“Melakukan pembinaan dan pelatihan kepada karyawan sebagai salah satu cara meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang dimiliki KSPPS Al-madani. Selanjutnya dengan melakukan open recrutmen terpadu mulai dari tes tulis hingga tahap wawancara. Saya dulu masuk sini juga begini. Jadi dari banyaknya pelamar ini tadi dites satu satu.”<sup>229</sup>

“Untuk solusi dari kendala tersebut ada pelatihan bagi karyawan biasanya ada delegasi dari pihak koperasi untuk ikut serta

---

<sup>228</sup> Hasil Wawancara dengan Ir. Bunaya Fauzi Jauhar selaku Managaer KSPPS Al-Madani pada 4 November 2021 pukul 09.00 WIB

<sup>229</sup> Hasil wawancara dengan Shakti Fauzi selaku Staff Marketing KSPPS Al-Madani pada 4 November 2021 pukul 11.00 WIB

mengikuti pelatihan yang diadakan oleh Dinas Koperasi maupun dari pihak koperasi sendiri.”<sup>230</sup>

Pembinaan dan pelatihan yang dilakukan oleh KSPPS berfungsi untuk meningkatkan kualitas SDM yang dimiliki. Pelatihan dan pembinaan di ikuti sebagian karyawan dengan cara delegasi. Pelatihan dan pembinaan dapat diselenggarakan oleh Dinas Koperasi setempat dan dari pihak koperasi sendiri.

Berdasarkan pemaparan beberapa narasumber dapat disimpulkan bahwa solusi KSPPS Al Madani dalam mengatasi kendala yang ada adalah: melakukan open recrutmen terpadu, melakukan pembinaan dan pelatihan baik yang diselenggarakan oleh pihak Dinas Koperasi maupun pihak KSPPS AL-Madani itu sendiri.

### **C. Temuan Penelitian**

#### **1. Penerapan Strategi Pemasaran 7P Terhadap Minat Nasabah dalam Pembiayaan Mudharabah di Kopsyah BMT Sahara Bolorejo Kauman Kabupaten Tulungagung dan KSPPS Al-Madani Panggunrejo Kabupaten Tulungagung**

##### **a. Kopsyah BMT Sahara Bolorejo Kauman Kabupaten Tulungagung**

Sasaran BMT Sahara adalah masyarakat dengan ekonomi mikro.

Oleh karena itu fokus pemasaran dilakukan pada masyarakat yang memiliki ekonomi menengah kebawah.Strategi pemasaran memiliki

---

<sup>230</sup>Hasil wawancara dengan Selviana Novita Sari selaku Staff Marketing KSPPS Al-Madani pada 4 November 2021 pukul 13.40 WIB

fungsi untuk menarik minat masyarakat menggunakan produk BMT Sahara.

Strategi pemasaran dibuat agar masyarakat dapat mengenal sekaligus tertarik menjadi anggota di BMT Sahara. Dalam penerapan strategi pemasaran BMT Sahara memiliki plan a dan plan b. Strategi dimaksud sebagai upaya untuk meminimalkan resiko pembiayaan dengan menimbang kelayakan pembiayaan dan kecukupan modal.

Produk pembiayaan mudharabah banyak diminati oleh anggota BMT Sahara karena menyediakan pinjaman bagi pelaku usaha/ pedagang . Limit pinjaman yang disediakan oleh BMT Sahara bergantung pada kemampuan anggota. Maksimal limit pinjaman 25 juta.

Kebijaksanaan harga turut menentukan keberhasilan pemasaran produk. Pinjaman mudharabah ditawarkan sesuai dengan kesepakatan dari anggota dan pihak BMT. Skema pembagian bagi hasil ini antara 40:60 dan 30:70. BMT sebagai pemilik modal dan anggota sebagai pengelola. Skema bagi hasil di BMT Sahara mengikuti kemampuan dari anggota pengelola usaha. BMT Sahara menawarkan pinjaman mudharabah yang sama-sama menguntungkan bagi anggota maupun BMT. Bagi hasil akad mudharabah dirasa sangat menguntungkan antara pihak BMT dan anggota/nasabah sehingga masyarakat tertarik menggunakan akad pembiayaan mudharabah.

Strategi promosi di BMT Sahara dilakukan secara langsung oleh staff bagian marketing. BMT Sahara juga mengandalkan pamflet serta

brostur yang dibagikan kepada masyarakat. Selain itu promosi juga dilakukan oleh mahasiswa PPL yang terjun langsung di lapangan dalam proses promosi. Dalam pengenalan produk, BMT Sahara menentukan sasaran lokasi terlebih dahulu dalam penyampaiannya agar tepat sasaran.

Pemilihan letak lokasi BMT Sahara cukup strategis dan dapat dijangkau masyarakat karena dekat dengan SPBU dan ruko-ruko seperti apotik dan toko kelontong. Letak lokasi ini dapat memudahkan untuk mengajak masyarakat menggunakan produk BMT Sahara.

Strategi *people* yang dilakukan oleh BMT Sahara berkaitan dengan pelatihan dan pembinaan karyawan. BMT Sahara memiliki kriteria calon pembiayaan. BMT Sahara juga melakukan rapat satu minggu sekali untuk meninjau target yang telah diberikan kepada karyawan.

Strategi bukti fisik yang dimaksud adalah menonjolkan sisi syariah dengan mendesain ruangan, brostur dengan kata-kata berbahasa arab. Karyawan menggunakan seragam yang bebas, sopan rapi, untuk perempuan harus berhijab. Selanjutnya menggunakan akad pembiayaan dengan akas-akad syariah.

BMT Sahara memiliki proses transaksi yang mudah dan cepat. Untuk menjadi anggota pembiayaan di BMT Sahara harus membuka rekening baru dengan persyaratan seperti foto copy KTP suami istri, surat jaminan asli, pengisian blanko pinjaman serta penandatanganan perjanjian akad pembiayaan mudharabah.

**b. KSPPS Al-Madani Pangungrejo Kabupaten Tulungagung**

Strategi pemasaran pembiayaan dirancang oleh KSPPS Al-Madani dengan tujuan dapat mencapai target atau sasaran yang telah ditetapkan. Target yang dimaksud adalah kalangan masyarakat ekonomi menengah bawah seperti petani, pedagang, pemilik ruko/toko serta pemilik usaha kecil lainnya. Keberadaan produk pembiayaan mudharabah sangat membantu para pengusaha mikro dalam kecukupan modal.

Produk yang ditawarkan harus dapat memuaskan dan sesuai kebutuhan dari nasabah atau anggota agar dapat menarik minat masyarakat. Inovasi dari KSPPS Al-Madani terhadap produknya adalah sistem bagi hasil yang berbedar dari produk konvensional. Perbandingan nisbah bagi hasil yang ditawarkan oleh pihak KSPPS Al-Madani disesuaikan dengan jenis usaha nasabah/anggota dan disesuaikan dengan kesepakatan dengan pihak koperasi.

KSPPS Al-Madani tidak memungut biaya administrasi seperti perbankan lainnya sehingga dapat menjadi daya tarik masyarakat. KSPPS Al-Madani memberikan penawaran dalam pembagian nisbah keuntungan kepada anggota pembiayaan dengan limit penawaran pinjaman 5-15 juta. Peranan penetapan harga akan menjadi sangat penting terutama pada keadaan persaingan yang semakin tajam terutama untuk menjaga dan meningkatkan posisi di pasaran.

Strategi promosi yang dilakukan oleh KSPPS Al-Madani yakni dengan strategi jemput bola, melalui brosur, pamflet dan media sosial serta

sosialisasi. Dalam penyampaian promosi setiap staff marketing memiliki cara tersendiri untuk menarik minat masyarakat, seperti: melakukan pemasaran pada pedagang kecil, *door to door* dan mendatangi pasar di pelosok desa.

KSPPS AL Madani menganggap penting lokasi penempatan koperasi karena penempatan lokasi berkaitan erat dengan alokasi pendistribusian jasa dari lembaga keuangan syariah. Pemilihan lokasi yang tepat akan mempermudah pihak KSPPS AL Madani dalam melakukan pendekatan kepada masyarakat serta menganalisa karakteristik dari anggota pembiayaan.

Strategi orang yang dimaksud adalah dengan menerapkan sistem rekrutmen terpadu, melakukan pelatihan dan pembinaan baik dari dalam BMT maupun dari Dinas Koperasi. Pembinaan juga dilakukan setiap kali karyawan akan terjun langsung ke lapangan menghadapi anggota maupun calon anggota pembiayaan mudharabah. Selanjutnya dengan melakukan evaluasi terhadap karyawan KSPPS Al-madani.

Bukti fisik dari KSPPS Al-Madani bahwa memiliki sitim syariah adalah desain brosur dan akad syariah yang digunakan serta desain interior ruangan yang menggunakan tulisan dinding arab.

Prosedur yang ditawarkan oleh KSPPS Al-Madani cepat dan mudah. Persyaratan yang dibutuhkan untuk meminjam tidak memerlukan persetujuan dari kepala desa setempat. Peminjaman bisa dilakukan asalkan

usaha yang dimiliki jelas, dan nilai jaminan bagus. Persyaratan lainnya adalah foto copy suami istri dan pengisian blanko serta tanda tangan.

**2. Kendala-Kendala dalam Penerapan Strategi Pemasaran 7P terhadap Minat Nasabah dalam Pembiayaan Mudharabah di Kopsyah BMT Sahara Bolorejo Kauman Kabupaten Tulungagung dan KSPPS Al-Madani Panggunrejo Kabupaten Tulungagung**

**a. Kopsyah BMT Sahara Bolorejo Kauman Kabupaten Tulungagung**

Respon masyarakat tentang keberadaan BMT Sahara beraneka ragam. Beberapa masyarakat yang tidak memahami alur lembaga keuangan syariah akan memakan waktu cukup lama dalam menjelaskan kepada masyarakat. Terjadi respon positif dan negatif dari penjelasan yang diterima masyarakat. Respon negatif tersebut berupa sikap acuh terhadap keberadaan BMT Sahara. Selain itu penjelasan oleh staff marketing akan membuat masyarakat merasa bosan.

**b. KSPPS Al-Madani Panggunrejo Kabupaten Tulungagung**

Kendala yang sedang dialami dalam penerapan strategi pembiayaan mudharabah adalah adanya dampak bencana alam covid 19 yang mempengaruhi proses promosi tidak berjalan maksimal. Sementara sumber daya manusia kurang memumpuni untuk mencapai target yang ditetapkan pihak KSPPS Al-Madani.

**3. Solusi dari Kendala-Kendala yang terkait dengan Penerapan Strategi Pemasaran 7P Terhadap Minat Nasabah Dalam Pembiayaan Mudharabah di Kopsyah BMT Sahara Bolorejo Kauman**

**a. Kopsyah BMT Sahara Bolorejo Kauman Kabupaten Tulungagung**

Staff marketing harus mampu untuk menciptakan suasana yang kondusif dan memahami karakteristik masyarakat dalam melakukan sosialisasi produk pembiayaan mudharabah. Staff marketing diberikan target agar merasa terpacu dalam melakukan promosi pembiayaan mudharabah.

Beberapa staff marketing memiliki strategi masing masing dalam berkomunikasi dengan masyarakat. Staff marketing harus mampu untuk menciptakan suasana yang kondusif dan memahami karakteristik masyarakat dalam melakukan sosialisasi produk pembiayaan mudharabah. Staff marketing diberikan target agar merasa terpacu dalam melakukan promosi pembiayaan mudharabah.

**b. KSPPS Al-Madani Panggungrejo Kabupaten Tulungagung**

Solusi KSPPS Al Madani dalam menagatasi kendala yang ada adalah: melakukan open recrutmen terpadu, melakukan pembinaan dan pelatihan baik yang diselenggarakan oleh pihak Dinas Koperasi maupun pihak KSPPS AL-Madani itu sendiri.