

BAB V

PEMBAHASAN

A. Cara BMT Permata Jawa Timur Mojokerto Dalam Memilih Sekolah Sebagai Mitra Kerja sama Dalam Pemasarannya

Lembaga Keuangan Syariah untuk memenuhi kelangsungan hidup lembaga itu terletak pada pemasukan lembaga yaitu dari funding maupun leanding. Salah satu yang dilakukan oleh BMT Permata Jawa Timur untuk meningkatkan produknya khususnya produk tabungan untuk pendidikan yaitu dengan melakukan kerjasama dengan beberapa instansi pendidikan yang dekat dengan BMT Permata Jawa Timur atau daerah Mojokerto, seperti PAUD, Taman Kanak-kanak (TK), Sekolah Dasar (SD), dan Sekolah Menengah Pertama (SMP).

Dengan menggandeng instansi-instansi pendidikan, merupakan suatu hal yang baik bagi pihak BMT karena dengan adanya kerja sama ini akan menambah pemasukan pihak BMT akan berlangsung terus menerus melalui produk tabungan untuk pendidikan ini. Kerjasama yang terjalin oleh instansi-instansi terkait ini juga akan terus diperbarui setiap tahun ajaran baru sehingga BMT akan mendapatkan nasabah tabungan pendidikan baru setiap tahun ajaran baru.

Dari hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti cara BMT Permata Jawa Timur dalam memilih sekolah sebagai mitra kerja sama itu tidak pilih-pilih untuk mencari mitranya tetapi memilih sekolah yang memiliki hubungan

dengan BMT Permata Jawa Timur, seperti dari pihak Yayasan Permata menjadi anggota, menjadi bagian pengurus di BMT dan lokasinya dekat dengan BMT Permata Jawa Timur. Bukan hanya yang dekat dengan BMT saja namun dalam hal ini pihak BMT memilih lembaga yang memang diharapkan bisa memberikan prospek besar bagi BMT sendiri.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Sahrum yang berjudul Strategi Pemasaran Bak Syariah Menggunakan Momorandum Of Understanding (Studi Pada Bank Syariah Bukopin Cabang Pada Yayasan Al Falah Assalam Sidoarjo) yang menyatakan pemilihan lembaga kerja sama yaitu instansi pendidikan di wilayah yang dekat dengan BMT maupun perbankan dan diharapkan memberikan prospek besar bagi Lembaga Keuangan sendiri. Hal ini juga sesuai dengan definisi pemasaran secara spesifik yang dijelaskan oleh Muhammad dalam bukunya yang berjudul Manajemen Bank Syariah bahwa pemasaran bagi lembaga / jasa keuangan adalah mengidentifikasi pasar yang paling menguntungkan sekarang dan di masa yang akan datang, menilai kebutuhan sasaran pengembangan bisnis dan membuat rencana untuk mencapai sasaran tersebut, dan promosi untuk mencapai sasaran.¹

Cara BMT dalam melakukan pemasarannya melalui kerja sama dengan sekolah-sekolah, sebelum turun kelapangan untuk mencari mitra pihak BMT melakukan mapping atau pengelompokan pasar terlebih dahulu, kemudian mempersiapkan perlengkapan yang dibutuhkan dalam proses

¹ Muhammad, *Managemen Bank Syariah*, (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2011), hal. 223

pemasaran ketika bertemu dengan calon nasabah atau calon mitra seperti proposal, brosur serta produk apa saja yang akan ditawarkan kepada nasabah. Setelah melakukan persiapan yang matang maka mereka mendatangi calon nasabah sesuai dengan list yang sudah dilakukan sebelumnya. Pihak BMT mengajukan proposal terlebih dahulu ke pihak sekolah-sekolah, setelah itu apabila pihak sekolah menyetujui adanya kerja sama ini maka dari pihak BMT akan mengadakan sosialisasi kepada pihak sekolah dan juga kepada wali murid.

Pihak BMT Permata memberikan pelayanan kepada nasabahnya yaitu dengan cara mengambil dan mengembalikan tabungan ke sekolah-sekolah yang telah bekerja sama dengan BMT Permata Jawa Timur baik itu melakukan funding maupun leanding. Dengan adanya layanan seperti ini akan mempermudah pihak sekolah, yang disebut dengan *pick up service* (layanan jemput bola). Dengan adanya sistem ini diharapkan mitra akan puas karena pihak nasabah tidak perlu lagi repot-repot untuk datang ke BMT. Di pihak lain, BMT juga akan mendapatkan keuntungan karena bisa lebih akrab dengan mitra. Apabila keakraban ini sudah terjalin, maka akan mudah bagi pihak BMT untuk menawarkan produk-produk lainnya kepada nasabah.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini sama dengan penelitian Sahrudin yang berjudul Strategi Pemasaran Bank Syariah Menggunakan Memorandum Of Understanding (Studi Pada Bank Syariah Bukopin Cabang Pada Yayasan Al Falah Assalam Sidoarjo) dan Nasihatul yang berjudul Strategi Pemasaran Produk Simpanan Pendidikan di BMT

Makmur Sejahtera Wlingi-Blitar. Menyatakan bahwa strategi pemasaran sebagai tolak ukur dalam meningkatkan perusahaan dalam berbagai bidang bisnis terutama pada lembaga keuangan syariah non bank yaitu BMT pemasaran yang dilakukan yaitu dengan cara menjemput bola atau datang langsung ke masyarakat untuk mensosialisasikan produk-produknya, lebih menjalin kerja sama lebih baik dengan calon nasabah yang mereka kenal sebelumnya sehingga lebih gampang. Untuk hal tersebut sesuai dengan tujuan dari pemasaran yang dijelaskan dalam buku Manajemen Pemasaran oleh Samsul Anam dkk, yaitu bertujuan untuk mengetahui dan memahami konsumen dengan baiknya sehingga produk dan jasa yang ditawarkan cocok bagi konsumen dan bisa menjalin kerjasama.²

Dalam prespektif syariah, jemput bola dapat pula dipahami sebagai upaya dari BMT Permata untuk mengembangkan tradisi silaturahmi yang menurut Rasulullah SAW dapat menambah rezeki, memanjangkan umur, serta menjauhkan manusia dari dendam dan kebencian. Setelah empat pendekatan tersebut sudah dilalui, selanjutnya perlu dikembangkan kembali dengan cara harus berindak jujur, amanah, profesional dibidangnya dengan mewujudkan signifikansi transparansi dibidang manajemen.

² Samsul Anam, Ahmad Khairul Hakim, Muhammad Ahsan, Airlangga Bramayuda, *Manajemen Pemasaran*, (Surabaya: IAIN Sunan Ampel Press, 2013), hal, 6

B. Bentuk-bentuk Kerja sama yang dilakukan Oleh BMT Permata Jawa Timur Mojokerto Dengan Pihak Sekolah

Hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti bentuk kerja sama yang dilakukan antara BMT Permata Jawa Timur dengan pihak sekolah diantaranya yaitu:

1. Tabungan Siswa

Kegiatan menabung yang dilakukan oleh siswa setiap harinya yang digunakan untuk pembayaran SPP atau kegiatan sekolah yang lainnya. Tabungan yang ada di BMT yang dapat diambil sesuai dengan kesepakatan antar kedua belah pihak dan sesuai dengan akad yang digunakan untuk produk tabungan untuk pendidikan.

2. Gaji Guru

Kerja sama yang dilakukan antara BMT Permata Jawa Timur dengan sekolah yaitu gaji guru. Dengan hal ini akan mempermudah pihak Yayasan Permata untuk melakukan penggajian ustadz, ustadzah maupun karyawannya. Hal ini pihak BMT Permata mendapat keuntungan dari produk atau jasa yang digunakan oleh Yayasan permata.

3. Sponsorship

Kegiatan yang dilakukan oleh BMT Permata Jawa Timur kepada sekolah-sekolah yang bekerja sama dengan BMT untuk memberikan sponsorship pada saat ada kegiatan sekolah. Hal ini merupakan salah satu bentuk kedekatan antara BMT Permata dengan sekolah-sekolah yang telah bekerja sama dengan sekolah.

4. Pembiayaan Guru

Penyediaan jasa pembiayaan guru yang dilakukan oleh BMT Permata Jawa Timur dengan Yayasan Permata. Dengan jaminan pembiayaan yaitu SK guru yang dimiliki ustadz dan ustadzahnya yang akan melakukan pembiayaan untuk pembayarannya sendiri yang diambil dari pemotongan gaji setiap bulannya.

Dari hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti ada empat bentuk kerja sama yang dilakukan oleh BMT Permata Jawa Timur dengan pihak sekolah yang telah bekerja sama dengan BMT Permata Jawa Timur. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitiannya Monica Ardian, Analisis Strategi Pemasaran Produk Tabungan Pendidikan BPRS PNM Binama Kantor Kas Mijen yaitu bentuk kerja sama yang dilakukan yaitu dalam bidang tabungan siswa. Bekerja sama dengan instansi pendidikan Tabungan yang diperuntukkan untuk siswa-siswa yang dapat digunakan untuk pembayaran spp dan yang lainnya yang dapat ditarik sesuai dengan kesepakatan dan akad yang digunakan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan Sahrum yang berjudul Strategi Pemasaran Bank Syariah Menggunakan Memorandum Of Understanding (Studi Pada Bank Syariah Bukopin Cabang Pada Yayasan Al Falah Assalam Sidoarjo) yaitu bentuk kerja sama dalam sponsorship dan gaji guru. Dengan ini maka Lembaga Keuangan akan mendapat keuntungan dari produk dan jasa yang digunakan.

Hal ini sesuai dengan penjelasan Ismail dalam bukunya Perbankan Syariah bahwa pelayanan pembayaran gaji guru merupakan salah satu dari pelayanan Jasa Bank Syariah yang diberikan kepada nasabah untuk memenuhi kebutuhan mereka. Bank menawarkan produk dan jasa kepada nasabah atau orang lain yang membutuhkan dimana dengan pelayanan jasa tersebut maka bank akan memperoleh pendapatan yang disebut dengan *fee based income*.³

Fee based income (Pendapatan non bunga) yaitu keuntungan yang didapatkan dari transaksi-transaksi yang diberikan dalam jasa-jasa lembaga keuangan yang lainnya. Salah satu kegiatan perbankan selain menghimpun dana dan menyalurkan dana adalah memberikan pelayanan jasa-jasa yang lainnya. Tujuannya adalah untuk mendukung dan memperlancar kedua kegiatan tersebut. Seperti yang dilakukan oleh BMT Permata Jawa Timur ini yaitu dengan melakukan jasa penggajian guru untuk pihak Yayasan Permata yang dilakukan pada saat akhir bulan. Bukan hanya penggajian guru saja namun dalam BMT Permata Jawa Timur ini juga memberikan layanan yaitu transfer uang ke Bank yang lainnya.

C. Manfaat Kerja sama Antara BMT Permata Jawa Timur Mojokerto dengan Pihak Sekolah

Kerja sama atau kemitraan merupakan suatu strategi bisnis yang dilakukan oleh dua pihak maupun lebih dalam jangka waktu tertentu untuk

³ Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2011), hal. 193

meraih keuntungan bersama yang dilaksanakan oleh perusahaan maupun Lembaga Keuangan baik itu syariah maupun konvensional. Dengan hal ini kerjasama akan memberikan manfaat bagi kedua belah pihak maupun lebih yang melakukan kerja sama.

1. Manfaat yang didapatkan oleh BMT Permata Jawa Timur

Dengan adanya kerja sama ini banyak manfaat yang didapatkan oleh pihak BMT Permata Jawa Timur yaitu merupakan potensi bisnis besar yang didapatkan oleh BMT, dengan ini akan meningkatkan jumlah nasabah yang berasal dari tabungan siswa, guru maupun karyawan. Membantu pihak Yayasan Permata Jawa Timur dalam penggajian guru maupun karyawannya. Menambah relasi kerja sama dan dapat dijadikan pengenalan BMT Permata kepada masyarakat luas. Adanya kerja sama ini pihak BMT akan mendapatkan keuntungan dari segi pemasaran produk dan jasa yang dilakukan oleh para wali murid melalui komunikasi antar wali murid.

2. Manfaat yang diperoleh Sekolah

Manfaat yang didapatkan oleh sekolah yaitu dengan ini pihak guru sendiri terbantu dalam melakukan pengelolaan keuangan sekolah yang berasal dari tabungan siswa dan dapat meningkatkan branding sekolah. Mengajarkan kepada anak-anak untuk menabung disekolah, rumah, maupun di Lembaga Keuangan Syariah dan juga membantu orang tua untuk mengontrol pengeluaran anak dan juga mengajarkan kepada anak untuk lebih mandiri dan disiplin dalam pengelolaan uang mereka sendiri.

3. Manfaat yang diperoleh Wali Murid

Manfaat yang didapatkan oleh wali murid yaitu membantu orang tua untuk mempersiapkan dana sekolah untuk anak-anaknya. Terbantukan untuk mengenalkan produk-produk tabungan yang ada diperbankan. Mengajarkan anak untuk hidup hemat, rajin menabung dan juga mengajarkan kemandirian maupun kedisiplinan anak untuk mengelola keuangan mereka sendiri.

Dengan kerja sama ini banyak manfaat yang didapatkan oleh beberapa pihak yang melakukan hal ini. Bukan hanya lembaga saja yang mendapatkan manfaat namun pihak lain akan mendapatkan manfaat sendiri. Dengan ini kita dapat membantu orang lain dan dapat meringkankan beban-beban mereka. Seperti halnya yaitu pihak wali murid dengan adanya kerja sama ini dapat manfaat tersendiri yaitu dari pihak orang tua akan terbantu dengan biaya anak-anaknya yang akan memasuki tahun ajaran baru.

D. Kendala-kendala yang dihadapi Oleh BMT Permata Jawa Timur Mojokerto Dalam Melakukan Pemasaran Melalui Kerja sama dengan Sekolah

Adapun kendala yang dihadapi oleh BMT Permata Jawa Timur dalam melakukan pemasaran melalui kerja sama dengan sekolah ada dua kendala yaitu kendala secara internal dan secara eksternal. Kendala secara internal yaitu yang paling utama adalah SDM (Sumber Daya Manusia) karena sumber daya manusia yang terlibat langsung dalam organisasi dan masing-masing

memiliki peran dan fungsi tersendiri dalam pencapaian suatu organisasi.⁴

Kendala yang dihadapi oleh BMT Permata Jawa Timur secara internal yaitu:

1. SDM (Sumber Daya Manusia) yang Tersedia Kurang Berkompeten

Hasil observasi dari penelitian yaitu kendala yang dihadapi oleh BMT Permata Jawa Timur yaitu mengenai kurangnya SDM yang memadai yang berhubungan dengan kemampuan yang dimiliki masih kurang. Karena tidak semua karyawan BMT Permata Jawa Timur lulusan sarjana sesuai dengan pekerjaannya. Dengan adanya karyawan yang memiliki keahlian, kompeten dan memiliki dedikasi yang tinggi maka dapat memaksimalkan produktivitas. Dengan hal ini SDM yang baik merupakan asset bagi organisasi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Atin Zuliawati Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Peminat Simpanan Pelajar Prestasi (Superprestasi) di BMT Harapan Umat Kudus yang menyatakan bahwa kemampuan SDM yang dimiliki oleh BMT masih kurang, dikarenakan tidak semua karyawan BMT adalah lulusan sarjana, jurusan pendidikan dan pekerjaan yang dilakukan sekarang tidak sesuai.

Berdasarkan bukunya Burhanudin Yusuf mengatakan bahwa banyak keunggulan yang dimiliki organisasi atau perusahaan, tidak akan dapat memaksimalkan produktivitas dan laba usaha tanpa adanya komunitas karyawan yang berkeahlian, kompeten dan berdedikasi tinggi

⁴ Burhanuddin Yusuf, *Manajemen Sumber Daya Manusia di Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), hal. 24

terhadap organisasi atau perusahaan.⁵ Dengan hal ini tujuan dari suatu organisasi akan tercapai dengan baik. Untuk mencapai suatu tujuan yaitu dengan cara melalui kegiatan orang lain, artinya tujuan dapat dicapai bila dilakukan oleh satu orang atau lebih. Dalam manajemen sumber daya manusia, karyawan adalah kekayaan (*asset*) utama perusahaan, sehingga harus dipelihara dengan baik.⁶

Dengan adanya SDM yang baik maka kegiatan yang dilakukan akan mendapatkan hal yang baik dan mencapai tujuan yang sudah direncanakan dan diinginkan oleh Lembaga Keuangan. Salah satunya yaitu BMT Permata Jawa Timur dengan adanya SDM yang baik maka akan mencapai tujuan yang diinginkan oleh pihak BMT seperti kegiatan yang dilakukan oleh karyawan akan berjalan dengan lancar dan penempatan karyawan sesuai dengan keahlian dan kemampuan karyawan itu sendiri.

2. Kurangnya Jumlah SDM (Sumber Daya Manusia)

Hasil observasi dari peneliti yaitu jumlah karyawan BMT Permata Jawa Timur masih kurang memadai, dengan hal ini karyawan merangkap pekerjaan bagian yang lain. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Kiky Suryaningtyas yang berjudul Strategi Pemasaran Produk Simpanan Siswa Pendidikan Pada BMT Bina Umat Sejahtera Cabang Semarang yaitu kurangnya SDM yang memadai yang berhubungan dengan

⁵ Burhanuddin Yusuf, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, hal. 25

⁶ Veithzal Rivai Zainal, Mansyur Ramly, Thoby Mutis, dan Willy Arifah, *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan: Dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: Rajawali Press, 2015), hal. 4

kurangnya jumlah karyawan, dimana para pegawai merangkap pekerjaan bagian yang lain.

Dengan adanya permasalahan kurangnya jumlah SDM dalam BMT Permata Jawa Timur ini maka akan memperlambat pekerjaan dan kegiatan akan sedikit terhambat dikarenakan dari pihak karyawannya sendiri merangkap pekerjaan yang lain. Seperti dalam melakukan pengambilan tabungan maupun pengambilan tabungan itu dari pihak customer service maupun administrasi keuangan juga mengambil tabungan ke sekolah-sekolah dengan hal ini maka pekerjaan yang mereka lakukan akan terganggu dan terselesainya pekerjaan juga tidak tepat waktu. Dari karyawannya sendiri akan menyelesaikan pekerjaannya mereka sesuai dengan jabatannya yaitu sekitar pukul 10.00 WIB.

3. Promosi Produk di BMT Permata Belum Maksimal

Hasil observasi dari peneliti yaitu promosi yang dilakukan oleh BMT Permata Jawa Timur masih kurang maksimal dikarenakan kurangnya karyawan dalam melakukan pemasaran kepada masyarakat untuk memasarkan produk-produk yang dimiliki oleh BMT Permata Jawa Timur. Kerana dengan promosi yang baik dan efektif pasti akan mendapatkan hasil yang memuaskan. Dengan promosi produk yang dijual akan dikenal oleh orang.

Hasil observasi ini sejalan dengan Afif Nuril Huda yang berjudul Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Minat Menabung Masyarakat di BMT Al Hikmah Cabang Gunung Pati Semarang

menyatakan bahwa pemasaran yang dilakukan dirasakan kurang maksimal dikarenakan kurangnya karyawan yang melakukan pemasaran kepada masyarakat. Dengan adanya promosi yang baik maka akan mendapatkan hasil yang memuaskan.

Berdasarkan bukunya Kasmir mengatakan tanpa promosi pelanggan tidak dapat mengenal produk atau jasa yang ditawarkan. Oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan konsumennya. Salah satu tujuan promosi perusahaan adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon konsumen yang baru.⁷

Dengan permasalahan seperti ini yaitu promosi yang dilakukan masih kurang maka dari pihak BMT masih kurang maka hal ini akan menyebabkan nasabah yang ingin didapatkan masih belum tercapai. Dengan hal ini produk maupun jasa yang dimiliki oleh BMT masih terlalu begitu dikenal oleh masyarakat luas. Promosi yang dilakukan masih kurang ini disebabkan dengan adanya karyawan merangkap pekerjaan yang lain maka menyebabkan tumpang tindih pekerjaan dan promosi yang dilakukan juga kurang efektif.

4. Minat Menabung Siswa yang Relatif Rendah

Hasil observasi menyatakan bahwa kendala yang dihadapi oleh BMT Permata Jawa Timur yaitu kurangnya minat menabung siswa untuk siswa tingkat SMP dimana mereka memiliki banyak kebutuhan untuk

⁷ Kasmir, *Kewirausahaan*, hal. 176

keperluannya sendiri dan kurangnya kesadaran dan ketertarikan untuk menabung. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Laxmi Sulistyoningrum yang berjudul Analisis Strategi Pemasaran BMT Harapan Umat Pati Cabang Puri Dalam Meningkatkan Minat Anggota Terhadap Produk Tabungan Simpanan Pelajar.

Dalam BMT Permata Jawa Timur ini minat menabung dari siswa yang tingkat SMP masih kurang dalam tingkat SMP ini siswa yang masih aktif menabung yaitu sekitar 30 anak per harinya dan untuk tingkat SD pun mulai kelas lebih tinggi siswa yang menabung juga mulai menurun.

5. Kurangnya Pemahaman Masyarakat Tentang BMT Permata Jawa Timur

Hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti menyatakan bahwa kendala yang dihadapi oleh BMT Permata yaitu tentang kurangnya pemahaman masyarakat tentang BMT Permata. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Afif Nuril Huda yang berjudul Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Minat Menabung Masyarakat di BMT Al Hikmah Cabang Gunung Pati Semarang yang menyatakan bahwa banyak masyarakat yang belum mengetahui tentang apa itu BMT dan bagaimana sistem syariah yang dijalankan di BMT.

Dari masyarakat sekitar BMT Permata Jawa Timur masih banyak yang belum mengetahui tentang adanya keberadaan BMT Permata Jawa Timur ini, dari masyarakatnya sendiri juga belum terlalu mengetahui tentang apa itu BMT, bagaimana sistemnya, bagaimana dengan pelayanannya sendiri.

Kendala eksternal yang dihadapi oleh BMT Permata Jawa Timur dalam melakukan pemasarannya melalui kerja sama dengan sekolah yaitu :

1. Menanamkan kepercayaan terhadap orang lain untuk menabung ke BMT itu tidak mudah

Hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti menyatakan bahwa kendala yang dihadapi oleh BMT Permata Jawa Timur yaitu untuk menanamkan kepercayaan terhadap orang lain untuk menabung ke BMT itu tidak mudah karena masyarakat lebih dahulu mengenal Bank dari pada BMT. Kepercayaan itu sangat diperlukan dalam menjalin suatu hubungan dengan mitra usaha karena perusahaan jasa menjanjikan konsumen atas pembelian produk yang tidak dapat dilihat maupun diraba. Dengan adanya kepercayaan dari nasabah maka nasabah akan berusaha untuk memikirkan ulang dengan akan menabung di BMT.

Menurut Robbins dalam buku Stephen P. Robbins dan Timothy A. Judge mengatakan bahwa kepercayaan sebagai ekspektasi atau pengharapan positif bahwa orang lain tidak akan bertindak secara oportunistik, baik secara kata-kata, tindakan, dan kebijakan.

2. Dalam melakukan pemasaran dengan pihak sekolah terkadang masih ditolak

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti bahwa kendala yang dihadapi oleh BMT Permata Jawa Timur yaitu dalam melakukan pemasaran dengan pihak sekolah terkadang masih ditolak dikarenakan untuk menanamkan kepercayaan kepada pihak sekolah sendiri masih sulit

dan juga pihak sekolah yang akan diajak untuk bekerja sama dengan BMT Permata Jawa Timur, mereka sudah menjalin kerja sama dengan pihak lainnya. Hal ini menjadi hambatan BMT Permata Jawa Timur dalam mendapatkan nasabah.

3. BMT tidak mempunyai LPS (Lembaga Penjamin Simpanan) tetapi setiap tahun ada proses audit

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti bahwa kendala yang dihadapi oleh BMT Permata Jawa Timur yaitu BMT Permata Jawa Timur tidak mempunyai LPS (Lembaga Penjamin Simpanan) namun setiap tahunnya dalam BMT Permata Jawa Timur ini ada proses audit. Dengan adanya ini juga dari pihak calon nasabah kurang percaya kepada BMT. Kepercayaan masyarakat terhadap industri perbankan nasional itu merupakan salah satu kunci untuk memelihara stabilitas industri perbankan. Kepercayaan ini dapat diperoleh dengan kepastian hukum dalam pengaturan dan pengawasan bank serta penjamin simpanan nasabah bank. salah satu mekanisme dengan melalui peraturan perundang-undangan dalam rangka untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat kepada bank adalah dengan adanya undang-undang nomor 24 Tahun 2004 tentang (LPS) Lembaga Penjamin Simpanan.⁸ Dengan adanya LPS ini diharapkan dapat memberikan keyakinan pihak nasabah, khususnya nasabah penyimpan dana.

⁸ Abdul Ghofur Anshori, *Penerapan Prinsip Syariah Dalam Lembaga Keuangan Lembaga Pembiayaan dan Perusahaan Pembiayaan*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008), hal. 194

Meskipun pengaturan dan peraturan perundang-undangan mengenai prinsip kepercayaan ini ditujukan secara khusus perbankan, tetapi prinsip kepercayaan ini juga di terapkan dalam lembaga keuangan lainnya yang masih belum bernaung di bawah LPS.

4. Persaingan dengan Lembaga Keuangan Sejenis

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti kendala yang dihadapi oleh BMT Permata Jawa Timur yaitu banyaknya pesaing dari pihak Lembaga Keuangan sejenis, sehingga menjadikan masyarakat lebih memiliki banyak pilihan untuk memilih Lembaga Keuangan mana yang dipilih.

Persaingan sendiri merupakan usaha untuk memperlihatkan keunggulan dari masing-masing yang dilakukan oleh perseorangan (perusahaan) yaitu pada bidang perdagangan, produksi, jasa, dsb.

E. Solusi yang dilakukan Oleh BMT Permata Jawa Timur Mojokerto Dalam Menghadapi Kendala

Adanya kendala yang dihadapi oleh setiap organisasi pasti memiliki solusi untuk menyelesaikan kendala-kendala yang dihadapi. Dengan adanya kendala-kendala yang dihadapi oleh BMT Permata Jawa Timur dalam melakukan pemasaran BMT Permata Jawa Timur bekerjasama dengan sekolah, solusi yang dilakukan oleh BMT Permata Jawa Timur ada dua cara yaitu internal dan eksternal. Berikut ini solusi internal yang dilakukan oleh BMT Permata Jawa Timur yaitu :

1. Pengadaan *Coontrolling* dan Pelatihan

Hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti dengan adanya kendala yang dihadapi oleh BMT Permata Jawa Timur yaitu dengan cara perekrutan karyawan yang lebih selektif lagi dari segi pendidikan, kemampuan, keterampilan dan pengalaman kerja dari calon karyawan. Untuk karyawan yang lama maka akan dilakukan pengontrolan dan pelatihan secara *intensive* kepada karyawan secara berkala.

Hasil observasi ini sejalan dengan Kiky Suryaningtyas yang berjudul Strategi Pemasaran Produk Simpanan Siswa Pendidikan Pada BMT Bina Umat Sejahtera Cabang Semarang yang menyatakan bahwa dilakukan perekrutan karyawan yang berkompeten sehingga mendapatkan karyawan yang berkualitas. Selain itu, diadakannya *cotrol* serta pelatihan yang *intensive*.

Pelatihan adalah suatu usaha untuk memperbaiki kinerja pekerja pada suatu pekerjaan tertentu yang sedang menjadi tanggung jawabnya atau satu pekerjaan yang ada kaitannya dengan pekerjaannya. Secara ideal, pelatihan harus didesain untuk mewujudkan tujuan-tujuan dari para pekerja secara perorangan. Dengan adanya pelatihan dapat memperbaiki kinerja diharapkan setelah mengikuti pelatihan, kinerja dan produktivitas dari karyawan akan semakin meningkat dikarenakan adanya peningkatan keterampilan dan pengetahuan.⁹

⁹ Burhanuddin Yusuf, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, hal. 25

Pelatihan dan *controlling* secara *intensive* merupakan hal yang penting dilakukan oleh suatu organisasi maupun Lembaga Keuangan Syariah hal ini digunakan untuk mewujudkan tujuan-tujuan yang telah direncanakan oleh Lembaga Keuangan. Seperti yang dilakukan oleh BMT ini yaitu untuk karyawan yang baru masuk yaitu dilakukan selama satu minggu yaitu tentang BMT agar para karyawan baru lebih mengenal tentang BMT. Ada juga upgrading yang dilakukan pada awal tahun dan akhir tahun untuk menentukan strategi BMT ke depannya. Untuk upgrading sendiri biasanya tentang pelayanan, strategi marketing baik funding maupun landing. Ada juga pendidikan yang dilakukan untuk para anggota yang dilakukan setiap satu tahun sekali.

2. Dilakukan Perekrutan Karyawan

Hasil observasi yang dilakukan peneliti solusi yang dilakukan oleh BMT Permata Jawa Timur yaitu dengan cara melakukan perekrutan karyawan kembali dengan cara menginformasikan melalui pamflet, iklan, memberitahukan kepada teman-teman, dan melalui media sosial.

Berdasarkan buku Jusmaliani mengatakan bahwa metode yang dilakukan dalam rekrutmen eksternal ini sat bervariasi, bisa melalui iklan di media-cetak/televisi/radio, melalui agen/konsultan, melalui teman/kenalan, melalui organisasi profesi, melalui sekolah/PT/Akademik; melalui mantan karyawan.¹⁰

¹⁰ Jusmaliani, *Pengelolaan Sumber Daya Insani*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014), hal. 80

Dengan adanya pengumuman lowongan pekerjaan melalui media-media ataupun melalui pamflet maka akan banyak orang mengetahui bahwa dalam organisasi tersebut membutuhkan karyawan untuk bekerja ditempat itu.

3. Peningkatan Promosi dimaksimalkan Kembali

Hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti menyatakan bahwa solusi yang dilakukan oleh BMT Permata Jawa Timur yaitu dengan cara meningkatkan promosi dimaksimalkan kembali yaitu dengan cara semua karyawan bisa dijadikan marketing, dengan memasarkan produk-produk yang dimiliki oleh BMT dengan cara *personal selling* (penjualan pribadi) maupun *door to door*, melakukan *opentabel*, menyebarkan prosur pada saat Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) dan memberikan pelayanan yang lebih baik lagi.

Berdasarkan buku Kasmir menyatakan bahwa dalam praktiknya ada empat macam saran promosi yang dapat digunakan oleh setiap bank dalam mempromosikan baik produk maupun jasanya. Pertama, promosi melalui periklanan (*advertising*), kedua melalui promosi penjualan (*sales promotion*), ketiga publisitas (*publicity*), dan keempat adalah promosi melalui penjualan pribadi (*personal selling*).¹¹

4. Mensosialisasikan Kepada Siswa Tentang Manfaat Menabung

Hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti bahwa untuk meningkatkan menabung siswa yang dilakukan oleh BMT Permata Jawa

¹¹ Kasmir, *Pemasaran Bank*, hal. 176

Timur yaitu dengan cara melakukan sosialisasi kepada siswa tentang manfaat menabung, keunggulan dari menabung di BMT Permata Jawa Timur yaitu dengan memberikan souvenir atau bonus sesuai dengan ketentuan yang diberikan BMT untuk siswa yang rajin menabung dan yang sering menabung. Memberikan fasilitas dan pelayanan yang lebih baik lagi kepada siswa dengan hal ini akan menambah minat mereka untuk menabung di BMT Permata Jawa Timur.

5. Mensosialisasikan Tentang Keberadaan BMT Permata Jawa Timur Mojokerto

Hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti solusi yang dilakukan oleh BMT Permata Jawa Timur yaitu dengan cara mensosialisasikan kepada masyarakat dari pihak BMT bergabung dengan komunitas-komunitas pengajian, berkumpul dengan komunitas wali murid dan kegiatan yang ada disekitar daerah BMT. Dengan menjelaskan adanya keberadaan BMT Permata Jawa Timur, menjelaskan prinsip-prinsip syariah yang digunakan oleh BMT, mengenalkan produk-produk dan menginformasikan tentang keunggulan-keunggulan yang dimiliki oleh BMT kepada calon nasabah, menjalin hubungan baik dengan calon nasabah dan mempertahankan silaturahmi yang baik dengan nasabah.

Dengan adanya sosialisasi dengan adanya keberadaan BMT Permata ke masyarakat secara luas, mungkin masyarakat akan mengetahui tentang keberadaan BMT ini. Hal ini akan berdampak baik bagi BMT itu sendiri karena BMT akan dikenal oleh masyarakat luas dan masyarakat

pun berminat untuk melakukan transaksi di BMT Permata Jawa Timur ini.

Solusi eksternal yang dilakukan oleh BMT Permata Jawa Timur dalam menghadapi kendala eksternal adalah sebagai berikut :

1. Memberikan kepercayaan kepada calon nasabah bahwa menabung di BMT itu aman

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti bahwa solusi yang dilakukan oleh BMT Permata Jawa Timur untuk menghadapi kendala untuk menanamkan kepercayaan terhadap orang lain untuk menabung ke BMT itu tidak mudah yaitu memberikan kepercayaan yang lebih kepada calon nasabah bahwa menabung di BMT itu juga aman yaitu dengan cara memberikan pengetahuan kepada masyarakat tentang manfaat menabung, kelebihan dari BMT dan juga kelebihan menabung di BMT Permata Jawa Timur. Memberikan kepercayaan kepada calon nasabah bahwa BMT Permata Jawa Timur akan menjamin dana nasabah dikelola dengan baik dan uangnya yang disimpan akan aman. Dengan adanya pengertian seperti yang dilakukan oleh BMT Permata Jawa Timur, maka masyarakat akan percaya untuk menabung ke BMT Permata Jawa Timur.

2. Menunjukkan Performance yang baik kepada calon mitra maupun mitra

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti solusi BMT Permata Jawa Timur untuk menghadapi kendala yaitu dalam melakukan pemasaran dengan pihak sekolah terkadang masih ditolak. Solusi yang dilakukan yaitu dengan cara menunjukkan performance yang baik kepada

calon mitra seperti kita berkata jujur, terbuka, menunjukkan kelebihan yang dimiliki oleh BMT dan memberikan pelayanan yang baik kepada mitra yang telah bekerja sama, dengan ini nantinya mitra yang akan menyalurkan kepuasannya terhadap BMT ke sekolah yang lainnya. hal ini juga dapat membantu pihak BMT Permata untuk mendapatkan calon mitra kerja sama yang banyak. Dari pihak BMT Permata Jawa Timur juga memberikan maintenance kepada anggota atau calon anggota, seperti pemberian bingkisan pada saat lebaran.

3. Bersedia untuk di audit secara eksternal dan meningkatkan kepercayaan kepada nasabah maupun calon nasabah

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti bahwa solusi yang dilakukan oleh BMT Permata Jawa Timur dalam menghadapi kendala BMT tidak mempunyai LPS (Lembaga Penjamin Simpanan) yaitu dengan cara BMT Permata Jawa Timur bersedia untuk di audit secara eksternal dengan ini hasilnya dapat dilihat oleh pihak-pihak lain dan meningkatkan kepercayaan kepada nasabah maupun calon nasabah bahwa menyimpan atau menabung uang di BMT itu juga aman seperti di Perbankan walaupun tidak ada LPS (Lembaga Penjamin Simpanan). Pihak BMT juga berusaha untuk menerapkan etika bisnis dengan prinsip kejujuran dan dari kinerja pelayanan serta sumber daya manusia.

Dari segi etika bisnis yaitu prinsip kejujuran BMT Permata Jawa Timur sangat berpegang teguh dengan jujur dalam segala hal, karena

mereka meyakini bahwa dengan kejujuran terhindar dari resiko-resiko yang tidak diinginkan.

4. Meningkatkan pelayanan dan menciptakan citra yang baik kepada nasabah

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti bahwa solusi yang dilakukan oleh BMT Permata Jawa Timur yaitu dengan cara meningkatkan pelayanan dan menciptakan citra yang baik kepada nasabah. Meningkatkan pelayanan kepada nasabah yaitu dari pihak BMT Permata Jawa Timur dengan cara mengoptimalkan dengan adanya pelayanan jemput bola, memberikan suasana dalam gedung BMT Permata Jawa Timur yang nyaman. Menurut Tjiptono layanan adalah kegiatan yang dilakukan perusahaan kepada pelanggan yang telah membeli produknya.¹² Menurut Barata bahwa suatu pelayanan akan terbentuk karena adanya proses pemberian tertentu dari pihak penyedia layanan kepada pihak yang dilayani.¹³

Untuk menciptakan citra yang baik yaitu dengan cara menjalin hubungan baik dengan mitra lebih ditingkatkan kembali, menjaga kerja sama yang baik terhadap Lembaga Keuangan yang lain yang telah bekerja sama, menjaga loyalitas nasabah. Mengikuti perkembangan teknologi, menonjolkan keunggulan dan keunikan dari produk yang kita miliki oleh BMT Permata Jawa Timur. Parasuraman mendefinisikan loyalitas pelanggan dalam konteks pemasaran jasa sebagai respons yang terkait erat dengan ikrar atau janji untuk memegang teguh komitmen yang mendasari

¹² Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa Ed. 1, Cet. III*, (Yogyakarta: Andi, 2004), hal. 94

¹³ Atep Adya Barata, *Dasar-dasar Pelayanan Prima Cet. II*, (Jakarta: PT Alex Media Komputindo, 2004), hal. 10

kontinuitas relasi, dan biasanya tercermin dalam pembelian berkelanjutan dari penyedia jasa yang sama atas dasar dedikasi dan kendala pragmatis.¹⁴ Dengan adanya loyalitas nasabah yang baik maka nasabah akan merasa terlayani dengan baik dan akan kembali lagi dan akan mengajak orang lain untuk bergabung.

¹⁴ Etta Mamamng Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2013), hal. 104