

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Strategi Bersaing Produk Sirela Yang Diterapkan KSPPS BMT Bina Umat Sejahtera Dalam Meningkatkan Jumlah Anggota**

Umumnya perusahaan menerapkan strategi bersaing secara eksplisit melalui kegiatan-kegiatan dari berbagai departemen fungsional perusahaan yang ada. Pemikiran dasar dari penciptaan strategi bersaing berawal dari pengembangan formula umum mengenai bagaimana bisnis akan dikembangkan, apakah sebenarnya yang menjadi tujuannya dan kebijakan apa yang akan diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut. Pengertian strategi bersaing adalah mengembangkan rencana mengenai bagaimana bisnis akan bersaing, apa yang seharusnya menjadi tujuannya dan kebijakan apa yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut.<sup>1</sup>

Persaingan antar lembaga keuangan syariah saat ini cukup ketat, dari data-data jumlah anggota yang sudah penulis peroleh dapat diketahui pertumbuhan perkembangan jumlah anggota KSPPS BMT BUS dari tahun ke tahun, KSPPS BMT

---

<sup>1</sup> Porter Michel E., *Strategi Bersaing, Teknik Menganalisis industry dan pesaing*, Jakarta: Erlangga 2001 hlm 35

BUS yang mulai beroperasi tahun 1996 ini memang melangkah dari awal dan di awal tahun jumlah anggotanya sangat minim tapi dengan berjalannya tahun jumlah perkembangan KSPPS BMT BUS mulai meningkat bahkan bisa dikatakan meningkat lebih pesat sampai sekarang ini, jumlah anggota KSPPS BMT BUS meningkat sangat pesat itu tidak pernah lepas dari strategi-strategi, inovasi baru serta produk-produk yang dilakukan KSPPS BMT BUS serta kinerja para karyawan KSPPS BMT BUS yang di anggap baik oleh masyarakat.

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Anggota SIRELA<sup>2</sup>**

No	Tahun	Nasabah
1	2014	763
2	2015	947
3	2016	1.097

Pada tabel 1.1 dapat dilihat bahwa jumlah anggota Sirela di KSPPS BMT BUS mengalami peningkatan setiap tahun selama tiga tahun terakhir. Dalam meningkatkan jumlah nanggotanya, koperasi dituntut untuk dapat melakukan

---

<sup>2</sup> Wawancara dengan bapak Al iMachmudi, “Manajer KSPPS BMT BUS Cabang Gabus Purwodadi” pada tanggal 29 Maret 2017.

strategi bersaing yang efektif sehingga dapat memenangkan persaingan dan dapat meningkatkan jumlah anggotanya.

Produk adalah merupakan keseluruhan objek atau proses yang memberikan sejumlah nilai manfaat pada konsumen. Adapun perbandingan strategi bersaing produk Sirela yang di terapkan KSPPS BMT BUS dengan KSPPS BMT AL-KHIKMAH SEMESTA dalam meningkatkan jumlah anggota adalah sebagai berikut:

Strategi bersaing produk SIRELA yang diterapkan KSPPS BMT BUS dalam meningkatkan jumlah anggota di antaranya:<sup>3</sup>

1. Produk yang ditawarkan KSPPS BMT BUS tidak ada tambahan biaya administrasi perbulan.
2. Produk yang di miliki KSPPS BMT BUS yaitu Produk simpanan yaitu:
  - a) Simpanan suka rela lancar, simpanan Tara, Simpanan suka rela berjangka, simpanan siswa pendidikan, simpanan haji, si Aqur simpanan qurban, Si Safa, si marwah Simpanan ta'awun sejahtera.
  - b) Pendampingan yaitu pendampingan manajemen usaha, pendampingan permodalan, pendampingan pemasaran, pendampingan jaringan usaha.

---

<sup>3</sup> Wawancara dengan bapak Al iMachmudi, pada tanggal 9 April 2017.

- c) Baitul maal yaitu, sebagai suatu lembaga atau pihak (al jihat) yang mempunyai tugas khusus menangani segala harta umat, baik berupa pendapatan maupun pengeluaran Negara.
- 3. Menciptakan produk yang tidak dimiliki oleh lembaga keuangan syariah lain seperti ATM .
- 4. Nisbah bagi hasil bulanan 2,5% , untuk musiman 3%.
- 5. Persyaratan pembukaan dan penutupan tabungan mudah. Untuk penutupan tabungan di kenakan biaya Rp. 10.000.
- 6. Adanya undian hadiah pada semua produk

Untuk anggota SIRELA yang memiliki saldo minimal 2,5 juta untuk berkesempatan mendapatkan hadiah, hadiah tersebut diundi setiap 6 bulan sekali atau dalam 1 tahun terjadi 2 kali pengundian yaitu pada bulan Maret dan Agustus.<sup>4</sup>

Sebelum adanya strategi bersaing pada produk SIRELA di KSPPS BMT BUS Cabang Gabus Purwodadi sebagai berikut:

- 1. Kurang yakinnya calon anggota sirela terhadap lembaga KSPPS BMT BUS Cabang Gabus Purwodadi

Karena calon anggota sirela beranggapan bahwa, lembaga KSPPS BMT BUS Cabang Gabus Purwodadi

---

<sup>4</sup> Wawancara dengan bapak Al iMachmudi, “*Manajer KSPPS BMT BUS Cabang Gabus Purwodadi*” pada tanggal 29 Maret 2017.

bukan lembaga yang benar-benar syariah, sehingga calon anggota tidak yakin untuk meletakkan dananya di KSPPS BMT BUS Cabang Gabus Purwodadi.

2. Peningkatan calon anggota sirela yang hampir tidak ada setiap bulannya. Serta minat anggota sirela yang sudah ada, untuk menabung sangat sedikit, dikarenakan undian hadiah yang kurang menarik.
3. Tidak adanya loyalitas dari anggota sirela

Setelah adanya strategi bersaing pada produk SIRELA di KSPPS BMT BUS Cabang Gabus Purwodadi sebagai berikut:

1. Semakin yakinnya calon anggota sirela terhadap KSPPS BMT BUS Cabang Gabus purwodadi

Karena KSPPS BMT BUS, adalah lembaga yang benar-benar syariah sehingga tidak ada ganjalan pada calon anggota untuk meletakkan dananya pada KSPPS BMT BUS Cabang Gabus Purwodadi.

2. Peningkatan anggota sirela yang semakin pesat

Peningkatan calon anggota sirela yang hampir ada setiap bulannya. Serta minat anggota sirela yang sudah ada, untuk menabung sangat banyak, dikarenakan undian hadiah yang sangat menarik

3. Semakin bertambahnya serta loyalitas anggota sirela

Anggota sirela yang dipasar sejumlah 200 anggota, rumahan 60 anggota, setiap hari bisa dipastikan menabung. Serta anggota pelajar siswa-siswi SD, SPM, SMA yang setiap satu minggu sekali menabung. Karena berlomba-lomba mendapatkan undian hadiah yang menarik.

Keunggulan-keunggulan dari prodak SIRELA dapat dijadikan sebagai kekuatan KSPPS BMT BUS untuk mengambil peluang-peluang yang ada dan untuk menghadapi ancaman-ancaman yang ada seperti bersaing dengan lembaga lain dengan produk yang sama. Namun kelemahan yang ada dalam KSPPS BMT BUS juga harus diminimalisir agar loyalitas anggota terhadap BMT tetap terjaga dengan baik.<sup>5</sup>

#### **Adapun Strategi Bersaing Produk SIRELA Yang Diterapkan KSPPS BMT AL-KHIKMAH SEMESTA Cabang Gabus Purwodadi**

1. Produk yang di tawarkan BMT AL-KHIKMAH SEMESTA tidak ada biaya administrasi perbulan.
2. Produk yang di miliki KSPPS BMT BUS yaitu Produk simpanan yaitu:
  - a. Simpanan sukarela lancar, Simpanan sukarela berjangka, simpanan siswa pendidikan, simpanan haji,.

---

<sup>5</sup> Profil KSPPS BMT BUS Cabang Gabus Purwodadi.

- b. Baitul maal yaitu, sebagai suatu lembaga atau pihak (al jihat) yang mempunyai tugas khusus menangani segala harta umat, baik berupa pendapatan maupun pengeluaran Negara.
3. Belum mempunyai ATM.
4. Nisbah bagi hasil di KSPPS BMT AL-KHIKMAH SEMESTA yaitu, untuk bulanan 2,5% , dan Musiman 2,7%.
5. Pembukaan dan penutupan tabungan mudah, untuk penutupan tabungan dikenakan biaya Rp. 10.000.
6. Belum ada undian hadiah pada semua produk  
Untuk produk SIRELA hanya hadiah cinderamata saja, belum ada undian hadiah yang lainnya.

Dari KSPPS BMT BUS dan KSPPS BMT AL-KHIKMAH SEMESTA, bisa disimpulkan bahwa di antara BMT tersebut yang lebih menonjol yaitu KSPPS BMT Bina Umat Sejahtera (BUS). Karna bisa dilihat bahwasanya BMT BUS memiliki produk SIRELA yang lebih unggul. BMT BUS juga memiliki nisbah bagi hasil lebih tinggi, dan adanya undian hadiah pada produk SIRELA di BMT BUS Cabang Gabus Purwodadi. Sedangkan untuk produk yang ditawarkan BMT BUS tidak ada biaya administrasi perbulan, dan biaya penutupan tabungan sebesar Rp. 10.000 itu hampir sama dengan BMT AL-KHIKMAH SEMESTA.

## **B. Strategi pemasaran produk SIRELA di KSPPS BMT BUS Cabang Gabus Purwodadi dalam Meningkatkan Jumlah Anggota**

Strategi adalah penentuan tujuan dan sasaran jangka panjang perusahaan, diterapkannya aksi dan alokasi sumber daya yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan yang telah diterapkan. Strategi bersaing untuk meningkatkan jumlah anggota yaitu sangat erat hubungannya dengan pemasaran, bahkan bisa jadi pemasaran adalah strategi yang paling utama dalam meningkatkan jumlah anggota.

Bentuk strategi keunggulan yang dilakukan KSPPS BMT BUS yaitu menuju pada pemasaran, pemasaran yang dilakukan KSPPS BMT BUS sebagai berikut:

adalah dengan cara Promosi, membuat spanduk dan baliho, pemasangan iklan, *personal selling*, *open table* di instansi, universitas, rumah sakit, puskesmas, lembaga masyarakat dan mendatangi calon anggota langsung dengan menawarkan produk dengan membagikan brosur yang ada di KSPPS BMT BUS dan memberi penjelasan mengenai KSPPS BMT BUS dan mempermudah anggota untuk menjadi anggota yang loyal dengan menjadikan anggota sebagai perantara KSPPS BMT BUS untuk mempromosikan produk kepada keluarga atau rekan kerja. Serta menjelaskan

perbedaan antara lembaga keuangan konvensional dan lembaga keuangan syariah supaya calon anggota yakin kalau KSPPS BMT BUS adalah lembaga yang benar – benar Syariah sehingga tidak ada ganjalan pada calon anggota untuk meletakkan dananya pada KSPPS BMT BUS.

Strategi dalam meningkatkan jumlah anggota yaitu dengan melakukan promosi, tempat yang mendukung, harga, produk yang dimiliki, dan sikap dalam pelayanan. Salah satu tujuan promosi KSPPS BMT BUS Cabang Gabus Purwodadi adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon anggota yang baru.

Strategi pemasaran produk SIRELA dalam meningkatkan jumlah anggota sebagai berikut:

1. Melakukan promosi

Ada empat macam sarana promosi yang digunakan KSPPS BMT BUS dalam mempromosikan produknya:

- a. Periklanan memasang spanduk di jalan, tempat, atau lokasi yang strategis dan mencetak brosur untuk disebar di setiap cabang dan diberikan pada calon anggota.
- b. Promosi penjualan yang dilakukan KSPPS BMT BUS adalah pemberian undian pada produk SIRELA, pemberian cinderamata serta kenang-kenangan yang lainnya pada anggota yang loyal.

- c. Publisitas untuk memancing calon anggota melalui kegiatan pengajian dan sponsor dalam kegiatan bakti sosial.
  - d. Penjualan pribadi dilakukan oleh marketing dengan cara *door to door*.
2. Tempat yang mendukung

Tempat adalah hal yang penting bagi para nasabah. BMT Berlomba-lomba dalam mendapatkan tempat yang strategis yang dapat dijangkau oleh anggota untuk BMT yang sudah mempunyai kantor yang letaknya jauh dari pasar biasanya lebih sepi disbanding BMT yang dekat dengan pasar akan lebih ramai karna dekat dengan jangkauan anggota.

Adapun tempat di KSPPS BMT BUS Lasem dalam meningkatkan jumlah anggota yaitu:

- a. Kantor cabang KSPPS BMT BUS yang selalu berdekatan dengan pasar, ini untuk memudahkan anggota.
- b. KSPPS BMT BUS Lasem memiliki kantor cabang lebih banyak dibandingkan dengan BMT lain.
- c. KSPPS BMT BUS Cabang Gabus Purwodadi memiliki kantor yang strategis di pinggir kota Purwodadi, berdekatan dengan terminal dan pasar Gabus Sulursari dan mempunyai luas parkir yang

sangat luas memberikan kemudahan anggota yang datang ke KSPPS BMT BUS Canag Gabus Purwodadi.

3. Harga Produk SIRELA di KSPPS BMT BUS Cabang Gabus Purwodadi

Simpanan anggota yang dikelola berdasarkan prinsip syariah yang memungkinkan anggota dapat melakukan transaksi penyimpanan atau penarikan setiap saat.

- a. Setoran awal minimal Rp. 10.000,- setoran selanjutnya minimal Rp. 5.000,-.
- b. Nisbah bagi hasil diperhitungkan 30% : 70% dari pendapatan KSPPS BMT BUS tiap bulannya.

Mengenali syarat-syarat yang harus dipenuhi oleh anggota yang ingin menyimpan hartanya adalah sebagai berikut:

1. Mengisi formulir keanggotaan
2. Mengisi formulir pembukaan rekening yang telah disediakan
3. Melampirkan foto copy identitas diri (KTP/ SIM)
4. Membayar simpanan wajib dan simpanan pokok sebesar Rp. 13.000,-
5. Menaati segala peraturan yang telah ditetapkan oleh lembaga.

#### 4. Sikap dan Pelayanan di KSPPS BMT BUS Cabang Gabus Purwodadi

Pelayanan memegang peranan penting bagi lembaga keuangan. BMT berlomba-lomba memberikan pelayanan terbaiknya kepada nasabah. Setiap BMT akan berusaha memberi kepuasan kepada nasabah, Pelayanan merupakan hal yang sangat penting terhadap minat nasabah untuk menabung, Karena apabila pelayanan kita baik maka nasabah akan senang dan bertahan, apabila pelayanan kurang baik maka nasabah tidak nyaman, dan akan memilih BMT lain.

Adapun pelayanan yang ada di BMT BUS Cabang Gabus Purwodadi dalam meningkatkan jumlah nasabah yaitu:

- a. Salam dan sapa, sebelum memberikan pelayanan mengucapkan salam dan menanyakan apa yang dapatdibantu dengan sopan.
- b. Santun, santun dalam bertutur kata ketika member penjelasan kepada anggota
- c. Penampilan, menjaga penampilan agar tetap professional dan menyenangkan
- d. Intonasi, menjaga intonasi komunikasi, merendahkan suara dalam berkomunikasi

- e. Informative, memberikan penjelasan secara terbuka dan jelas
- f. Konsentrasi, fokus perhatian dan pelayanan dan tidak melakukan kegiatan lain selama memberikan pelayanan tanpa permisi
- g. Sensivitas, tidak membawa atau mengkaitkan urusan pribadi yang dapat menyinggung perasaan selama pelayanan
- h. Terimakasih, menyampaikan terimakasih setelah memberikan pelayanan
- i. Sebut nama, diusahakan mengingat dan menyebut nama
- j. Dominasi, tidak terlalu mendominasi percakapan selama pelayanan
- k. Peduli, tanggap untuk membantu anggota yang tidak nyaman selama dalam pelayanan
- l. Peduli, tanggap untuk membantu anggota yang tidak nyaman selama dalam pelayanan
- m. Etika, saat menggunakan fasilitas kerja tidak sampai mengganggu ketenangan pelayana

Selain itu KSPPS BMT BUS juga memperhatikan

beberapa hal seperti:

- a. Meluruskan Niat

Langkah pertama yang di lakukan oleh KSPPS BMT BUS sebelum memasarkan produknya adalah dengan meluruskan niat dengan selalu menyebut nama Allah dan selalu mendekatkan tindakan dengan visi dan misi. Seperti halnya marketing melakukan Pendampingan yaitu pendampingan manajemen usaha, pendampingan permodalan, pendampingan pemasaran, pendampingan jaringan usaha.

b. Sistem jemput bola

Sama seperti BMT lainnya, KSPPS BMT BUS juga menggunakan sistem jemput bola yaitu petugas langsung mendatangi nasabah di rumah-rumah atau ditempat mereka berusaha. Karena petugas lebih leluasa dalam menjelaskan dan memasarkan produk KSPPS BMT BUS kepada calon anggota.

c. Seluruh karyawan sebagai marketing

Seluruh karyawan di KSPPS BMT BUS bisa difungsikan sebagai karyawan dengan kontrol utama adalah manajer marketing, yang bertujuan selain membantu marketing KSPPS, agar seluruh pegawai KSPPS BMT BUS bisa terjadi transfer ilmu antar pegawai KSPPS BMT BUS. selain menjadi marketing di KSPPS BMT BUS juga sering di minta untuk menjadi konsultan usaha bagi anggotanya, guna untuk memberi jalan keluar

bagi problem-problem mereka dalam menjalankan usahanya. Disini peluang marketing KSPPS BMT BUS untuk memasarkan produk sangat efektif.

d. Memperluas jaringan

Dengan menambah mitra baru dan terus memperbaiki hubungan silaturahmi dengan mitra lama. Untuk menjaga eksistensi lembaga agar semakin kukuh, KSPPS BMT BUS terus menambah dan memperluas jaringan dengan menjalin kerjasama saling menguntungkan dengan berbagai pihak, sepanjang tidak mengingkari prinsip-prinsip syariah yang sejak awal ditetapkan sebagai landasan utama BMT. Dan terus menjalin silaturahmi dengan mitra lama.

e. Media yang sering digunakan menggunakan brosur,

pengajian, dan sponsor utama dalam kegiatan bakti sosial Dalam memasarkan produk, KSPPS BMT BUS lebih sering menggunakan brosur, pengajian majelis ta'lim, *door to door* (langsung mendatangi tempat usaha) dan sponsor utama kegiatan sosial. Karena selain bersedekah secara tidak langsung kita memasarkan nama KSPPS BMT BUS dengan mengenalkan produk BMT lebih dekat pada masyarakat, lebih efisien, menghemat biaya pemasaran dan yang lebih penting lagi harta dapat difungsi alihkan sebagai dana sosial bukan untuk biaya

pemasaran saja dan diberikan kepada yang berhak mendapatkannya yaitu (8 asnaf) sesuai dengan keyakinan dasar KSPPS BMT BUS Shidiq (benar), *istiqomah* (tekun), *fastabiqul khairat* (berlomba dalam kebajikan), amanah (dapat dipercaya), *ta'awun* (kerjasama).