

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Strategi Pemasaran Produk Simpanan Pelajar di BMT Al Hikmah Cabang Bandung

Produk Simpanan pelajar merupakan simpanan yang ditujukan kepada para pelajar dan mahasiswa yang menginginkan memiliki rekening simpanan yang akan terus bertumbuh dan berkesempatan untuk mengajukan beasiswa bagi yang berprestasi. Penerapan dalam produk simpanan pelajar ini hanya bisa di ambil ketika kenaikan kelas dan keunggulan simpanan pelajar yaitu jika mendapatkan prestasi akan di berikan beasiswa dengan ketentuan dan syarat yang telah di tetapkan oleh BMT Al Hikmah.

Produk ini merupakan sarana yang tepat untuk pengembangan bagi pelajar maupun mahasiswa sebab simpanan ini dapat memberi kesempatan untuk mengajukan beasiswa bagi pelajar maupun mahasiswa yang berprestasi. Hal ini cukup menguntungkan karena simpanan pelajar ini dapat menarik minat bagi pelajar maupun mahasiswa yang akan menabung di BMT Al Hikmah.

Di bawah ini merupakan tabel jumlah anggota dari tahun 2015-2016.¹

Produk Simpanan Pelajar	
Tahun 2015	257 Anggota
Tahun 2016	278 Anggota

Sumber: Data Sekunder 2017

Dari data diatas itu merupakan hasil perkembangan anggota simpanan pelajar dari tahun 2015 sampai 2016 perkembangan produk simpanan pelajar lumayan lambat dari tahun ke tahun dikarenakan kurangnya promosi dan pengetahuan produk simpanan pelajar dari marketing pemasarannya.

¹ File BMT Al Hikmah

Dalam hal ini yang menjadi focus penulis adalah bagaimana strategi pemasaran produk penghimpunan dana simpanan pelajar di BMT Al Hikmah, sehingga akan meningkatkan jumlah anggota.

Pangsa pasar yang ditargetkan di BMT Al Hikmah yaitu:

- a. Perorangan
 1. Tokoh masyarakat
 2. Perangkat desa
 3. Pedagang
 4. Karyawan
 5. Home industri
 6. Jasa
- b. Lembaga Pendidikan
 1. Sekolah
 2. Kampus
 3. Pondok
 4. Balai Pelatihan
 5. Pendidikan Masyarakat
- c. Lembaga keuangan lain
 1. Koperasi
 2. BMT
 3. LKD/LKK
- d. Lembaga Dakwah dan Sosial
 1. Masjid
 2. Majelis Ta'lim
 3. Pengajian
 4. PKK
 5. Karang Taruna
- e. Pasar Potensi
 1. Keluarga dan kerabat
 2. Pedagang depan pabrik

3. Karyawan pabrik
4. Pedagang depan kampus
5. Pasar pagi
6. Pasar malam
7. Home industri
8. Pos ojek

Adapun persiapan pribadi yang dilakukan seorang marketing ketika memasarkan produk yang ada di BMT Al Hikmah yaitu:

- a. Performa
Performa merupakan kualitas kinerja karyawan untuk mencapai target tertentu yang diukur dengan seberapa cepatnya pekerjaan dapat diselesaikan dengan baik dan tepat.
- b. Alat Kerja
Merupakan perlengkapan yang dibutuhkan saat melakukan sebuah pekerjaan.
- c. Data Pendukung
Merupakan data yang dibutuhkan untuk mendukung sebuah pekerjaan yang akan dilaksanakan atau yang sedang di rencanakan.
- d. Planning
Merupakan sebuah kegiatan untuk menetapkan tujuan yang akan dicapai dengan maksud agar bisa berjalan dengan baik dan sesuai yang telah di rencanakan.
- e. Komunikasi
Merupakan suatu proses dimana seseorang melakukan interaksi guna memberikan sebuah informasi atau pesan.

Strategi yang dilakukan oleh BMT Al Hikmah adalah strategi dalam menjual produk agar dapat hasil penjualan sebanyak mungkin dengan memperhatikan kepuasan nasabah. Agar mencapai tujuan semaksimal mungkin dalam strategi pemasaran yang dilaksanakan oleh BMT Al Hikmah adalah sebagai berikut:

a. Produk

BMT Al Hikmah dalam menawarkan sebuah produk untuk memenuhi kebutuhan pasar sasaran dengan membuat sebuah inovasi agar dapat menarik minat nasabah karena sudah banyak BMT yang mempunyai produk yang sama. Dengan produk simpel ini BMT Al Hikmah membuat inovasi jika ada pelajar yang berprestasi akan diberikan sebuah beasiswa dengan ketentuan yang telah di buat oleh pihak BMT.

b. Harga

Untuk produk simpanan pelajar di BMT Al Hikmah menawarkan simpanan dengan bebas biaya administrasi bulanan. Untuk pembukaan rekening simpanan pelajar cukup terjangkau yaitu sebesar Rp 10.000,- dan dengan setoran selanjutnya minimum Rp 10.000,- bagi anggota baru wajib membayar simpanan pokok sebesar Rp 25.000,- dan simpanan wajib sebesar Rp 10.000,- totalnya hanya Rp 35.000,- BMT Al Hikmah mempunyai nisbah bagi hasil yang cukup dapat bersaing dengan BMT lain.

c. Tempat

Dalam strategi pemasaran lokasi juga merupakan faktor yang penting karena dengan lokasi yang strategis akan memudahkan nasabah dalam akses ke kantor BMT.

BMT Al Hikmah cabang Bandungan mempunyai tempat yang strategis karena dekat dengan pasar sehingga dapat diakses dengan mudah oleh para nasabah. Meskipun menggunakan strategi jempit bola lokasi juga merupakan faktor yang penting.

d. Promosi

Promosi merupakan faktor yang penting dalam strategi pemasaran untuk mempromosikan produk, BMT Al Hikmah menggunakan bauran promosi yang terdiri dari:

1. Periklanan

Dalam melakukan periklanan BMT Al Hikmah cabang Bandungan menggunakan brosur tentang informasi produk-produk, persyaratan, keuntungan, keistimewaan serta fasilitas yang diberikan oleh BMT Al Hikmah.

2. Promosi Penjualan/Personal Selling

Dengan adanya kelebihan di produk simpanan pelajar ini bisa digunakan untuk membuat calon nasabah tertarik bergabung yaitu jika ada pelajar yang berprestasi akan diberikan beasiswa sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan oleh pihak BMT dengan hal ini agar dapat meningkatkan jumlah anggota pada BMT Al Hikmah.

3. Penjualan Pribadi

Dalam personal selling akan terjadi interaksi langsung antara calon anggota dengan marketing. Kegiatan personal selling tidak hanya terjadi di tempat calon anggota saja akan tetapi dapat dilakukan juga di kantor kerja.²

Kegiatan personal selling ini dilakukan secara lisan melalui suatu pembicaraan dengan calon anggota agar bertujuan calon anggota tergerak hatinya untuk bergabung pada produk yang di tawarkan. Dalam sehari bisa melakukan kegiatan ini ke 10 orang calon anggota bahkan lebih tetapi tidak semuanya bergabung pada produk yang ditawarkan karena kebanyakan sudah menabung di BMT lain. BMT Al Hikmah lebih mengacu pada strategi bauran promosi personal selling, dikarenakan bauran promosi ini dirasa lebih efektif untuk langsung memilih target calon nasabah. Maka marketing pemasaran harus menguasai betul tentang produk simpanan pelajar dikarenakan jika calon nasabah masih belum tertarik marketing harus lebih jelas dalam menyampaikan apa saja yang terdapat di produk simpanan pelajar tersebut.

² Hasil wawancara dengan Bapak Sulamin selaku Kepala Cabang BMT Al Hikmah di Kantor Cabang Bandungan, 02 Mei 2017, Pukul 11.30 WIB

4. Publisitas

Publisitas dilakukan untuk meningkatkan citra BMT di depan anggota atau calon anggota. Karena itu BMT Al Hikmah rutin melakukan kegiatan soisal seperti donor darah. Kegiatan tersebut sangat bermanfaat bagi orang lain juga dapat meningkatkan citra BMT Al Hikmah dimata masyarakat.