

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Penerapan Bauran Pemasaran Pada Simpanan Wajib Berhadiah (SIWADIAH) di BMT Al-Hikmah Ungaran

Bauran Pemasaran merupakan seperangkat alat yang terdiri dari aspek produk, harga, lokasi (distribusi), dan promosi yang diolah komposisinya menjadi ideal dan dipergunakan oleh lembaga dalam pasarsasaran untuk mencapai tujuannya.⁵⁹ Berikut merupakan analisis penerapan bauran pemasaran pada Simpanan wajib berhadiah (Siwadijah) di BMT Al-Hikmah Ungaran yaitu:

1. Produk (Product)

Produk Simpanan wajib berhadiah (Siwadijah) merupakan salah satu produk yang paling diminati di BMT Al-Hikmah Ungaran, Karena masyarakat Ungaran lebih tertarik menabung dengan system hadiah-hadiah seperti itu. Dalam pelaksanaanya simpanan wajib berhadiah ini menggunakan system hadiah pada akhir periode, daya tarik hadiah ini membuat masyarakat ikut menjadi anggota Siwadijah. Terlebih lagi setelah diadakan undian pada kelompok pertama dan kedua, antusias masyarakat semakin bertambah..

Selain itu, BMT Al-Hikmah merupakan lembaga mikro yang berprinsip syariah, sehingga produk Simpanan wajib berhadiah ini tidak ada unsur riba, Karena dalam mekanismenya menggunakan akad *wadi'ah yad dhamanah* dengan landasan hukum akad *wadi'ah* pada Al-Qur'an, yaitu pada Qur'an Surat An-Nisa ayat 58 dan Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 283.

⁵⁹ Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, Yogyakarta: UPP AMP YKPN, hlm. 199

Dari hasil penelitian yang dilakukan, penulis dapat menyimpulkan bahwa penerapan bauran pemasaran simpanan wajib berhadiah di BMT Al-Hikmah Ungaran pada aspek produk sangat baik dan maksimal.

2. Tempat (Place)

Lokasi BMT Al-Hikmah sangat strategis, dimana lokasi kantor pusat berada di pinggir jalan utama Semarang-Solo tepatnya di Jl. Jend. Sudirman No. 12 Mijen Gedanganak Ungaran Timur Kab.Semarang, sehingga sangat mudah dijangkau dan mudah untuk menemukannya. Disamping itu, lokasi semua kantor cabang juga sangat strategis, kantor cabang pertama yang berada di kompleks pasar Babadan Blok E 23-25, Kantor cabang kedua berada di kompleks terminal pasar Karangjati No.11 Kecamatan Bregas, Kantor cabang ketiga berada di bawen yang terletak diarea pabrik-pabrik tepatnya di Jl. Tegalpanas-Jimbaran Dusub Secang 01/01, Samban Bawen, kantor cabang keempat berada dikomplek pasar bandungan tepatnya di Jl. Telomoyo No. 07, kantor cabang kelima yang terletak di dekat kampus UNNES Sekaran tepatnya di JL. Taman Siswa No. 13 Sekaran Gunungpati, kantor cabang keenam yaitu gunungpati 2 yang terletak didekat pasar gunungpati tepatnya di kampungNgabean RT 01 RW 04 Gunungpati.

Banyaknya kantor cabang BMT Al-Hikmah yang tersebar membuat pihak BMT Al-Hikmah menerapkan sistem *online* antar cabang dan kantor pusat dalam transaksinya, sehingga masyarakat bisa melakukan penyetoransimpanan dan penyetoran angsuran pembiayaan di semua cabang BMT Al-Hikmah.

Dari hasil penelitian yang dilakukan, penulis dapat menyimpulkan bahwa penerapan bauran pemasaran simpanan wajib

berhadiah di BMT Al-Hikmah Ungaran pada aspek tempat sangat baik dan maksimal.

3. Promosi (Promotion)

Selain *door to door*, pemasaran siwadhiah di BMT Al-Hikmah Ungaran menggunakan brosur dan MMT. Pemasaran dilakukan dengan menyebarkan brosur di tempat-tempat yang ramai seperti pasar dan pabrik sekitar BMT Al-Hikmah baik kantor pusat maupun kantor cabang. Selain brosur pihak BMT juga memasang MMT di depan kantor pusat maupun cabang ,sehingga akan menjadi pusat perhatian masyarakat yang lewat dan tertarik untuk membacanya.

Dalam wawancara dengan manajer pemasaran dan pembiayaan pusat BMT Al-Hikmah Ungaran, kebanyakan masyarakat mengetahui produksi wadhiah dari mulut ke mulut (*getuktular*). Seperti yang sudah mendapat hadiah ikut membantu memasarkan produk Siwadhiah, karena sudah ada bukti nyata hadiah benar-benar dibagi, maka anggota yang sudah ikut dan mendapatkan hadiah ikut membantu memasarkan.

Untuk mempermudah kegiatannya, marketing terlebih dahulu menawarkan produk Siwadhiah ini kepada orang yang sudah dikenal atau yang sudah menjadi anggota dan memiliki simpanan lain di BMT sehingga berpotensi untuk menitipkan uangnya di BMT. Dalam kenyataannya *marketing* BMT Al-Hikmah susah memasarkan produksi wadhiah ini karena sistem yang tidak bisa diambil kapan saja dan mendatangi langsung anggotanya, banyak juga calon anggota yang ditawari produk simpanan sukarela namun menanyakan hadiah lalu dialihkan kesimpanan wajib berhadiah ini.

Selain cara-cara tersebut BMT Al-Hikmah juga mengadakan *event-event* tertentu seperti senam dan donor darah setiap 3 bulan sekali.

Dari hasil penelitian yang dilakukan, penulis dapat menyimpulkan bahwa penerapan bauran pemasaran simpanan wajib berhadaiah di BMT Al-Hikmah Ungaran pada aspek promosi adalah baik.

4. Harga (Price)

Untuk menjadi anggota Simpanan wajib berhadaiah ini bagi anggota baru wajib membayar simpanan pokok sebesar Rp. 25.000 dan simpanan wajib sebesar Rp. 10.000, dan biaya pendaftaran sebesar Rp. 20.000, untuk yang sudah terdaftar menjadi anggota BMT Al-Hikmah Ungaran (mempunyai tabungan/pembiayaan) hanya membayar Rp. 20.000 sebagai uang pendaftaran. Dan penyetoran rutin tiap bulan Rp. 200.000 selama 24 bulan. Dengan nominal tersebut tidak menyurutkan anggota untuk mengikuti Siwadaiah ini.

Apalagi dengan adanya system jemput bola sehingga daya tarik anggota, tidak adanya biaya administrasi yang diberikan pihak BMT Al-Hikmah dan juga ada hadiah diakhir periode juga menjadi nilai tambah pada produk simpanan wajib berhadaiah ini. Selain itu setelah anggota mendapat hadiah, anggota juga mendapat bagi hasil dari sisa uang pembelian hadiah.

Dari hasil penelitian yang dilakukan, penulis dapat menyimpulkan bahwa penerapan bauran pemasaran simpanan wajib berhadaiah di BMT Al-Hikmah Ungaran pada aspek harga adalah cukup baik.

B. Analisis Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman Terhadap Penerapan Bauran Pemasaran Pada Produk Simpanan Wajib Berhadiah (Siwadhiah) di BMT Al-Hikmah Ungaran

Dari beberapa pembahasan yang telah dijabarkan diatas, penulis mencoba menganalisisnya dengan menggunakan analisis SWOT. Yaitu dengan suatu metode penelaah tentang kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman.

a) Kekuatan(*Strengths*)

1. Nasabah mendapat bagi hasil dan hadiah diakhir periode.
2. Merupakan produk simpanan unggulan kedua setelah Simpanan sukarela.
3. Lokasi kantor pusat dan kantor-kantor cabang strategis, berdekatan dengan pusat perekonomian di wilayah Ungaran.
4. Menggunakan sistem jemput bola dan sistem *online* antar cabang yang memudahkan anggota untuk melakukan transaksi simpanan maupun penarikan tabungan.
5. Biaya administrasi yang cukup murah untuk menjadi anggota BMT dan menjadi anggota Siwadhiah, serta setiap bulannya tidak dikenakan biaya administrasi.

b) Kelemahan(*Weakness*)

1. Sistem Siwadhiah adalah kelompok yang terdiri dari 100 orang per kelompoknya, jika belum mencapai 100 anggota maka tidak dapat dimulai transaksinya dan harus menunggu genap menjadi 100 anggota.
2. Karena sistemnya kelompok, maka bagian pemasar tidak rutin selalu menawarkan produk Siwadhiah, jika sudah mencapai 100 pemasaran dihentikan, beda dengan simpanan sukarela yang selalu ditawarkan.

c) Peluang(*Opportunity*)

1. Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya pengelolaan keuangan berprinsip pada syariah yang bebas dari riba.
2. Fatwa, peraturan dan perundang-undangan yang membuka berbagai peluang untuk lebih mengembangkan produk yang ditawarkan.

d) Ancaman(*Threatment*)

1. Banyak pesaing yang mempromosikan produknya melalui berbagai media elektronik yang lebih menarik sehingga lebih menarik minat nasabah.
2. Bagi hasil produk yang sejenis ditempat lain yang jelas dan lebih besar.