BAB V

PEMBAHASAN

A. Penerapan Strategi Pengembangan Produk Simpanan BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Sukorejo Kota Blitar

Dari penelitian yang dilakukan di BMT UGT Sidogiri cabang Sukorejo Kota Blitar, pengembangan produk baru sangat penting dilakukan bagi BMT UGT Sidogiri karena mengingat selalu meningkatnya kebutuhan nasabah akan produk dan jasa keuangan terutama nasabah utama yang berupa pedagang pasar yang ada di lingkungan BMT UGT Sidogiri. Dengan melakukan pengembangan produk simpanan, BMT UGT Sidogiri memiliki daya saing produk yang tinggi karena terdapat beberapa produk yang belum dimiliki oleh BMT lain disekitarnya, serta produk yang ada juga sangat bermacam-macam sehingga produk tersebut nantinya bisa sesuai dengan apa yang dibutuhkan dan diinginkan nasabah. Pengembangan produk yang dilakukan BMT UGT Sidogiri dilakukan dengan memodifikasi produk yang telah ada sebelumnya yang didasarkan pada kebutuhan dan permintaan nasabah yang selanjutnya dikembangkan menjadi produk baru yang lebih menarik dan berkualitas. Sehingga hal tersebut mampu memberikan dorongan keunggulan kompetitif bagi BMT UGT Sidogiri sehingga dapat meningkatkan penjualan

Dalam menerapkan strategi pengembangan produk simpanan, BMT UGT Sidogiri menerapkan beberapa langkah-langkah penting yakni

antara lain yang pertama pengumpulan ide atau gagasan, penyaringan gagasan, pengujian dan pengembangan konsep produk baru, pengembangan strategi pemasaran, analisis usaha, pengembangan produk total, pengujian pasar, serta komersialisasi

Penerapan strategi pengembangan produk yang dilakukan BMT UGT Sidogiri cabang pembantu Sukorejo Kota Blitar tersebut sesuai dengan Teori Philip Kotler bahwasanya dalam menghadapi perubahan-perubahan yang cepat dalam hal kebutuhan, teknologi, dan persaingan, perusahaan tidak bisa mengandalkan produk yang ada. Konsumen menghendaki dan mengharapkan produk yang lebih baik. perusahaan akan mati-matian untuk memenuhinya. Setiap perusahaan memerlukan program pengembangan produk baru. Langkah-langkah penting dalam pengembangan produk baru antara lain pengumpulan gagasan, penyaringan, pengujian dan pengembangan konsep, pengembangan strategi pemasaran, analisis usaha, pengembangan produk total, pengujian pasar, serta komersialisasi.[92]

Hal ini senada pula dengan penelitian terdahulu milik Solahuddin yang berjudul "Strategi Pengembangan Produk di Industri Media Cetak di Indonesia (Bertahan di Tengah Persaingan Media Online)" bahwasanya guna menampilkan nilai suatu produk di mata konsumen, perusahaan menerapkan strategi pengembangan produk dengan membuat produk baru berupa modifikasi produk dengan mengubah tampilan produk menjadi

[92] Philip Kotler, *Marketing Essentials*..... hlm. 217-218

lebih menarik. Selain itu, perusahaan juga mengeluarkan produk yang berkualitas yakni dengan memberikan sentuhan lebih dalam pada konten yang dimuat dalam produknya daripada produk yang dimiliki pesaing.[93]

B. Kendala yang dihadapi BMT UGT Sidogiri dalam menerapkan strategi pengembangan produk simpanan

Dalam menerapkan strategi pengembangan produk simpanan, tentunya BMT UGT Sidogiri selalu menjalankan usahanya sesuai dengan aturan islam atau halal. Namun, tentunya hal tersebut tidak luput dari kendala-kendala yang dapat menghambat proses tersebut. Kendala-kendalanya yakni antara lain:

1. Kurangnya kesadaran masyarakat akan bagaimana transaksi-transaksi yang diperbolehkan dalam islam (transaksi yang halal)
2. Banyaknya masyarakat yang belum menyadari kehadiran BMT sebagai lembaga keuangan yang bebas dari bunga atau riba karena mereka berfikir yang terpenting kebutuhan mereka segera terpenuhi sehingga mereka mengesampingkan hal lain seperti kehalalan transaksinya.
3. Banyaknya masyarakat yang lebih cenderung menggunakan jasa tabungan di bank-bank umum

[93] Solahuddin, "*Strategi Pengembangan Produk*..... hlm. 1

4. Sulitnya merubah mindset masyarakat yang terlanjur terpaku dengan bunga
5. Banyaknya masyarakat yang terjebak kedalam jeratan rentenir.

Dalam menerapkan strategi pengembangan produk simpanan, BMT UGT Sidogiri menggunakan cara-cara yang sesuai dengan syariah. Hal tersebut Sesuai dengan Teori dari Ismail Yusanto dalam bukunya bahwasanya produk usaha bisnis yang dipersaingkan baik barang ataupun jasa harus halal.[94]

Senada dengan teori tersebut, adanya kendala yang dihadapi dalam melakukan strategi pengembangan produk juga sesuai dengan penelitian terdahulu dari Riandar Fata Hudaya yang berjudul Strategi Inovasi Produk PT. Bank Panin Syariah Tbk dalam Meningkatkan Daya Saing Antar Sesama Bank Syariah dan Bank Konvensional, bahwasanya dalam menerapkan strategi produk, Bank Panin Syariah juga menemui berbagai kendala salah satunya yakni Bank Panin masih melakukan *mirorring* dan *bench march* dengan bank konvensional yang selanjutnya dimodifikasi menjadi produk yang lebih menarik karena masyarakat masih cenderung lebih tertarik menggunakan jasa bank konvensional sehingga membuat Bank Panin Syariah menerapkan strategi produk agar produk yang dimilikinya lebih menarik dan berkualitas dari bank-bank konvensional.[95]

---

[94] Ismail Yusanto dan M. Karebot Widjaja Kusuma, *Menggagas Bisnis Islami*..... hlm. 96
[95] Riandar Fata Hudaya, "*Strategi Inovasi Produk PT. Bank Panin Syariah*..... hlm. 69

C. Upaya BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Sukorejo Kota Blitar dalam mengatasi kendala yang dihadapi

Dalam mengatasi kendala yang dihadapi, BMT UGT Sidogiri selalu melakukan berbagai cara agar tujuanya dapat tercapai dan juga membawa kemaslahatan bagi nasabah-nasabahnya. Cara-cara yang ditempuh BMT UGT Sidogiri guna mengatasi kendala tersebut yakni antara lain:

1. Memberikan edukasi kepada masyarakat tentang cara-cara bermuamalah yang sesuai dengan syariah islam
2. Menjelaskan alur dana yang dihimpun masyarakat yang diolah dengan sistim yang sesuai syariah
3. Memberikan informasi terkait keuntungan-keuntungan yang didapatkan jika bergabung dengan BMT UGT Sidogiri
4. Memberikan pengertian-pengertian kepada nasabah tantang BMT yang bebas dari bunga sehingga memberikan keberkahan hidup
5. Pada saat melakukan sosialisasi atau memberikan edukasi harus dikemas dengan menarik dalam penyampaianya, seperti menjelaskan keuntunganya serta menyebutkan fasilitas-fasilitas yang ada di dalam produk dan jasa yang diberikan oleh BMT
6. Tidak boleh patah semangat dalam mengamalkan dan menyebarkan ajaran-ajaran islam terutama dalam hal bermuamalah.

Berbagai upaya yang dilakukan BMT UGT Sidogiri dalam mengatasi kendala dalam menerapkan strategi pengembangan produk simpanan sesuai dengan Teori Jeni Susyanti dalam bukunya dimana terdapat empat peran BMT di masyarakat antara lain:

1. Motor penggerak ekonomi dan sosial masyarakat banyak
2. Ujung tombak pelaksanaan sistim ekonomi syariah
3. Penghubung antara pemilik dana dan orang yang membutuhkan dana
4. Sarana pendidikan informal untuk mewujudkan prinsip hidup yang berkah.[96]

Selain itu, hal tersebut juga senada dengan penelitian terdahulu oleh Siti Kadarwati yang berjudul "Strategi Pengembangan Produk BMT Al-Munawwarah dan BMT Al-Fath IKMI dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing" bahwasanya dalam mengatasi kendala pengembangan produk, BMT Al-Fath juga menjelaskan tentang konsep keuangan serta sistem dari prespektif syariah secara langsung kepada nasabah atau calon nasabahnya atau menggunakan sistim jemput bola. Selain untuk memudahkan nasabah untuk bertransaksi, hal tersebut juga dilakukan untuk melawan rentenir yang mempunyai pelayanan sangat cepat dan mudah dalam melayani nasabahnya.[97]

---

[96] Jeni Susyanti, *Operasional Keuangan Syariah*..... hlm. 89

[97] Siti Kadarwati, *Strategi Pengembangan Produk BMT Al-Munawwarah*..... hlm. 72