BAB IV
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Aplikasi Produk Simpanan Sukarela Berjangka (SISUKA) di KSPPS BMT Al Hikmah Ungaran

Simpanan Sukarela Berjangka (SISUKA) KSPPS BMT Al Hikmah adalah simpanan anggota yang dirancang sebagai sarana investasi jangka panjang yang aman berdasarkan prinsip syariah yang memberikan hasil investasi yang optimal bagi anggota BMT Al Hikmah. Produk ini didasarkan atas akad *mudharabah* berjangka, di mana anggota dapat menentukan jangka waktu yang dikehendaki dan atas investasi anggota berhak atas bagi hasil sesuai nisbah yang disepakati.

Produk Simpanan Sukarela Berjangka (SISUKA) ini berlandaskan hukum pada Fatwa DSN-MUI No. 03/DSN-MUI/IV/2000 tanggal 1 April 2000. Simpanan Sukarela Berjangka (SISUKA) di KSPPS BMT Al Hikmah berdasarkan akad *mudharabah muthlaqah.* Ketentuan berdasarkan akad *mudharabah muthlaqah*:

1) BMT selaku *mudharib* (pengelola dana) dan anggota selaku *shahibul maal* (pemilik dana)
2) *Mudharib* boleh melakukan berbagai macam usaha, asal tidak melanggar prinsip syariah
3) Dana deposito harus jelas, tunai bukan piutang
4) Pembagian keuntungan dinyatakan dalam nisbah
5) Tidak diperkenankan mengurangi nisbah keuntungan anggota tanpa persetujuan anggota

Ketentuan Simpanan Sukarela Berjangka (SISUKA) di KSPPS BMT Al Hikmah Ungaran:

1) Simpanan sukarela berjangka KSPPS BMT Al Hikmah Ungaran adalah atas nama perorangan atau atas nama suatu badan usaha.

2) Simpanan sukarela berjangka dibayarkan kembali pada atau sesudah tanggal jatuh tempo yang ditetapkan oleh KSPPS BMT Al Hikmah Ungaran selaku pihak yang mengeluarkan.
3) Bagi hasil simpanan sukarela berjangka dihitung dan dibayarkan setiap bulan sesuai dengan tanggal jatuh temponya.
4) Apabila simpanan sukarela berjangka yang sudah jatuh temponya tidak diambil, maka akan diperpanjang secara otomatis dengan jangka waktu yang sesuai dengan jangka waktu yang terdahulu dengan nisbah yang berlaku saat diperpanjang.
5) Warkat simpanan sukarela berjangka tidak dapat dipindahtangankan.
6) Perubahan nama, alamat, tanda tangan, penggantian pengurus (untuk suatu badan hukum) dan lain hal tentang deposan harus diberitahukan secara tertulis kepada pihak KSPPS BMT Al Hikmah Ungaran.
7) Pengambilan dan/atau pembatalan simpanan sukarela berjangka sebelum mencapai jangka waktu yang telah ditetapkan, akan dikenakan denda sesuai ketentuan yang berlaku pada KSPPS BMT Al Hikmah Ungaran.
8) Apabila deposan meninggal dunia, maka segala hak atas uang simpanan yang bersangkutan diberikan kepada yang ditunjuk pada saat pengajuan permohonan pemilikan simpanan sukarela berjangka dengan menunjukkan bukti-bukti yang sah kepada KSPPS BMT Al Hikmah.
9) KSPPS BMT Al Hikmah tidak bertanggung jawab atas segala akibat yang timbul karena penyalahgunaan warkat simpanan sukarela berjangka ini oleh pihak lain.
10) Apabila karena ada suatu hal warkat simpanan sukarela berjangka ini hilang atau rusak, maka KSPPS BMT Al Hikmah akan memberikan duplikatnya sebagai pengganti warkat yang asli setelah deposan mengajukan surat permohonan penggantian warkat dengan dilampiri bukti tertulis yang sah tentang kehilangan atau kerusakan tersebut dari Kepolisian setempat. Untuk pengeluaran duplikat dimaksud, deposan

dibebani biaya cetak sesuai ketentuan yang berlaku di KSPPS BMT Al Hikmah Ungaran.[1]

Syarat pembukaan Simpanan Sukarela Berjangka (SISUKA) di KSPPS BMT Al Hikmah Ungaran:

1) Perorangan
   a) Identitas diri asli beserta fotokopi berupa KTP/SIM
   b) Setoran awal minimal Rp. 500.000,-
   c) Untuk menampung bagi hasil, anggota wajib membuka rekening simpanan
   d) Diperuntukkan orang yang mempunyai dana lebih dan ingin menginvestasikan
   e) Bagi hasil berdasarkan kesepakatan, otomatis langsung masuk ke rekening simpanan
2) Badan usaha
   a) Identitas diri asli beserta fotokopi berupa KTP/SIM bagi yang berhak atas deposito tersebut
   b) Menyerahkan SIUP/NPWP/TDP/Akta Perusahaan dan legalitas lainnya yang asli beserta fotokopinya.
   c) Setoran awal minimal Rp. 500.000,-
   d) Untuk menampung bagi hasil, wajib membuka rekening simpanan
   e) Bagi hasil berdasarkan kesepakatan, otomatis langsung masuk ke rekening simpanan

Prosedur Simpanan Sukarela Berjangka (SISUKA) di KSPPS BMT Al Hikmah Ungaran:

1) Pendaftaran anggota

   Setiap masyarakat yang ingin menginvestasikan dananya di KSPPS BMT Al Hikmah harus menjadi anggota terlebih dahulu dengan membayar simpanan pokok sebesar Rp. 25.000,- dan simpanan wajib Rp. 10.000,- dan calon anggota mengisi formulir permohonan menjadi anggota.
2) Pembukaan rekening

[1] Lembar Sertifikat Sisuka

Dalam pembukaan rekening, *customer service* menjelaskan kepada calon deposan mengenai syarat-syarat yang harus dipenuhi, tata cara perhitungan bagi hasil, serta fasilitas *automatic roll over*. Kemudian calon deposan menyerahkan syarat-syarat tersebut dan mengisi formulir aplikasi pembukaan rekening simpanan sukarela berjangka.

3) Setoran Simpanan Sukarela Berjangka

Calon deposan baik perorangan maupun lembaga menyerahkan setoran Sisuka minimal Rp. 500.000,- (lima ratus ribu rupiah). Kemudian *customer service* meminta tanda tangan pada kartu bagi hasil simpanan sukarela berjangka (tanda tangan harus sesuai dengan yang tertera pada kartu identitas diri) dan *customer service* menyerahkan berkas-berkas tersebut kepada *teller*.

4) Sertifikat Sisuka

Setelah semua berkas-berkas dan dana diterima, *teller* mencetak sertifikat simpanan berjangka dan membubuhkan materai pada lembar pertama, serta membubuhkan paraf pada lembar pertama dan salinannya. *Teller* meminta tanda tangan pimpinan pada sertifikat asli simpanan berjangka serta salinannya. Setelah itu, *teller* menyerahkan sertifikat simpanan berjangka kepada anggota.

5) Bagi hasil bulanan

Bagi hasil simpanan sukarela berjangka dihitung dan dibayarkan setiap bulan sesuai dengan tanggal jatuh temponya. Adapun nisbah bagi hasil Simpanan Sukarela Berjangka (SISUKA) di KSPPS BMT Al Hikmah:

Jangka Waktu	Nisbah BMT	Nisbah Anggota
6 bulan	60%	40%
12 bulan	50%	50%
24 bulan	45%	55%

6) Pencairan Sisuka

Pencairan Simpanan Sukarela Berjangka (SISUKA) dapat dicairkan setelah jatuh tempo dengan menunjukkan warkat asli dan identitas diri deposan (KTP/SIM). Namun, jika tidak ada permintaan dari deposan untuk

menghentikan depositonya maka jangka waktunya dapat diperpanjang secara otomatis oleh pihak BMT, inilah yang disebut dengan fasilitas *automatic roll over* (ARO). Apabila deposan mengajukan pencairan sebelum jatuh tempo, maka pihak BMT akan mengenakan biaya penalti kepada deposan. Biaya penalti diambil dari 2,5% jumlah simpanan berjangka dan nisbah bagi hasil yang telah diperoleh di rekening deposan dikembalikan lagi ke pihak BMT. Setiap simpanan sukarela berjangka yang dicairkan, pada halaman belakang dibubuhi tanda tangan deposan di atas materai dan dana yang diambil dapat berupa tunai atau dipindahbukukan pada tabungan sesuai permintaan deposan.[2]

B. Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Anggota Produk SISUKA (Simpanan Sukarela Berjangka) di KSPPS BMT Al Hikmah Ungaran Cabang Bawen

Perkembangan dunia usaha atau bisnis tidak terlepas dari pengaruh perubahan lingkungan dan keadaaan bisnis tersebut. Perubahan lingkungan salah satunya tercermin dari tingginya persaingan. Keberhasilan suatu perusahaan tergantung dari keberhasilan perusahaan tersebut dalam menghadapi persaingan. Begitu juga dengan KSPPS BMT Al Hikmah yang tidak mau kalah bersaing dengan perbankan lainnya untuk mempertahankan eksistensinya khususnya di daerah Bawen. Oleh karena itu, KSPPS BMT Al Hikmah mempunyai beberapa strategi dalam memasarkan produk-produknya khususnya pada produk SISUKA (Simpanan Sukarela Berjangka) untuk merebut perhatian para anggota maupun masyarakat untuk meningkatkan jumlah anggota.

Sebelum melakukan kegiatan pemasaran, ada hal-hal yang harus dipersiapkan oleh seorang pemasar KSPPS BMT Al Hikmah, di antaranya sebagai berikut:

1) Penampilan

[2] Wawancara dengan Ibu Dian Irfani, Teller KSPPS BMT Al Hikmah Ungaran Cabang Bawen, 25 April 2017.

Penampilan penting untuk menambah kepercayaan diri bagi petugas pemasar, membangun keyakinan bagi anggota, membangun *image* positif bagi perusahaan, meningkatkan pelayanan, dan menjaga kepuasan pelanggan. Seorang pemasar meskipun melaksanakan kegiatan di lapangan, namun harus tetap berpenampilan rapi, sopan, wangi.

2) Alat kerja

Sebelum berkerja perlu dipersiapkan alat kerja seperti menyiapkan pena/*bolpoint*, kertas/buku yang diperlukan, sepeda motor jika melaksanakan kegiatan di lapangan.

3) Media pendukung

Media dalam mendukung pekerjaan seorang pemasar, yaitu seperti brosur yang berisi penjelasan produk-produk BMT, buku simpanan anggota, kantor pelayanan, souvenir (kalender, mug, *bolpoint*, buku catatan, tas blaccu).

4) *Planning*

Sebelum melakukan kegiatan pemasaran perlu melakukan perencanaan pemasaran. Misalnya memasarkan kepada keluarga dahulu, kemudian lingkungan sekitar, kerabat/kenalan, masyarakat luas (pedagang, karyawan, dan sebagainya).

5) Komunikasi

Komunikasi merupakan proses pengiriman pesan antara pengirim dan penerima pesan. Dalam memasarkan produk secara langsung, pasti akan berkomunikasi dengan masyarakat. Oleh karena itu, sebelum memasarkan produk harus dapat berkomunikasi dengan baik. Tujuan berkomunikasi dengan baik supaya yang disampaikan/dijelaskan oleh pemasar dapat dipahami oleh anggota.

Untuk menguasai pangsa pasar, KSPPS BMT Al Hikmah Ungaran Cabang Bawen melakukan langkah-langkah STP (*Segmenting, Targeting,* dan *Positioning*) sebagai berikut[3]:

[3] Wawancara dengan Bapak Zulikhan Yahya, Marketing KSPPS BMT Al Hikmah Ungaran Cabang Bawen, 25 April 2017.

a. *Segmenting*

Dalam suatu pasar terdapat banyak pembeli yang berbeda-beda, oleh karena itu perlu dilakukan segmentasi pasar. Tujuannya agar segmentasi yang telah dilakukan tepat sasaran. KSPPS BMT Al Hikmah Ungaran Cabang Bawen membagi pasar berdasarkan:

1) Segmentasi geografis, digolongkan berdasarkan wilayah kecamatan. BMT Al Hikmah Ungaran Cabang Bawen memasarkan ke wilayah Kecamatan Bawen.
2) Segmentasi demografis, digolongkan berdasarkan pendapatan dan pekerjaan masyarakat. Produk Simpanan Sukarela Berjangka (Sisuka) ini diperuntukkan bagi pedagang, karyawan, pengusaha, pegawai negeri/swasta, petani.
3) Segmentasi perilaku, digolongkan berdasarkan penggunaannya atas produk tersebut. Produk Simpanan Sukarela Berjangka (Sisuka) ini diperuntukkan bagi perorangan maupun non perorangan/lembaga yang ingin menginvestasikan dananya.

b. *Targeting*

Penetapan sebuah target perusahaan dalam memasarkan sebuah produk sangatlah penting karena mempengaruhi kerja pegawai untuk melakukan sesuatu hal dan bertujuan untuk mencapai tujuan perusahaan. Dalam memasarkan produk Sisuka, KSPPS BMT Al Hikmah Ungaran Cabang Bawen untuk mendapatkan anggota menetapkan target dalam setahun minimal sebanyak 30 anggota Sisuka. Hal itu ditetapkan untuk setiap cabang BMT Al Hikmah.

c. *Positioning*

Positioning adalah bagaimana sebuah produk di mata konsumen yang membedakannya dengan produk pesaing. Produk Simpanan Sukarela Berjangka (Sisuka) diposisikan sebagai suatu produk deposito *mudharabah* yang membantu perencanaan program investasi anggota KSPPS BMT Al Hikmah. Produk Sisuka ini memberikan hasil investasi yang optimal bagi anggota dengan nisbah yang kompetitf, dapat dijadikan sebagai jaminan

pembiayaan di KSPPS BMT Al Hikmah, mempunyai fasilitas ARO (*automatic roll over*) di mana simpanan berjangka ini dapat diperpanjang secara otomatis jika sudah jatuh tempo dan penyimpan belum mengajukan permohonan pencairan.

Dalam menerapkan strategi pemasaran pada produk Simpanan Sukarela Berjangka (Sisuka), KSPPS BMT Al Hikmah Ungaran Cabang Bawen menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix*) yang terdiri dari 4P, yaitu *product, price, place, and promotion*.[4]

a. *Product* (produk)

Produk merupakan sesuatu yang penting bagi perusahaan, karena konsumen akan mengenal perusahaan melalui produk yang ditawarkan. Tujuan menawarkan produk ke pasar yaitu untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. KSPPS BMT Al Hikmah Cabang Bawen selalu menginformasikan produk-produk yang dimiliki yang mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan anggota serta selalu berusaha agar mampu memberikan kepuasan kepada anggota. KSPPS BMT Al Hikmah Cabang Bawen menawarkan produk Simpanan Sukarela Berjangka (Sisuka) bagi anggota perorangan maupun lembaga yang ingin menginvestasikan dananya untuk masa depan. Simpanan ini tidak dikenakan biaya administrasi. Produk Sisuka menggunakan akad *mudharabah muthlaqah* yang memberikan bagi hasil yang optimal dengan nisbah yang kompetitif, di mana bagi hasil tersebut langsung menambah pada saldo simpanan harian anggota. Produk Sisuka ini juga menyediakan fasilitas ARO (*automatic roll over*), di mana jangka waktu dapat diperpanjang secara otomatis. Dalam memasarkan produk Sisuka, KSPPS BMT Al Hikmah Ungaran Cabang Bawen melakukan beberapa hal, yaitu sebagai berikut:

1) Menentukan logo dan motto

Logo merupakan ciri khas suatu perusahaan. Motto merupakan serangkaian kata yang berisikan misi dan visi perusahaan dalam melayani

[4] Wawancara dengan Bapak Zulikhan Yahya, Marketing KSPPS BMT Al Hikmah Ungaran Cabang Bawen, 25 April 2017.

masyarakat.[5] KSPPS BMT Al Hikmah telah membuat dan menetapkan logo dan motto untuk menarik minat nasabah dan menumbuhkan kepercayaan anggota maupun calon anggota terhadap BMT.

2) Menciptakan merek

Agar mudah dikenal masyarakat, KSPPS BMT Al Hikmah menciptakan merek seperti Sisuka ini dengan mempertimbangkan faktor-faktor berikut ini:

a) Mudah diingat. KSPPS BMT Al Hikmah memberikan nama yang singkat dan jelas pada produk-produknya sehingga mudah diingat dan mudah dipahami, salah satunya produk SISUKA.
b) Terkesan modern. KSPPS BMT Al Hikmah dalam menciptakan merek melihat perkembangan pasar yang semakin modern agar tidak kalah dalam persaingan pasar.
c) Memiliki arti. Produk SISUKA ini berarti Simpanan Sukarela Berjangka dengan prinsip syariah yang membantu anggota berinvestasi untuk masa depan.
d) Menarik perhatian. Agar dapat menarik perhatian, suatu produk harus mempunyai ciri yang menonjol. Pada produk SISUKA ini merupakan simpanan berjangka di mana memberikan bagi hasil yang optimal bagi anggota, tanpa dikenakan biaya administrasi, memiliki fasilitas *automatic roll over*, serta aman untuk berinvestasi.

b. *Price* (harga)

Penentuan harga merupakan hal yang penting dalam kegiatan bauran pemasaran (*marketing mix*), karena harga penyebab laku tidaknya produk yang ditawarkan. Dalam produk Sisuka di KSPPS BMT Al Hikmah Ungaran Cabang Bawen memberikan ketentuan setoran minimal Rp. 500.000,- dan memberikan ketentuan bagi hasil, dalam jangka waktu 6 bulan 60%:40%, 12 bulan 50%:50%, 24 bulan 45%:55%. Bagi hasil adalah suatu ketentuan pembagian hasil dengan proporsi antara BMT dengan anggota yang telah disepakati.

[5] Kasmir, *Kewirausahaan*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2006, h. 174.

c. *Place* (tempat)/*distribution*

Bagi perbankan, pemilihan lokasi (tempat) sangat penting, dalam menentukan lokasi pembukaan kantor cabang atau kantor kas, perbankan harus mampu mengidentifikasi sasaran pasar yang dituju sesuai dengan *core business* dari perusahaan.[6] Produk yang dipasarkan harus didistribusikan atau ditempatkan pada suatu tempat yang mudah dijangkau oleh konsumen. KSPPS BMT Al Hikmah Ungaran Cabang Bawen terletak di Jl. Samban – Jimbaran RT 01/RW 01 Ds. Samban Bawen. Lokasi ini sangat strategis karena terletak di dekat pabrik-pabrik, warung-warung, tempat kos. Ini dapat menjadi peluang bagi KSPPS BMT Al Hikmah Ungaran Cabang Bawen untuk meningkatkan jumlah anggota. Selain adanya tempat lokasi, KSPPS BMT Al Hikmah Ungaran Cabang Bawen juga melakukan distribusi, yaitu sistem jemput bola.

Jemput bola merupakan salah satu cara efektif yang dapat dilakukan untuk mencapai target-target pemasaran produk BMT, ini dilakukan dengan cara petugas langsung mendatangi calon anggota di rumah atau di tempat-tempat mereka berusaha. Pendekatan demikian merupakan langkah awal yang akan memungkinkan petugas leluasa memberikan penjelasan mengenai konsep-konsep keuangan syariah serta sistem dan prosedur yang berlaku dalam operasional BMT.[7]

d. *Promotion* (promosi)

Promosi merupakan salah satu cara yang digunakan KSPPS BMT Al Hikmah Ungaran Cabang Bawen dalam rangka meningkatkan produktivitas untuk mendapatkan anggota semaksimal mungkin dengan menggunakan kata-kata menarik dan mudah dipahami oleh calon anggota terutama dalam memasarkan produk Sisuka. KSPPS BMT Al Hikmah Ungaran Cabang Bawen dalam memasarkan produk Sisuka juga menggunakan empat sarana promosi, yaitu:

---

[6] M Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2012, Cet.1, h. 16.

[7] Makhalul Ilmi, *Teori dan Praktek Lembaga Mikro Keuangan Syariah*, Yogyakarta: UII Press, 2002, Cet. 1, h. 61.

1) Periklanan

Iklan merupakan sarana promosi yang digunakan sebuah perusahaan untuk menginformasikan, menarik, dan mempengaruhi calon anggota. Periklanan yang dilakukan KSPPS BMT Al Hikmah Ungaran Cabang Bawen, yaitu dengan menyebarkan brosur yang di dalamnya berisi tentang profil dan produk-produk dari KSPPS BMT Al Hikmah, pemasangan papan nama, pemasangan spanduk di lokasi yang strategis, serta iklan melalui internet.

2) Promosi penjualan

Adanya promosi penjualan bertujuan untuk meningkatkan penjualan dan meningkatkan jumlah pelanggan. Promosi penjualan yang dilakukan KSPPS BMT Al Hikmah Ungaran Cabang Bawen pada produk Sisuka ini dengan pemberian hadiah (*merchandise*) terhadap anggota yang loyal seperti kalender, mug, pena/*bolpoint* berserta buku catatan yang berlogo KSPPS BMT Al Hikmah. Dan untuk meningkatkan promo misal saat Hari Raya Idhul Fitri setiap pengambilan Sisuka Rp. 1.000.000,- maka bagi hasil dapat ditingkatkan. Hal itu berlaku bagi Sisuka di atas Rp. 10.000.000,-

3) Penjualan pribadi

Penjualan pribadi atau *personal selling* merupakan penjualan secara lisan dengan langsung bertatap muka yang dilakukan pemasar dengan calon anggota. Penjualan pribadi ini dilakukan oleh pemasar BMT Al Hikmah Ungaran Cabang Bawen dengan cara menjalin relasi dengan masyarakat luas dan mendatangi ke lokasi tempat kerja atau usaha sehingga dapat bertatap muka langsung dengan calon anggota. Dengan bertatap muka secara langsung, pemasar akan lebih mudah mempengaruhi minat calon anggota untuk bergabung. Para pemasar BMT Al Hikmah dituntut untuk dapat berkomunikasi dengan baik dengan calon anggota, serta pemasar harus jujur, bertanggung jawab, memahami produk-produk BMT Al Hikmah secara mendalam, menyampaikan/menjelaskan produk-produk

BMT Al Hikmah dengan penuh kesabaran, dan konsisten dengan apa yang diucapkannya.

4) Publisitas

Publisitas merupakan promosi untuk menarik calon anggota melalui kegiatan seperti pameran, bakti sosial, serta kegiatan lainnya. Publisitas untuk menarik calon anggota KSPPS BMT Al Hikmah dilakukan dengan cara menyelenggarakan kegiatan bazaar, senam, jalan sehat mengelilingi desa, pengajian, dan donor darah. Kegiatan-kegiatan tersebut biasanya diselenggarakan pada hari Sabtu di Kantor Pusat KSPPS BMT Al Hikmah Jl. Jenderal Sudirman No. 12 Mijen Gedanganak Ungaran. Kegiatan-kegitan tersebut mempunyai tujuan untuk membangun *image* baik perusahaan dalam benak masyarakat.

Selain strategi pemasaran yang telah dilakukan oleh KSPPS BMT Al Hikmah Ungaran Cabang Bawen pada produk Sisuka di atas, sebaiknya KSPPS BMT Al Hikmah Ungaran Cabang Bawen lebih meningkatkan kegiatan promosi di masyarakat dan memperluas jaringan kerja sama. Misalnya, dengan melakukan kunjungan-kunjungan ke beberapa perusahaan/organisasi/instansi yang berbasis ke-Islaman dan melakukan sesi presentasi di depan semua anggota/karyawan perusahaan/organisasi/instansi tersebut mengenai produk SISUKA. Selain itu, juga dapat melakukan sosialisasi di masyarakat melalui bekerja sama dengan para tokoh masyarakat kelurahan/kecamatan di setiap daerah khususnya daerah Bawen. Dengan adanya sosialisasi secara merata di masyarakat luas, diharapkan akan menumbuhkan kepercayaan masyarakat banyak khususnya pengusaha UMKM untuk menggunakan jasa BMT Al Hikmah dalam penanaman modal, sehingga dapat meningkatkan jumlah anggota produk Sisuka.

Contoh respon (tanggapan) anggota dan calon anggota di sekitar KSPPS BMT Al Hikmah Ungaran Cabang Bawen mengenai produk Sisuka[8]:

a) Bapak Wasidi Siswanto

[8] Wawancara dengan warga di daerah Bawen, 27 April 2017.

Salah satu anggota produk Sisuka di KSPPS BMT Al Hikmah Ungaran Cabang Bawen memberikan respon yang sangat baik. Bapak Wasidi Siswanto mengatakan bahwa sangat puas dengan pelayanan yang diberikan oleh *marketing* KSPPS BMT Al Hikmah Ungaran Cabang Bawen. Dalam memasarkan produknya, *marketing* sangat ramah dan mudah berkomunikasi dengan masyarakat dengan baik. Bapak Wasidi Siswanto percaya bahwa BMT Al Hikmah merupakan salah satu lembaga keuangan yang dapat dipercaya dan dapat menjamin keamanan dalam mengelola dana masyarakat.

b) Ibu Siti Zumaroh

Salah satu anggota produk Sisuka di KSPPS BMT Al Hikmah Ungaran Cabang Bawen memberikan respon yang cukup baik. Ibu Siti Zumaroh mengatakan bahwa *marketing* sudah memberikan pelayanan yang baik namun fasilitas seperti kantor kurang memadai karena kurang luas dan kurang nyaman.

c) Bapak Imam Nurkholis

Salah satu anggota produk Sisuka di KSPPS BMT Al Hikmah Ungaran Cabang Bawen memberikan respon yang kurang baik. Bapak Imam Nurkholis beranggapan bahwa prinsip secara syariah ataupun konvensional sama saja. Bapak Imam Nurkholis kurang percaya dengan BMT karena dulu ada BMT yang sempat bangkrut, sehingga merasa takut jika menginvestasikan dananya nanti tidak akan dikembalikan.

Dalam kegiatan pemasaran, tentunya tidak terlepas dari adanya kendala-kendala yang dihadapi. Adapun kendala-kendala yang dihadapi KSPPS BMT Al Hikmah Ungaran Cabang Bawen, yaitu sebagai berikut:

a. Kurangnya SDM

Kurangnya sumber daya manusia atau yang biasa disebut dengan SDM merupakan salah satu yang menjadi kendala dalam memasarkan produk Sisuka ke wilayah yang lebih luas lagi. Kurangnya SDM menyebabkan pendistribusian masih kurang merata di Ungaran. Selama ini, pendistribusian produk Sisuka masih pada lingkup yang dekat dengan lokasi

kantor dan kedekatan/relasi dari SDM saja. Kurangnya SDM ini disebabkan oleh bentuk kantor yang kecil, sehingga SDM di kantor Cabang Bawen ini sangat dibatasi.

b. Kurangnya pengetahuan masyarakat tentang BMT dan deposito syariah

   Ini terjadi karena banyaknya bank-bank yang hadir di tengah masyarakat modern. Banyak masyarakat yang hanya paham dengan prinsip konvensional saja, sehingga mereka lebih memilih menginvestasikan dananya di bank konvensional.

c. Tidak semua masyarakat merespon dengan baik

   Saat pemasar memasarkan produk Sisuka, tidak semua masyarakat merespon dengan baik. Hal ini terjadi karena mereka kurang tertarik dengan produk yang ditawarkan, mereka sibuk sehingga kurang fokus dengan penawaran dari pemasar. Maka dari itu terjadi respon yang kurang baik dari masyarakat.

d. Banyaknya persaingan

   Dalam pemasaran tidak terlepas dari persaingan, setiap waktu selalu datang pesaing baru. Di wilayah Ungaran, banyak Bank dan BMT lain yang tentunya mengakibatkan adanya persaingan antarlembaga untuk menarik minat masyarakat dan meningkatkan jumlah anggota masing-masing lembaga. Ada beberapa BMT dan Bank Syariah di wilayah Ungaran, antara lain BMT Fajar Mulia, BMT Bina Insyani, BMT Binama, Bank Mandiri Syariah, BRI Syariah, Bank Muamalat, Bank Mega Syariah.

e. Kurangnya kepercayaan masyarakat

   Kepercayaan masyarakat kepada BMT masih sangat kurang, mereka masih ragu untuk menginvestasikan dananya di BMT Al Hikmah. Mengingat dahulu ada BMT yang bangkrut, sehingga masyarakat kurang percaya terhadap BMT. Banyak masyarakat yang masih menginvestasikan dananya di bank-bank lain.[9]

---

[9] Wawancara dengan Bapak Zulikhan Yahya, Marketing KSPPS BMT Al Hikmah Ungaran Cabang Bawen, 25 April 2017.

C. Analisis

Dari pembahasan di atas, penulis mencoba menganalisis dengan menggunakan metode analisis SWOT. Analisis SWOT merupakan penilaian menyeluruh terhadap kekuatan (*strenghts*), kelemahan (*weaksnesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*). Analisis SWOT berguna untuk menganalisis faktor-faktor di dalam organisasi yang memberikan andil terhadap kualitas atau salah satu komponennya sambil mempertimbangkan faktor-faktor eksternal.[10]

1) *Strenghts* (kekuatan)

   Kekuatan yang dimiliki produk SISUKA (Simpanan Sukarela Berjangka) pada KSPPS BMT Al Hikmah Ungaran Cabang Bawen, yaitu:

   a) Tidak ada biaya administrasi setiap bulan
   b) Bagi hasil optimal dengan nisbah yang kompetitif
   c) Prosedur pembukaan dan penutupan Sisuka yang sangat mudah
   d) Adanya fasilitas ARO (*automatic roll over*)/perpanjangan waktu otomatis
   e) Dapat dijadikan jaminan pembiayaan
   f) Membantu merencanakan program investasi anggota
   g) Dana yang ditempatkan, disalurkan pada usaha yang halal dan dijamin keamanannya

2) *Weaknesses* (kelemahan)

   Kelemahan yang dimiliki produk SISUKA (Simpanan Sukarela Berjangka) pada KSPPS BMT Al Hikmah Ungaran Cabang Bawen, yaitu:

   a) Kurangnya promosi mengenai produk Sisuka
   b) Nisbahnya tergantung pada pendapatan BMT.
   c) Tidak dapat diambil sewaktu-waktu

3) *Opportunities* (peluang)

   Peluang yang ada dalam mengembangkan produk SISUKA (Simpanan Sukarela Berjangka) pada KSPPS BMT Al Hikmah Ungaran Cabang Bawen, yaitu:

---

[10] Kuat Ismanto, *Manajemen Syari'ah (Implementasi TQM dalam Lembaga Keuangan Syari'ah*), Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009, Cet. 1, h. 190.

a) Baiknya *image* BMT Al Hikmah di kalangan masyarakat
b) Mayoritas penduduk beragama Islam
c) Banyak karyawan, pengusaha, pedagang di sekitar lokasi BMT Al Hikmah Cabang Bawen
d) Banyak masyarakat yang kurang tahu cara mengatur keuangan dengan baik

4) *Threats* (ancaman)

Ancaman yang dihadapi KSPPS BMT Al Hikmah Cabang Bawen dalam mengembangkan produk SISUKA (Simpanan Sukarela Berjangka), yaitu:

a) Banyaknya kompetitor lain yang mempunyai produk sejenis
b) Banyak masyarakat yang cenderung lebih memilih prinsip konvensional karena kurang tahu mengenai prinsip syariah.
c) Jika produk Sisuka ini berhasil, maka akan banyak lembaga-lembaga lain yang meniru.