

BAB IV
ANALISIS IMPLEMENTASI PROMOSI ISLAMI
DI BMT NU SEJAHTERA KENDAL

A. IMPLEMENTASI PROMOSI ISLAMI DI BMT NU SEJAHTERA KENDAL

Implementasi merupakan penerapan dari konsep, bagaimana melakukan konsep yang telah dimiliki, serta apa yang telah dilakukan.¹¹² Syukur dan Surmayadi mengemukakan ada tiga unsur penting dalam proses implementasi, yaitu:

1. Adanya program atau kebijakan yang sedang dilaksanakan
2. Kelompok sasaran, yaitu kelompok masyarakat yang menjadi sasaran dan ditetapkan untuk manfaat dari program, perubahan atau perbaikan
3. Menerapkan elemen (Pelaksana) baik untuk organisasi atau individu yang bertanggung jawab untuk memperoleh pelaksanaan dan pengawasan proses implementasi.¹¹³

Di kecamatan Kendal kota terdapat 20 kelurahan yang masing-masing kelurahan diambil sampel oleh peneliti mengenai implementasi promosi islami di BMT kendal.

Konsep promosi yang digunakan di BMT NU Sejahtera Kendal adalah promosi kreatif artinya BMT NU Sejahtera Kendal menggunakan dana atau biaya sedikit tetapi penyebarannya secara luas dan menyeluruh seperti menggunakan media internet yaitu dengan memanfaatkan *facebook* dan media sosial lainnya.

Kendala-kendala yang dihadapi BMT NU dalam mempromosikan produknya yaitu :¹¹⁴

¹¹² <http://e-journal.uajy.ac.id/1912/2/1KOM02857.pdf>, diakses pada tanggal 23 Januari 2016 pukul 17.00 WIB

¹¹³ Dudung, 2015, <http://www.dosenpendidikan.com/7-pengertian-implementasi-menurut-para-ahli-lengkap/>, diakses pada tanggal 23 Januari 2016 pukul 17.00 WIB

¹¹⁴ Wawancara dengan karyawan BMT NU Sejahtera Cabang Kendal, 23 Januari 2016 pukul 17.00 WIB

1. Terbatasnya anggaran biaya, karena kurangnya pengetahuan masyarakat terhadap BMT, maka BMT harus bekerja keras dalam mempromosikannya sehingga membutuhkan biaya yang besar tetapi BMT NU mempunyai anggaran biaya yang terbatas.
2. Pengetahuan masyarakat yang masih minim tentang BMT, terutama masalah fungsionalnya, oleh karena itu BMT harus bekerja keras dalam mempromosikan diri dan produk-produknya.

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis, implementasi promosi Islami ada empat bauran promosi sebagai berikut :

1. Penjualan Perorangan (*Personal Selling*)

Media *personal selling* yang digunakan untuk BMT NU Sejahtera Kendal dalam berpromosi meliputi :

- a. Mendatangi ke sekolah sekolah NU
- b. Mendatangi banom NU
- c. Mendatangi teman dan saudara

Pada prakteknya menurut Saudara Lutfi Inan Santiko seorang mahasiswa perwakilan dari Kelurahan Karangsari dan bukan anggota dari BMT berpendapat ketika pihak BMT mendatangi ranting Karangsari ada kesan memaksa padahal uang kas di ranting Karangsari sudah terlebih dahulu di tabungkan di bank lain.¹¹⁵ Dan Bapak Ahmad Fauzi seorang guru yang mewakili di Kelurahan Kendal dan Beliau juga anggota BMT NU Sejahtera Kendal, menyatakan bahwa pihak BMT sedikit memaksa, membandingkan-bandingkan dengan bank konvensional seperti sistem bunga dan bagi hasil. Dengan tujuan supaya mereka mau menjadi menjadi anggota BMT NU Sejahtera Kendal, apalagi mempromosikan di sekolah NU yang notabnya sama-sama dari NU.¹¹⁶

Ketiga media *personal selling* yang dilakukan BMT NU Sejahtera Kendal sudah sesuai dengan syariah Islam namun beberapa oknum dari Pihak BMT mempromosikan produk-produknya dengan sedikit memaksa,

¹¹⁵ Wawancara dengan Lutfi Inan Santiko, 24 Januari 2016 pukul 10.00 WIB

¹¹⁶ Wawancara dengan Ahmad fauzi, 24 Januari 2016 pukul 13.00 WIB

sehingga para calon anggota BMT yang di datangnya, pihak merasa risih sehingga mereka tidak terlalu tertarik dengan produk-produk yang ditawarkan. Disamping itu produk-produk BMT itu sendiri tergolong baru bagi masyarakat Kendal jadi uang kas maupun uang mereka sudah terlanjur ditabungkan di Bank lain.

Padahal menurut Islam promosi berbentuk apapun, pihak marketing dilarang memaksa kepada masyarakat agar membeli produk atau jasanya. Penjual harus memberi waktu agar pembeli dapat berfikir apakah jadi membeli produk/jasanya atau tidak dan penjual harus bersikap sopan apabila pembeli tidak jadi membeli produknya. Dan Islam menekankan hubungan konstruktif dengan siapa pun, termasuk antar sesama pelaku dalam bisnis. Menurut ajaran Islam dengan silaturrahmi akan diluaskan rezeki dan dipanjangkan umurnya bagi siapapun yang melakukannya. Sebagaimana sabda Rasulullah saw :

عَنْ أَنَسٍ قَالَ : قَالَ رَسُولُ اللَّهِ ص.م. : مَنْ أَحَبَّ أَنْ يُبْسَطَ لَهُ فِي رِزْقِهِ وَ يُنْسَأَ لَهُ فِي أَثَرِهِ فَلْيَصِلْ رَحِمَهُ.

"Barangsiapa mengharap dimudahkan rezekinya dan diperpanjangkan umurnya, maka hendaklah ia menjalin hubungan silaturrahim" (HR. Bukhari dan Muslim)¹¹⁷

Jadi promosi yang dilakukan oleh BMT NU Sejahtera Kendal sudah sesuai dengan syariat islam namun beberapa oknum BMT dalam mempromosikannya masih menggunakan paksaan agar masyarakat mau menjadi anggota BMT.

2. Periklanan (*Advertising*)

Media periklanan yang digunakan BMT NU Sejahtera Kendal meliputi:

a. Majalah

¹¹⁷ Hussein Bahreisj, *Himpunan Hadist Shahih Bukhari*, Surabaya: Al-Ikhlash, 1981, h. 30

- b. Brosur
- c. Kalender, kaos, mug
- d. Iklan transit
- e. Radio
- f. Internet
- g. Spanduk dan stiker

Ke tujuh media periklanan sudah sesuai syariat Islam dan terjadi pro dan kontra mengenai hukum musik. Untuk media cetak dan media outdoor sudah sesuai syariat islam hanya berisi tulisan - tulisan dan gambar hewan, tumbuhan tidak dilarang islam karena islam melarang gambar sebagian atau utuh dari makhluk hidup yang memungkinkannya untuk hidup. Gambar seperti ini diharamkan. Keharamannya ditegaskan oleh sejumlah dalil. Di antaranya adalah sabda Nabi berikut ini:

عَنْ أَبِي جُحَيْفَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ: رَأَيْتُ أَبِي اشْتَرَى عَبْدًا حَجَّامًا فَأَمَرَ بِمَحَاجِمِهِ فَكُسِرَتْ، فَسَأَلْتُهُ فَقَالَ: نَهَى النَّبِيُّ ص.م. عَنْ ثَمَنِ الْكَلْبِ، وَثَمَنِ الدَّمِّ، وَنَهَى عَنِ الْوَاشِمَةِ وَالْمُوشُومَةِ، وَآكِلِ الرِّبَا وَثَمَنِ الْكَلْبِ، وَلَعَنَ الْمُصَوِّرَ.

Diriwayatkan dari ('Aun bin) Abu Juhayfah r.a. : Ayahku membeli seorang budak yang melakukan pekerjaan hajjamah (menarik darah keluar dari tubuh seseorang untuk keperluan pengobatan). Ayahku mengambil alat-alatnya (dan merusaknya). (Aku bertanya kepada ayahku kenapa berbuat seperti itu), ia menjawab, "Nabi SAW melarang memperdagangkan seekor anjing atau darah, dan juga melarang pekerjaan menato, atau ditato, dan (melarang menerima) pemakan riba dan orang yang memberikan riba, dan melaknat para pembuat gambar." (H.R. Bukhari No.998)¹¹⁸

Menurut ibu Siti Zuraidha seorang guru perwakilan dari Kelurahan Pegulon dan sebagai anggota BMT NU Sejahtera Kendal. iklan disertai

¹¹⁸ Imam Az-Zabidi, *Ringkasan Shahih Bukhari*, Bandung: Mizan, 2008, h. 393

musik tidak sesuai syariat Islam karena musik hukumnya haram. Prakteknya promosi yang dilakukan BMT NU Sejahtera Kendal yang melalui radio dengan menggunakan suara wanita dan disertai musik yang menurut sebagian masyarakat tidak sesuai dengan syariat Islam karna di hadist ada yang menyebutkan musik hukumnya haram dan wanita tidak boleh dilibatkan dalam iklan.¹¹⁹

Banyak dalil dan hadist yang mengharamkan musik. Keharamannya ditegaskan oleh sejumlah dalil. Di antaranya adalah hadits berikut:

عَنْ أَبِي عَامِرٍ الْأَشْعَرِيِّ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ: أَنَّهُ سَمِعَ النَّبِيَّ ص.م. يَقُولُ: لَيَكُونَنَّ
مِنْ أُمَّتِي أَقْوَامٌ يَسْتَحِلُّونَ الْحَرَ وَالْحَرِيرَ وَالْخَمْرَ وَالْمَعَازِفَ

Diriwayatkan dari Abu 'Amir Al-Asy'ari bahwa ia pernah mendengar Nabi SAW. Bersabda: "Akan muncul dari umatku segolongan yang menghalalkan perzinaan, memakai baju sutra, minum minuman yang memabukkan, dan memainkan alat musik" (HR. Bukhari No.1934)¹²⁰

Tetapi ada juga dalil dan hadist yang memperbolehkan musik, diantaranya adalah:

عَنْ عَائِشَةَ ر.ض. قَالَتْ : دَخَلَ عَلَيَّ رَسُولُ اللَّهِ ص.م. وَعِنْدِي جَارِيَتَانِ،
تُغْنِيَانِ بَغْنَاءَ بُعَاثٍ، فَاضْطَجَعَ عَلَى الْفِرَاشِ وَحَوَّلَ وَجْهَهُ، وَدَخَلَ أَبُو بَكْرٍ
فَأَنْتَهَرَنِي، وَقَالَ: مِزْمَارَةُ الشَّيْطَانِ عِنْدَ النَّبِيِّ ص.م.؟، فَأَقْبَلَ عَلَيْهِ رَسُولُ اللَّهِ
ص.م. فَقَالَ: (دَعُهُمَا). فَلَمَّا غَفَلَ غَمَزْتُهُمَا فَخَرَجَتَا . رواه مسلم

Diriwayatkan dari Aisyah r.a.: Rasulullah SAW. Datang ke rumahku ketika dua orang gadis tengah menyaanyikan lagu bu'ats (sebuah kisah epic peperangan antara dua suku Anshar, 'Aus dan Khazraj sebelum Islam) disampingku. Nabi SAW. Bersandar dan berpaling kea rah lain. Kemudian Abu Bakar masuk dan dengan kasar berkata, "Alat-alat musik

¹¹⁹ Wawancara dengan Ibu Siti Zuraidah, 24 Januari 2016 pukul 08.00 WIB

¹²⁰ Imam Az-Zabidi, *Ringkasan Shahih Bukhari*, Bandung: Mizan, 2008, h. 823

setan di rumah Nabi SAW.” Rasulullah SAW. Memalingkan wajahnya ke arah Abu Bakar dan berkata, “Biarkan mereka.” Ketika Abu Bakar lengah, aku memberi isyarat kepada kedua gadis itu untuk pergi dan mereka pun pergi. (HR. Muslim)¹²¹

Hadits tersebut menunjukkan bahwa musik hukumnya mubah, namun bisa menjadi haram tergantung konteks dimana, bagaimana cara bermusik dan untuk apa.¹²² Hal ini diperkuat oleh para mujahid (ahli tafsir di masa tabi'in) mengatakan bahwa nyanyian yang diharamkan ialah nyanyian yang dimainkan dengan hiburan dan nyanyian yang membuat mereka terbuai dan lupa diri. Hal inilah yang membuat musik diperbolehkan untuk dimainkan dan didengar. Waalhu A'lam.¹²³

Sedangkan suara wanita menurut beberapa ulama' tidaklah merupakan aurat sehingga sah-sah saja jika digunakan dalam hal kebaikan. Jika ada perkataan wanita dilarang berbicara secara 'menggoda' atau lembut di hadapan para lelaki. larangan ini, karena dalam suara wanita dapat menimbulkan fitnah.¹²⁴

Menggunakan sosok wanita dalam promosi dikatakan wanita sama halnya dengan bekerja di luar rumah. Jika terpaksa, darurat, wanita boleh bekerja diluar rumah tetapi dalam ia bekerja harus memenuhi tiga ketentuan, yaitu :¹²⁵

- Tidak memakai pakaian yang menampakkan aurat, sehingga bisa menimbulkan rangsangan
- Tidak berdandan berlebihan atau memakai wangi-wangian.
- Tidak berdesak-desakan dengan kaum pria.

Masalah nyanyian atau musik dalam Islam seringkali menjadi kontroversi. Ada yang memperbolehkan secara terbatas, tapi ada pula yang

¹²¹ *Ibid.*

¹²² Yazid Subakti & Deri Rizki Anggarani, *Ensiklopedia Calon Ibu*, Jakarta: Qultummedia, 2007, h. 48

¹²³ Pustaka Ilmu Sunni Salafiyah – KTB, *Kumpulan Tanya Jawab Keagamaan*, Yogyakarta: Daarul Hijrah Technology., h.4377

¹²⁴ Yusuf Qardhawi, *Fatwa untuk Wanita*, Selangor: PTS Islamika SDN. BHD., 2014, h.6

¹²⁵ Mutawalli Asy-Sya'rawi, *Anda Bertanya Islam Menjawab*, Jakarta: Gema Insani Press, 2007, h. 292

mengharamkan secara mutlak. Dan penulis cenderung lebih setuju dengan memperbolehkan musik asalkan tidak melanggar batasan yang sudah ditentukan syariat Islam, seperti musik rebana dengan bernyanyi melalui lantunan bait syair yang berisi ajakan untuk taat, shalawat kepada Nabi Muhamad SAW, nyanyian yang baik. Nyanyian dan musik termasuk bagian dari seni yang menimbulkan keindahan, terutama bagi pendengarnya. Allah SWT menghalalkan kepada manusia untuk menikmati keindahan alam, mendengarkan suara-suara yang merdu serta indah, hal ini karena pasti itu semuanya diciptakan bagi manusia. Begitu pula dengan musik, selagi musik tersebut tidak mengundang kemaksiatan, beberapa ulama memperbolehkan musik.

Wanita diperbolehkan mengisi suara di stasiun radio untuk berpromosi asalkan suara dari wanita tersebut tidak menimbulkan fitnah seperti suara yang dilembut-lembutkan. Dan dipastikan dalam ruangan stasiun radio tersebut ada mahramnya, karena Islam melarang keras wanita berdua-duaan dengan yang bukan muhrimnya. Jadi implementasi periklanan di BMT NU Sejahtera Kendal sudah sesuai syariat Islam.

3. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Media sales promotion yang digunakan BMT NU Sejahtera Kendal yaitu ;

- a. Membagikan brosur-brosur dan bekerjasama dengan koperasi lain mendirikan stand di Kendal Expo
- b. Membagikan brosur-brosur dan bekerjasama dengan banom NU mendirikan stand di Car Free Day
- c. Kantor BMT NU Sejahtera Kendal

Saudari Siti Zuraidha seorang guru perwakilan dari Kelurahan Pegulon dan sebagai anggota BMT NU Sejahtera Kendal, Bapak Ahmad Fauzi seorang guru yang mewakili di Kelurahan Kendal dan Beliau juga anggota BMT NU Sejahtera Kendal, Saudara Chadori Sleman seorang mahasiswa perwakilan dari Kelurahan Sukodono tetapi bukan anggota

BMT NU Sejahtera Kendal, Saudari Dina lestari seorang karyawan perwakilan dari Kelurahan Tunggulrejo bukan anggota BMT NU Sejahtera Kendal, Bapak Abdul mujib seorang pegawai perwakilan dari Kelurahan Pekauman bukan anggota BMT NU Sejahtera Kendal, Saudari Erna riwayatni seorang karyawan swasta perwakilan dari Kelurahan Ngilir bukan anggota BMT NU Sejahtera Kendal, Bapak Muhamad aziz seorang pedagang mainan keliling perwakilan dari Kelurahan Ketapang bukan anggota BMT NU Sejahtera Kendal, dan Saudari Luluk hidayati seorang karyawan perwakilan dari Kelurahan Sijeruk bukan anggota menyatakan bahwa promosi yang dilakukan di BMT sudah sesuai dengan syariat islam karena baik orang yang menyampaikannya dan cara mempromosikannya tidak melanggar norma-norma agama islam.

Implementasi promosi penjualan di lakukan BMT sudah memenuhi syariat Islam yaitu orang yang berpromosi sudah mengikuti Strategi promosi Rasulullah SAW tersebut meliputi: memiliki kepribadian spiritual (*taqwa*), berperilaku baik dan simpatik (*shiddiq*), memiliki kecerdasan dan intelektualitas (*fathanah*), komunikatif, transparan dan komunikatif (*tablig*), bersikap melayani dan rendah hati (*khidmah*), jujur, terpercaya profesional, kredibilitas dan bertanggung jawab (*al-amanah*), tidak Suka berburuk sangka (*su'uzh-zhann*), tidak suka menjelek-jelekkan (*ghibah*), tidak melakukan sogok atau suap (*risywah*)¹²⁶

Cara *Sales promotion* yang dilakukan oleh BMT NU Sejahtera Kendal, tidak sama dengan Bank-bank lain yang dalam mempromosikannya menggunakan sales atau marketing dengan wanita yang cantik dengan mengeksploitasi bentuk tubuh wanita yang ideal, serta dengan iming- iming hadiah yang sangat menggiurkan. Karena cara berpromosi seperti itu tidak diperbolehkan dalam islam dengan alasan, didalamnya mengandung unsur maysir atau qimar. Sedangkan dari BMT cara berpromosinya sesuai syariah Islam, bukan berarti para marketer itu harus berpenampilan ala arab dan mengharamkan dasi karena dianggap

¹²⁶ M. Suyanto Muhammad, *Bussiness Strategi and Ethics*, Yogyakarta: Andi, 2008, h. 55

merupakan symbol masyarakat barat. Yang dimaksud Syariah marketer yang sesuai dengan Rasulullah SAW adalah yang professional dengan penampilan yang rapi, bersih dan bersahaja. Apapun gaya model atau berpenampilannya, mereka bekerja dengan professional dan mengedepankan nilai-nilai religius, moral yang baik dan kejujuran dalam aktifitas berpromosi.

4. Publisitas (*Publicity*)

Media publisitas yang digunakan BMT NU Sejahtera Kendal adalah

- a. Seminar NU
- b. Masjlis ta'lim
- c. *Event Car Free Day dan event Kendal Expo*

Saudari Siti Zuraidah, Bapak Ahmad Fauzi, Ibu Siti Mualifah, Saudari Lutfi Inan Santiko, Bapak Andi Handoko, Sudari Luluk Hidayati menyatakan bahwa publisitas di BMT NU Sejahtera Kendal sudah sesuai syariat Islam karena cara penyampaianya sangat jelas serta ada dalil yang memperkuat. Dalam mempromosikannya juga disertai contoh-contoh yang ada di lingkungan sekitar sehingga yang mendengarkan menjadi lebih jelas dan menerima apa yang disampaikan.

Di dalam seminar NU dan masjlis ta'lim yang dilakukan oleh BMT NU Sejahtera Kendal tersebut tidak bermaksud menjelak-jelekan produk dari bank konvensional lainnya tetapi hanya meluruskan sesuai Al-Quran dengan hadist mengenai sistem bunga dan sistem bagi hasil yang mana masyarakat Kendal masih awam dengan sistem bagi hasil, karena masyarakat sudah terbiasa dalam sistem bunga yang biasa diterapkan di Bnk-Bank konvensional. Implementasi publisitas sudah sesuai syariat Islam karena sudah dijelaskan di beberapa hadist dan dalil bahwa Islam melarang menjelak-jelekan orang lain serta di dalam jual beli dilarang menggunakan sumpah. Menurut syariah, banyak bersumpah dalam berdagang adalah makruh karena perbuatan ini mengandung unsur merendahkan nama

Allah, juga dikhawatirkan bisa menjerumuskan seseorang kedalam dusta. Sebagaimana sabda Rasulullah SAW :

عَنْ أَبِي قَتَادَةَ الْأَنْصَارِيِّ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ أَنَّهُ سَمِعَ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ : إِيَّاكُمْ وَكَثْرَةَ الْحَلْفِ فِي الْبَيْعِ فَإِنَّهُ يُنْفَقُ ثُمَّ يَمْحَقُ

Diriwayatkan dari Abu Qotadah Al-Anshari r.a. bahwa dia pernah mendengar Rasulullah SAW. Bersabda, "Jauhilah olehmu banyak bersumpah dalam berdagang karena hal itu (walaupun) melariskan barang dagangan, tetapi akhirnya akan memusnahkan keuntungannya (keberkahannya)"¹²⁷

B. EFEKTIFITAS PROMOSI ISLAMI DI BMT NU SEJAHTERA KENDAL

Setelah dijelaskan di atas mengenai bagaimana implementasi promosi islami yang dilaksanakan pihak BMT NU Sejahtera Kendal, maka pembahasan selanjutnya adalah mengenai efektif tidaknya implementasi promosi islami tersebut.

1. Penjualan Perorangan (*Personal Selling*)

Media *personal selling* yang digunakan untuk BMT NU Sejahtera Kendal dalam berpromosi meliputi :

- a. Mendatangi ke sekolah sekolah NU
- b. Mendatangi banom NU
- c. Mendatangi teman dan saudara

Menurut Bapak Ahmad Fauzi seorang guru yang mewakili di Kelurahan Kendal dan Beliau juga anggota BMT NU Sejahtera Kendal, BMT hanya mempromosikan dibanom-banom NU dan sekolah-sekolah NU jadi masyarakat yang tidak ada didalamnya kurang mengetahui promosi BMT.¹²⁸ Dan pendapat Saudari Sri Susilowati bahwa kurang

¹²⁷ Zaki Al-Din Abd Al-Azhim Al-Mundziri, *Ringkasan Shahih Muslim*, Bandung: Mizan, 2012, h.543

¹²⁸ Wawancara dengan Ahmad Fauzi, 24 Januari 2016 pukul 13.00 WIB

efektif karena tidak semua masyarakat sekolah di naungan NU meskipun masyarakat tersebut NU.¹²⁹

Ada tiga media *personal selling* yang digunakan oleh BMT NU Sejahtera Kendal untuk mempromosikan produk-produknya. Dari ketiga media yang dilakukan oleh BMT menurut saya untuk yang mendatangi ke sekolah-sekolah NU dan Banom-banom NU kurang efektif karena ruang lingkupnya terlalu sempit sehingga promosi tersebut tidak menyeluruh ke masyarakat Kendal dan tidak sesuai dengan target yang akan dicapai. BMT menargetkan anggota BMT yaitu dari masyarakat luas bukan hanya dari pendiri, karyawan, teman dan saudara dari pendiri dan karyawan itu sendiri. Seharusnya BMT mencari anggota dengan cara terjun langsung ke masyarakat Kendal.

Dengan *personal selling* diharapkan calon anggota mengetahui kelebihan dari produk tersebut sebab calon anggota dapat berinteraksi langsung dengan pihak BMT dimana pihak BMT tersebut telah dibekali oleh pengalaman dan pengetahuan yang luas mengenai produk-produk di BMT. Promosi yang sering dilakukan oleh BMT adalah dari mulut ke mulut seperti pendiri maupun pegawai BMT ada yang mendatangi teman atau saudaranya untuk mempromosikan produk BMT, seperti pada waktu bersilaturahmi hari Raya Idul Fitri atau pada waktu kegiatan-kegiatan lainnya. Promosi ini yang sering dilakukan oleh BMT karena hampir tidak ada biaya anggaran promosi karena sering dilakukan diluar jam kantor. Efek atau pengaruhnya dari *personal selling* tersebut banyaknya anggota BMT terdiri dari keluarga, saudara, teman dari pendiri maupun karyawan BMT disana. Jadi dari ketiga media yang digunakan tersebut, menurut saya berpromosi melalui silaturahmi ke saudara dan teman sudah efektif karena biasanya pihak BMT yang melakukan *personal selling* sudah saling kenal bahkan kenal akrab dengan calon anggotanya. Jadinya paling gampang membujuk calon anggota untuk menjadi anggota di BMT NU Sejahtera Kendal.

¹²⁹ Wawancara dengan Sri Susilowati, 26 Januari 2016 pukul 08.00 WIB

2. Periklanan (*Advertising*)

Media periklanan yang digunakan BMT NU Sejahtera Kendal meliputi:

- a. Majalah
- b. Brosur
- c. Kalender, kaos, mug
- d. Iklan transit
- e. Radio
- f. Internet
- g. Spanduk dan stiker

Dalam mempromosikan produk-produknya, BMT NU Sejahtera Kendal menggunakan enam macam media dan ke enam media tersebut kurang efektif. Keitidakefektifannya akan dijelaskan dibawah ini;

Majalah aswaja NU adalah majalah yang dicetak oleh NU PC Kendal yang berisikan tentang ruang lingkup Ke-NU-an dan pengetahuan umum, tidak semua masyarakat Kendal mempunyai majalah tersebut apalagi mengetahui promosi BMT di dalamnya. Majalah aswaja belum beredar di pasaran luas jadi hanya orang-orang tertentu saja yang mempunyai majalah Aswaja tersebut sehingga periklanan BMT NU Sejahtera Kendal melalui majalah kurang efektif ditambah tidak setiap majalah ada iklan BMT.

Melihat brosur yang hanya berisikan produk-produk BMT tanpa menjelaskan apa isinya apalagi masyarakat Kendal masih awam tentang sistem bagi hasil, jadi iklan melalui brosur kurang efektif. Ruang lingkup penyebaran brosur tersebut juga sangat terbatas tidak seperti brosur-brosur lain yang penyebarannya luas sampai disebarkan di setiap rumah.

Sama halnya seperti brosur, kalender, kaos, mug dan iklan transit hanya memperkenalkan diri ke masyarakat tanpa membujuk masyarakat untuk menjadi anggota BMT. Minimnya pengetahuan Masyarakat

Kendal tentang BMT NU Sejahtera Kendal adalah factor yang utama sehingga banyak masyarakat Kendal mengetahui BMT itu sendiri hanya sebatas kegiatan keagamaan saja seperti menghimpun dan menyalurkan zakat, infaq dan sodaqoh. Sehingga periklanan melalui media kalender, kaos dan mug tidak dapat menjelaskan ke masyarakat tentang fungsional dari BMT.

Periklanan melalui stasiun radio paling banyak mengeluarkan biayanya tetapi pengaruh dari periklanan melalui radio tersebut kurang efektif karena iklan BMT ini disiarkan hanya ketika ada kegiatan-kegiatan di Kabupaten Kendal saja seperti contoh kegiatan Kendal Expo yang diadakan setahun sekali sehingga periklanannya kurang maksimal ditambah di jaman modern ini masyarakat Kendal sudah jarang yang mempunyai radio sehingga iklan melalui stasiun radio semakin kurang efektif.

Sebenarnya di jaman serba canggih ini periklanan melalui media internet sangat efektif sebagai contoh sekarang banyak yang mempromosikan dagangannya secara online dan hasilnya juga memuaskan tetapi tidak halnya dengan iklan BMT. Iklan BMT yang disampaikan melalui media internet karena tidak banyak orang yang mengakses internet untuk mencari informasi mengenai bank, apalagi anak muda atau orang dewasa yang malah lebih sering mencari informasi mengenai toko/produk online yang sedang *tren*/sedang *booming* pada saat ini.

Informasi mengenai produk/jasa bank lebih sering dicari oleh orang-orang yang cenderung berumur lebih tua, sedangkan orang-orang tersebut jarang sekali bisa mengakses internet karena terkadang handphone biasa pun mereka tidak fasih menggunakan, apalagi dengan media smartphone yang pasti lebih canggih dan lebih sulit dalam menggunakannya.

Banyak dari responden yang ternyata tidak mengetahui tentang adanya media berupa spanduk/stiker yang telah dilakukan oleh BMT

NU Sejahtera. Berdasarkan dari penjelasan diatas penyebabnya adalah terlalu sedikit media spanduk/stiker yang dipasang/disebarkan, spanduk yang paling besar dan lengkap yaitu hanya ada di depan kantor saja, sedangkan spanduk lain yang berupa spanduk untuk sponsor tidak berisi kata-kata atau gambar yang berarti sehingga sebagian besar orang mungkin tidak menyadari bahwa sebenarnya banyak kegiatan/event yang disponsori oleh BMT NU Sejahtera. Media stiker pun hanya sedikit serta terbatas hanya ketika ada event-event tertentu, dan itupun tidak dibagikan si *stand* BMT NU Sejahtera sendiri melainkan hanya sekedar titip kepada organisasi-organisasi NU seperti PAC. IPNU-IPPNU Kec. Kendal.

Pada hakekatnya anggaran untuk iklan tidak boleh terlalu sedikit karena pengarunya akan tidak berarti, tetapi bila terlalu banyak, sebenarnya dana itu dapat dipergunakan untuk keperluan lain yang lebih bermanfaat. Produk-produk BMT termasuk produk yang baru bagi masyarakat. Pada umumnya mendapat anggaran iklan yang besar guna membangun kesadaran dan masyarakat mencoba produk baru tersebut apalagi masih minimnya pengetahuan masyarakat Kendal tentang BMT terutama masalah fungsionalnya, jadi pihak BMT harus bekerja keras dalam mempromosikan diri dan produk- produknya. Tetapi pada kenyatannya biaya untuk periklanan di BMT NU Sejahtera Kendal sangat terbatas sehingga periklanan di BMT kurang efektif. Sebagai contoh brosur, kalender belum bisa mempengaruhi masyarakat Kendal untuk menjadi anggota BMT. baik karena hanya beberapa orang yang saja yang mempunyai brosur dan kalender, juga karena dari segi penampilannya kurang menarik seperti kalender dan brosur-brosur bank-bank lain yang disertakan hadiah-hadiah yang menggiurkan sehingga banyak masyarakat yang tertarik.

Seharusnya BMT membuat *billboard*, iklan yang di pasang di papan besar yang dianggap strategis, mudah dilihat di jalan raya yang ramai dilalui kendaraan. Media ini hanya bersifat mengingatkan

sehingga diperlukan pesan yang jelas, singkat, mudah dipahami dan gambar yang menarik.

3. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Media promosi penjualan yang digunakan BMT NU Sejahtera Kendal meliputi:

- a. Membagikan brosur-brosur dan bekerjasama dengan koperasi lain mendirikan stand di Kendal Expo
- b. Membagikan brosur-brosur dan bekerjasama dengan banom NU mendirikan stand di Car Free Day
- c. Di kantor BMT NU Sejahtera Kendal

Car Free Day dan Kendal Expo merupakan contoh dari publisitas yang dilakukan oleh BMT NU Sejahtera Kendal. BMT NU disana tidak mendirikan *stand* sendiri melainkan berkerjasama / satu *stand* dengan organisasi / lembaga lain. Contoh dari *sales promotion* yaitu membagikan bosur iklan yang berisi promo-promo penjualan, seperti “Umroh hanya dengan DP 5 Juta saja” dan lain sebagainya.

Menurut Saudara Chadori Selma seorang mahasiswa perwakilan dari Kelurahan Sukodono, bahwa *sales promotion* yang dilakukan BMT kurang efektif karna mempromosikannya di tempat keramaian tetapi alangkah baiknya BMT membuka stand sendiri tidak menumpang di IPNU-IPPNU.¹³⁰ Dan menurut Saudari Erna Riwayati seorang karyawati perwakilan dari Kelurahan Ngilir berpendapat belum efektif karena kurang maksimal , *Car Free Day* hanya dilaksanakan sebulan sekali dan itupun dahulu dan Kendal Expo yang dilaksanakan setahun sekali.¹³¹

BMT termasuk koperasi baru dikalangan masyarakat Kendal dan masyarakat Kendal sudah terlebih dahulu menggunakan produk-produk dari bank lainnya dan *sales promotion* ini merupakan suatu

¹³⁰ Wawancara dengan Chadori Selma, 26 Januari 2016 pukul 10.00 WIB

¹³¹ Wawancara dengan Erna Riwayati, 26 Januari 2016 pukul 13.00 WIB

bujukan langsung yang menawarkan insentif atau nilai lebih untuk suatu produk pada masyarakat dengan tujuan utama yaitu menciptakan penjualan segera, dengan menjelaskan produk-produk BMT dengan menggunakan sistem bagi hasil, tidak seperti bank-bank lainnya yang menggunakan sistem bunga. *Sales promotion* hampir sama dengan *personal selling*, yang membedakannya kalau *personal selling* pihak BMT yang mendatangi ke calon-calon anggota yang potensial, sedangkan *sales promotion* calon-calon anggota yang mendatangi pihak BMT baik datang langsung di kantor maupun datang di stand-stand pada waktu ada event-event tertentu.

Implementasi ketiga media *sales promotion* kurang efektif apalagi ketika *Car Free Day* kurang maksimal apalagi BMT tidak membuat stand sendiri melainkan gabung bersama stand NU. Kendal Expo yang dilakukan setahun sekali dan BMT juga gabung dengan stand koperasi, banyak masyarakat yang tidak menyadarinya ada promosi BMT NU Sejahtera Kendal di dalamnya. Seharusnya BMT NU Sejahtera membuat *stand* sendiri pada kegiatan *Car Free Day* maupun Kendal Expo agar masyarakat dapat melihat dan menyadari keberadaan BMT NU Sejahtera. Selain itu, BMT NU Sejahtera juga harus lebih sering mengikuti *event-event* lain selain *Car Free Day* dan Kendal Expo agar bisa lebih sering terlihat oleh masyarakat sekitar.

4. Publisitas (*Publicity*)

Media promosi penjualan yang digunakan BMT NU Sejahtera Kendal meliputi:

- a. Seminar NU
- b. Masjlis Ta'lim
- c. *Event Car Free Day dan event* Kendal Expo

Pendapat Bapak Ahmad Fauzi seorang guru yang mewakili di Kelurahan Kendal dan Beliau juga anggota BMT NU Sejahtera Kendal, Bapak Muhamad seorang petani perwakilan dari Kelurahan Bugangin

dan bukan anggota BMT, Ibu Siti seorang pedagang sembako perwakilan dari Kelurahan Tunggulrejo bukan anggota BMT. promosi yang disampaikan oleh ulama', pendiri BMT, tokoh masyarakat sangat efektif karena sebagian masyarakat langsung menerima apa yang disampaikannya, sebagai contoh seminar ANSOR yang bertema sistem bunga dan bagi hasil dengan pembicara ketua ansor, di seminar tersebut membandingkan bank konvensional dan BMT (karena BMT bagian dari NU) mereka yang hadir langsung memahami dan menerima isi seminar tersebut.

BMT mempunyai produk tetapi tidak memiliki sejumlah dana untuk mempromosikan produk tersebut, maka dapat menempuh dengan cara publisitas untuk menjangkau masyarakat. Publisitas bermanfaat untuk mempromosikan produk, tempat publisitas di BMT ini dilakukan oleh pendiri maupun karyawan BMT dengan cara menjelaskan atau menceritakan mengenai BMT. Salah satu pendiri BMT NU Sejahtera Kendal adalah seorang tokoh utama yang banyak disegani oleh masyarakat Kendal.

Implementasi publisitas di BMT NU Sejahtera Kendal sudah efektif, dilihat dari data BMT yang banyak berminat menjadi anggota BMT karena mengikuti guru, tokoh masyarakat, para ulama' yang mereka anut setelah mendengarkan seminar atau majlis ta'lim yang masyarakat ikuti. Peran tokoh masyarakat, para ulama' sangat besar bagi perkembangan BMT NU Sejahtera Kendal karena Kabupaten Kendal merupakan daerah yang masih kental dengan kegiatan-kegiatan yang bersifat keagamaan seperti pengajian, majelis taklim, jama'ah shalawat yang mayoritas menganut faham NU.