

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Strategi Pemasaran Produk Si Sidik KSPPS BMT BUS Pada Cabang Semarang Kota.

Sebagai Lembaga Keuangan Syariah yang kegiatannya melayani anggota. Koperasi Simpan Pinjam Syariah Baitul Maal wat Tamwil Bina Ummat Sejahtera mengupayakan pelayanan yang terbaik. Untuk memenuhi kebutuhan calon anggota dan mempermudah transaksi dengan anggota. Maka KSPPS BMT BUS ada beberapa cabang utama maupun kantor cabang tersebar di beberapa kota, yaitu: wilayah Rembang, Semarang, Kudus, Jepara, Grobogan, Solo, Tegal, Yogyakarta, Jakarta dan Pontianak. Untuk mempromosikan produk simpanan Si Sidik KSPPS BMT BUS Cabang Semarang Kota mempunyai strategi pemasaran dengan mengembangkan komunikasi dengan anggota melalui promosi. Melalui strategi pemasaran masyarakat dapat mengetahui apa itu produk simpanan Si Sidik dan minat masyarakat untuk bergabung menjadi anggota di KSPPS BMT Binna Ummat Sejahtera Cabang Semarang Kota, dengan cara menginformasikan keunggulan yang ada di produk Si Sidik yaitu apabila penarikan tamat jenjang pendidikan tertentu tidak ambil maka akan dipindah buku ke sebagai setoran rekening Si Rela, siswa penyimpan Si Sidik yang berprestasi dikelas KSPPS BMT BUS menyediakan hadiah beasiswa berupa uang tunai senilai Rp. 200.000 per anggota Si Sidik yang mendapat ranking dikelas 1 sampai 3 yang disertai fotocopy rapot kelas semester akhir yang dilegalisir oleh kepala sekolah masing-masing, setiap tahun ajaran baru KSPPS BMT BUS Bina Ummat Sejahtera Cabang Semarang Kota akan memberikan hadiah berupa peralatan sekolah. Kegiatan komunikasi pemasaran merupakan sarana utama bagi BMT BUS Cabang Semarang Kota untuk menginformasikan dan membujuk masyarakat untuk berinvestasi biaya pendidikan yang berjangka.

1. Manfaat Produk Si Sidik yaitu :

- Mendorong tercapainya kerjasama ekonomi secara syariah
- Membantu perencanaan program pendidikan putra putri anda
- Menunjang program pemerintah dalam memerangi kebodohan

Ketentuan :

a) PENYIMPAN

- 1) Penyimpan adalah orang tua, wali atau penanggung peserta Si Sidik yang tersebut dalam sertifikat.
- 2) Karena sesuatu hal penyimpanan dapat digantikan orang lain selama bersangkutan bersedia menjadi penanggung peserta Si Sidik.
- 3) Apabila penyimpanan berpindah tempat, setoran Si Sidik dapat dilakukan di Kantor cabang BMT dimana yang bersangkutan bertempat tinggal yang baru tersebut ternyata belum ada kantor cabang BMT penyimpanan dapat menunjukkan orang lain sebagai penanggung Si Sidik.

b) PESERTA SI SIDIK

- 1) Peserta Si Sidik adalah anak umur 0 tahun sampai dengan umur lulus SLTA yang telah di daftar sebagai peserta Si Sidik di BMT Bina Ummat Sejahtera Lasem.
- 2) Peserta Si Sidik dapat digantikan oleh peserta lain dengan pemberitahuan terlebih dahulu.
- 3) Apabila peserta Si Sidik karena sesuatu dan lain hal tidak lagi melanjutkan sekolah, simpanan Si Sidik dapat diambil dengan pemberitahuan 1 bulan sebelumnya.

c) JANGKA WAKTU

- 1) Jangka waktu setoran Si Sidik tergantung usia atau kelas berapa peserta Si Sidik mulai menyimpan sampai tamat SMA atau ada perjanjian lain antara penyimpanan dengan pihak BMT.
- 2) Sebelum jangka waktu habis, simpanan dapat diambil apabila :
 - Peserta Si Sidik meninggal dunia
 - Penyimpan dan peserta Si Sidik pindah tempat tinggal dimana tempat tinggal yang baru belum ada kantor cabnag BMT Bina Ummat Sejahtera.

- Menurut kepala desa atau lurah karena alasan ekonomi, penyimpan tidak dapat melanjutkan Si Sidik.
 - Penyimpan meninggal dunia sementara tidak ada penanggung Si Sidik.
- 3) Penarikan Si Sidik seperti dalam point dua harus memberitahukan terlebih dahulu minimal satu bulan sebelumnya. Khusus point 2a pemberitahuan dapat dilakukan satu minggu sebelum dana terealisasi.

d) KOMPENSASI

- Setiap peserta Si Sidik berhak mendapatkan hadiah peralatan sekolah pada setiap kenaikan kelas yang jenisnya ditentukan oleh pihak BMT Bina Ummat Sejahtera.
- Apabila pada penarikan tamat jenjang pendidikan tertentu tidak diambil, maka akan dimasukkan ke tabungan Si Rela.
- Setiap kenaikan kelas pihak BMT Bina Ummat Sejahtera akan memberikan Bea Siswa kepada peserta Si Sidik yang berprestasi dikelas yang nominalnya Rp. 200.000 setiap peserta Si Sidik.
- Yang dimaksud dalam ketentuan nomor tiga adalah siswa yang mendapatkan ranking 1 sampai dengan 3 dikelas masing-masing, dengan menunjukkan foto copy raport semester terakhir yang dilegalisir kepala sekolah masing-masing.

Dalam kegiatannya mempromosikan produk simpanan Si Sidik KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera (BUS) Cabang Semarang Kota menerapkan kebijakan sebagai berikut ini :

Ada empat (4) strategi pemasaran yang digunakan KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera, semuanya mengacu pada pengembangan variabel marketing mix yakni 4P (*Product, Price, Place, and Promotion*).

a. Strategi produksi (*product*)¹

Untuk memikat anggota baru untuk menggunakan jasa produk simpanan Si Sidik pada KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera, yaitu simpanan Si Sidik yang merupakan simpanan untuk perencanaan biaya pendidikan siswa sekolah mulai umur 0 tahun sampai dengan perguruan tinggi. Simpanan ini berdasarkan prinsip *mudharabah*, yaitu anggota sebagai *shohibul maal* atau pemilik dana dan BMT sebagai *mudharib* atau pengelola dana, produk simpanan Si Sidik tidak bisa di ambil sewaktu-waktu bisa diambil jika anggota meninggal dunia dan lokasi yang di tempati tidak ada cabang BMT BUS. KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera memberikan produk ini dengan tujuan masyarakat untuk berinvestasi biaya pendidikan untuk anaknya.

b. Strategi harga (*price*)

Dalam strategi harga yang dilaksanakan oleh KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera BUS dalam produk Si Sidik tersebut yaitu bahwa KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera tidak dibebani biaya pembukaan rekening, bebas biaya administrasi perbulannya, dan juga bagi hasil produk Si Sidik sebesar 1% perbulan. Ada beberapa pilihan setoran dalam produk ini yang memudahkan anggota untuk menyimpan dananya, adalah sebagai berikut :

Kelas Si Sidik	Setoran Si Sidik
Si Sidik setoran Rp. 100.000	Rp. 100.000, -/Bulan
Si Sidik setoran Rp 150.000	Rp. 150.000, -/Bulan
Si Sidik setoran Rp 200.000	Rp. 200.000, -/Bulan
Si Sidik setoran Rp 300.000	Rp.300.000, -/Bulan
Si Sidik setoran Rp 400.000	Rp.400.000, -/Bulan
Si Sidik setoran Rp 500.000	Rp.500.000, -/Bulan

¹ Hasil wawancara dengan Marketing KSPPS BMT BUS Cabang Semarang Kota, Siswoyo, Selasa 24 Januari 2017

Ada 3 kelas dalam produk ini yang memudahkan anggota untuk menyimpan dananya.

Kelas Si Sidik	Setoran Si Sidik	Setoran Si Sidik NEW	Setoran Si Sidik Platinum
Si Sidik kelas A	Rp. 100.000,-	Rp. 150.000,-	Rp. 200.000,-
Si Sidik kelas B	Rp. 50.000,-	Rp. 100.000,-	Rp. 150.000,-
Si Sidik kelas C	Rp. 25.000,-	Rp. 50.000,-	Rp. 100.000,-

Setoran simpanan dilakukan setiap bulan, dan penarikan simpanan dilakukan setiap tamat jenjang pendidikan sampai lulus SMA. Besarnya setoran simpanan berdasarkan kelas Si Sidik.

c. Strategi tempat (*place*)

Kantor cabang yang berada di lingkungan pasar johan yaitu yang berlokasi di Jalan Bangunharjo No. 58 Semarang, mengcover pedagang pasar, sekaligus mendekati pasar karena pasar merupakan pusat sirkulasi keuangan, sehingga kantor cabang tersebut mudah dijangkau oleh masyarakat umum dan strategis. Apalagi lokasinya yang sangat berdekatan dengan pasar, memungkinkan banyak masyarakat yang berada di area pasar tersebut akan memudahkan para marketer dalam memasarkan produk simpanan Si Sidik.

d. Strategi promosi (*promotion*)²

Dalam menunjang penjualan produk Si Sidik maka penjualan perorangan KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera (BUS) pada Cabang Semarang Kota dilakukan oleh manager dan para marketer BMT BUS Cabang Semarang Kota. Untuk memasarkan produk Si Sidik, manager dan para marketer BMT BUS melaksanakan pemasaran kepada para anggota hanya satu bulan sekali untuk produk Si Sidik, sedangkan mereka memfokuskan pada produk lain (Si Rel) yang setiap harinya dipasarkan dikalangan masyarakat.

² Hasil wawancara dengan Manajer KSPPS BMT BUS Cabang Semarang Kota, Bapak Harnoko, Rabu 25 Januari 2017

a. Menyebar Brosur

Marketing menyebarkan brosur produk simpanan si sidik, dengan cara menyebarkan brosur ke outlet, warung makan, dan sekolah. Pada jam tertentu atau yang telah dijadwalkan oleh manager untuk menyebarkan brosur, agar masyarakat lebih tau apa itu produk si sidik serta keunggulan dari produk Si Sidik yang ada di KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Semarang Kota.

b. Spanduk

Strategi pemasaran yang digunakan oleh KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Semarang Kota menggunakan spanduk adalah dengan memasang spanduk di tempat yang strategis yang mudah dilihat oleh masyarakat sekitar, dapat membantu masyarakat dengan mudah membaca apa itu produk si sidik dan juga memasang spanduk ditempat yang ramai supaya lebih banyak masyarakat yang membaca.

b. Door to door

Marketing melakukan promosi dengan cara mendatangi rumah warga yang mempunyai anak, yang berpendidikan jenjang TK sampai Perguruan Tinggi. Contoh kasus, pada bulan januari marketing mempunyai target pemasaran di desa A , marketing mendatangi RT desa tersebut untuk memperoleh data yang mempunyai anak yang berpendidikan jenjang TK sampai Perguruan Tinggi. Setelah data di peroleh marketing mendatangi rumah warga yang sudah di data untuk menawarkan produk si sidik.

c. Melakukan Kerjasama Sekolah

Marketing mendatangi ke sekolah untuk melakukan kerjasama. Contoh kasus, marketing mendatangi ke sekolah dan menemui kepala sekolah untuk bekerjasama menawarkan produk si sidik, apakah siswa di sekolah tersebut mempunyai tabungan atau belum. Jika belum marketing mempromosikan atau menawarkan tabungan Si Sidik dengan sistem jempot bola.

B. Kendala apa saja yang dihadapi BMT BUS selama memasarkan produk Si Sidik pada saat mempromosikan.

Berdasarkan wawancara dengan pihak BMT Bina Umat Sejahtera Cabang Semarang Kota dan pengamatan yang dilaksanakan penulis secara langsung, dalam memasarkan atau mempromosikan produk Si Sidik menghadapi beberapa kendala, diantaranya yaitu:

a. Kurangnya Frekuensi Promosi

Komunikasi yang dibangun antara *marketing* BMT BUS dengan anggota dirasa kurang, karena mereka kurang terfokus oleh tugas mereka. Kendala yang dihadapi mengenai kurangnya frekuensi promosi yaitu berhubungan dengan kurangnya jumlah pegawai di BMT Bina Umat Sejahtera Cabang Semarang Kota, dimana para pegawai merangkap pekerjaan bagian lainnya. Sehingga, dalam hal penyampaian dan pengenalan Si Sidik kepada calon anggota baru kurang efektif dan efisien. Pengamatan langsung yang dilakukan oleh penulis, *marketing* BMT BUS hanya terfokus pada beberapa produk saja yang sudah menjadi andalan mereka yaitu Si Reli dan produk pembiayaan. Mereka akui bahwa mayoritas anggota yang mereka sering jumpai hanya tertarik produk Si Reli dan produk pembiayaan, sehingga mereka jarang untuk menginformasikan produk Si Sidik kepada anggota. Padahal Si Sidik juga mempunyai beberapa kelebihan yang tidak dimiliki oleh Si Reli maupun produk lainnya. Dengan begitu, menurut hasil survey penulis menyimpulkan bahwa anggota kurang tertarik dengan produk Si Sidik dikarenakan mereka belum cukup informasi mengenai produk Si Sidik. Karena manager dan *marketing* BMT BUS mempromosikan tidak melalui media seperti facebook, BBM dan social media lainnya.

b. Minimnya inovasi produk di bidang pemasaran.

KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera belum mampu untuk mengembangkan produk-produk baru yang inovatif yang bisa meningkatkan daya saing dengan lembaga keuangan berskala besar

serta lembaga keuangan mikro lainnya. Produk yang dimiliki oleh KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera masi sama dengann produk-produk yang dimiliki lembaga keuangan syariah lainnya.

c. Kurangnya kesadaran masyarakat untuk berinvestasi yang berjangka.

Tingkat kesadaran masyarakat umumnya masih kurang dalam melakukan investasi mengingat kebutuhan mereka sekarang sudah beraneka ragam. Mereka merasa dibebani dengan jumlah uang pendaftaran sebesar Rp. 5.000.000,- dan harus tunai tidak bisa dicicil. Masyarakat pada umumnya belum memahami tentang sistem bagi hasil dan akad yang digunakan pada produk Si Sidik. Berdasarkan hasil penelitian yang penulis laksanakan terhadap anggota BMT BUS Cabang Semarang Kota di pasar kanjengan dan pasar johar Semarang yang rata-rata keseharian mereka adalah pedagang, mereka tidak tertarik terhadap produk Si Sidik karena mereka berasumsi bahwa uang sebesar Rp. 5.000.000,- bisa mereka gunakan untuk menambah modal dagangan atau modal usaha mereka yang hasilnya juga bisa digunakan untuk biaya pendidikan anaknya.

d. Promosi melalui media cetak dan melalui media elektronik belum terlalu aktif.

Pemasaran atau promosi yang baik dan efektif pasti akan mendapatkan hasil yang memuaskan. Selain itu denga promosi produk yang dijual dan ditawarkan akan dikenal oleh masyarakat yang akan meningkatkan penjualan produk. KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera (BUS) Cabang Semarang Kota pada sekarang ini kurang efektif dalam mempromosikan produk jasanya melalui media cetak ataupun elektronik, hal yang dilakukan oleh BMT BUS dalam memasarkan produknya hanya dengan bantuan marketing dan menggunakan brosur saja.

e. Lokasi

Suatu produk tidak bermanfaat bila tidak disediakan pada waktu dan tempat di mana barang atau produk tersebut dibutuhkan. Jadi

supaya Si Sidik benar-benar dapat dinikmati oleh calon anggota baru, maka BMT BUS Cabang Semarang Kota harus memilih saluran distribusi yang tepat agar Si Sidik dapat dijangkau oleh calon anggota yang membutuhkan.

C. Solusi yang ditawarkan oleh penulis dalam memasarkan produk simpanan Si Sidik.

Adapun solusi yang ditawarkan oleh penulis kepada pihak KSPPS BMT BUS Cabang Semarang Kota untuk meminimalisir kendala-kendala yang dihadapi dalam memasarkan produk simpanan Si Sidik adalah :

a. Solusi Frekuensi Promosi

Harus meningkatkan lagi pemasaran mengenai produk Si Sidik yang tadinya mempromosikannya satu bulan sekali, manager dan marketing BMT BUS harus memasarkan produk Si Sidik setiap hari. Membuat media untuk memasarkan produk Si Sidik contohnya dengan brosur dan media sosial media (facebook, bbm, dll).

b. Sebelum kita memasarkan atau mempromosikan produk Si Sidik.

Kepada calon anggota baru, hendaknya kita mengetahui terlebih dahulu kebutuhan dari setiap calon anggota. Karena akan lebih efisien dan efektif dalam memasarkan produk Si Sidik apabila marketing mengetahui akan kebutuhan calon anggotanya. Setelah itu, kita menawarkan produk Si Sidik dengan cara menjelaskan apa saja keunggulan produk Si Sidik di KSPPS BMT BUS agar lebih menarik minat mereka untuk membeli produk Si Sidik, keunggulannya meliputi: Setiap peserta Si Sidik berhak mendapatkan hadiah peralatan sekolah pada setiap kenaikan kelas yang jenisnya ditentukan oleh BMT BUS seperti (tas, buku, dan bolpoin, apabila pada penarikan tamat jenjang pendidikan tertentu tidak diambil maka akan dimasukkan ke tabungan Si Relu, Setiap kenaikan kelas pihak BMT BUS akan memberikan Bea Siswa kepada peserta Si Sidik yang berprestasi di kelas yang nominalnya Rp. 200.000,- perorang.

c. Diadakan sosialisasi yang rutin kepada masyarakat.

Dengan tujuan memberikan pemahaman kepada mereka akan pentingnya berinvestasi dalam jangka panjang.³ Memberi informasi mengenai keunggulan produk simpanan Si Sidik kepada calon anggota baru. Selain itu, menjalin hubungan yang baik dengan calon anggota baru dan mempertahankan silaturahmi yang baik dengan anggota dengan tujuan menjalin suatu kekeluargaan yang akan menciptakan suatu kepercayaan bagi anggota lama dan calon anggota baru yang bergabung menjadi anggota Si Sidik di KSPPS BMT BUS Cabang Semarang Kota.

Untuk memperoleh anggota Si Sidik BMT BUS harus mempromosikan produk simpanan Si Sidik menyebarkan brosur, *door to door*, menjalankan kerjasama ke sekolah, dan dari anggota lama yang sudah memiliki produk simpanan yang ada di KSPPS BMT BUS. Kemudian BMT BUS menjelaskan apa itu produk simpanan Si Sidik, manfaat apa saja yang ada di produk simpanan Si Sidik, dan apa saja keunggulan yang ada di produk simpanan Si Sidik. Supaya masyarakat tertarik berinvestasi biaya pendidikan untuk anaknya. Strategi setiap marketing harus mempromosikan Si Sidik minimal lima anggota setiap hari.

³ Hasil Wawancara Manager KSPPS BMT BUS Cabang Semarang Kota, Bapak Harnoko, Selasa 24 Januari 2017