

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Strategi pemasaran yang dilakukan KSPPS BMT Walisongo Semarang untuk meningkatkan loyalitas Anggota adalah dengan menggunakan strategi 7 P (*Product, Price, Place, Promotion, Proses, People dan Physycal efidence*).

1. Strategi *product* (produk)

Ada dua produk inti yang dimiliki BMT Walisongo, yakni produk simpanan dan produk pembiayaan, yang didasarkan pada prinsip syariah. Penerapan strategi pemasaran produk simpanan ataupun pembiayaan yang dilakukan oleh KSPPS BMT Walisongo adalah dengan menampilkan mutu dan kelebihan dari produk-produk tersebut. Sehingga dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan masyarakat. Mutu dari produk ini meliputi pemberian fasilitas dan kemudahan yang terdapat di dalam karakteristik produk, antara lain:

- a. Dapat dibuka oleh perorangan atau pribadi.
- b. Imbalan diberikan dalam bentuk bagi hasil atas penggunaan dana tersebut secara syariah.
- c. Tidak terbebani biaya administrasi.
- d. Simpanan dapat diambil sewaktu-waktu.
- e. Deposito dapat dijadikan agunan untuk melakukan pembiayaan.
- f. Bisa dilayani dengan antar jemput.

2. Strategi *price* (harga)

Dalam hal ini dibandingkan dengan lembaga keuangan mikro lainnya, KSPPS BMT Walisongo memberikan bagi hasil rendah kepada anggotanya yang melakukan pembiayaan dan memberikan bagi hasil tinggi bagi anggotanya yang melakukan simpanan. Selain itu, penetapan strategi pemasaran produk-produk yang diterapkan KSPPS BMT Walisongo dari segi harga sebagai pengembalian modal adalah berupa system bagi hasil. KSPPS BMT Walisongo juga dapat memberikan pembiayaan dalam jumlah besar dan waktu angsuran yang lama. Untuk setiap jangka waktu pembiayaan yang ditawarkan oleh KSPPS BMT Walisongo yang dapat dipilih oleh calon anggota berdasarkan plafond masing-masing.

3. Strategi *place* (tempat)

Lokasi KSPPS BMT Walisongo sangat strategis, yaitu di pasar Mijen yang merupakan pusat kegiatan ekonomi masyarakat. Dengan letak yang strategis ini, KSPPS BMT Walisongo lebih efektif dan efisien dalam memasarkan produk-produknya, karena masyarakat bisa dengan mudah mengetahui keberadaan KSPPS BMT Walisongo.

4. Strategi *promotion* (promosi)

Bentuk promosi yang dilakukan oleh KSPPS BMT Walisongo dalam memasarkan produk jasanya yaitu dilakukan dengan beberapa cara:

- a. Periklanan

KSPPS BMT Walisongo tidak menerapkan iklan melalui media masa, karena akan membutuhkan banyak dana. Oleh karenanya, alat yang biasa digunakan KSPPS BMT Walisongo dalam periklanan yaitu;

1. Memberikan brosur kepada masyarakat atau calon anggota.
2. Memasang spanduk yang diletakkan di tempat-tempat strategis.

b. Penjualan pribadi (*personal selling*)

Kegiatan *personal selling* dilakukan untuk memberikan pengetahuan masyarakat dan meningkatkan jumlah anggota KSPPS BMT Walisongo. Pemasaran yang dilakukan oleh KSPPS BMT Walisongo melalui kegiatan *personal selling* antara lain: melakukan promosi dari mulut ke mulut mendatangi toko para pedagang di pasar atau di toko-toko masyarakat pribadi untuk mempromosikan produk jasanya.

c. Publisitas

Promosi yang dilakukan oleh KSPPS BMT Walisongo dengan publisitas yaitu melalui kegiatan amal yang dilakukan yaitu santunan anak yatim. Selain itu juga, menyponsori acara-acara Islam atau kegiatan Islam lainnya.

Dari ketiga bentuk promosi di atas yang sering digunakan KSPPS BMT walisongo dalam memasarkan produknya adalah dengan menggunakan *personal selling* karena dianggap lebih efisien. Selain itu, *Personal selling* juga memberikan beberapa manfaat yang positif bagi kedua belah pihak (masyarakat dan BMT), manfaat yang dirasakan

yaitu dapat memberikan penjelasan lebih merinci mengenai produk yang ditawarkan. Selain itu, manfaat untuk BMT, yaitu akan lebih efisien dan lebih leluasa dalam menawarkan produknya, terjalinnya hubungan baik antara BMT dengan anggota dan yang lebih penting pihak BMT akan lebih mengetahui asal usul dan tempat tinggal anggota atau dapat dikatakan sebagai survey.

5. Strategi *people* (SDM)

KSPPS BMT Walisongo memiliki lima karyawan yang terdiri dari seorang manajer, teller, pembukuan dan dua orang marketing. Pada umumnya latar belakang pendidikan karyawannya empat diantaranya adalah S1 sarjana ekonomi Islam dengan rata-rata lama bekerja dari seluruh karyawan adalah 5 tahun. Sehingga profesionalitas SDM dalam sistem perbankan berbasis syariah pada KSPPS BMT Walisongo Semarang ini tidak diragukan lagi. KSPPS BMT Walisongo juga selalu mengadakan evaluasi untuk meningkatkan kinerja karyawan yaitu satu bulan sekali, sedangkan untuk penilaian hasil kinerja dilakukan evaluasi tiga bulan sekali.

Selain itu strategi yang dilakukan KSPPS BMT Walisongo Semarang bidang SDM dalam memberikan pelayanan adalah:

- a. Karyawan KSPPS BMT Walisongo semaksimal mungkin memberikan pelayanan yang terbaik kepada anggota dalam melayani dengan penerapan 3S (SENYUM, SAPA, SALAM) yang menjadi ciri khas KSPPS BMT Walisongo Semarang. Sistem jemput bola ke pasar Mijen, rumah anggota dan ke sekolah TK yang ada di Mijen.

- b. Karyawan KSPPS BMT Walisongo Semarang juga harus bisa berkomunikasi secara baik dengan anggota. Sehingga bisa memberikan informasi yang diperlukan anggota selama transaksi. Misalnya ketika anggota ingin mengambil uang simpanan bisa langsung menghubungi dengan telfon atau sms kepada karyawan KSPPS BMT Walisongo Semarang.
- c. Karyawan KSPPS BMT Walisongo juga harus bisa mengerti apa yang dibutuhkan oleh anggota.

6. Strategi *process* (proses)

Alur proses pembukaan rekening dan pengajuan pembiayaan KSPPS BMT Walisongo cukup beragam dan mudah, dapat dilihat dari segi persyaratan yang dibutuhkan. Dengan kata lain, anggota diberi kemudahan dalam persyaratan pembukaan rekening dan pengajuan pembiayaan.

Alur pembukaan rekening terbagi menjadi 2 jenis yaitu *walk in* kantor dan melalui marketing. *Walk in* kantor yaitu dimana seorang anggota datang langsung ke kantor dan melakukan pembukaan rekening sendiri, Sedangkan melalui marketing dimana marketing mendatangi anggota langsung ke tempat usaha atau rumahnya dan anggota menitipkan form pembukaan secara lengkap. Untuk pengajuan pembiayaan anggota harus langsung datang sendiri ke kantor dan untuk pencairan pengajuan pembiayaan sekitar tiga sampai 14 hari setelah pengajuan. Adapun alur pembukaan rekening *walk in* kantor KSPPS BMT Walisongo adalah sebagai berikut:

- a) Anggota mengisi form pembukaan.
- b) Menyertakan foto copy KTP.
- c) Menyertakan foto (3x4) atau (2x3) 1 lembar.
- d) Memberikan setoran awal, minimal sebesar Rp. 20.000.

Ket: Rp. 10.000 (biaya administrasi)

Rp. 10.000 (setoran tabungan)

- e) Petugas menginput data anggota ke dalam komputer.
- f) Rekening sudah aktif dan anggota mendapat tabungan.

Adapun alur pembukaan rekening melalui petugas marketing BMT

Walisongo:

- a) Anggota mengisi Form pembukaan dengan menyertakan foto copy KTP, foto (3x4) atau (2x3) 1 lembar dan memberikan setoran awal, minimal sebesar Rp. 20.000 yang dititipkan kepada marketing.
- b) Marketing membawa form pembukaan ke kantor.
- c) Petugas menginput data anggota ke dalam komputer.
- d) Rekening sudah aktif dan tabungan diantar langsung ke anggota.

Se sedangkan alur pengajuan pembiayaan BMT Walisongo adalah sebagai berikut:

- a) Mengisi formulir pengajuan pembiayaan
- b) Menyertakan foto copy KTP suami istri 3 lembar
- c) Menyertakan fotocopy KK 1 lembar
- d) Menyertakan fotocopy agunan (Surat sertifikat tanah atau BPKB, dll..)
- e) Menyertakan surat gaji atau penghasilan perbulan dari kelurahan.

- f) Petugas menganalisis dan melakukan kesepakatan bersama anggota terkait jumlah plafon dan jangka waktu angsuran pembiayaan.
- g) Mengisi jumlah plafon yang sudah ditentukan sesuai dengan kemampuan anggota.
- h) Menentukan jangka waktu pembayaran atau angsuran misal: 1 tahun, 2 tahun atau 3 tahun.
- i) Petugas mensurvey denah atau rumah anggota sesuai data yang diberikan oleh anggota pada saat mengisi formulir pengajuan.
- j) Pencairan atas pengajuan pembiayaan anggota.
- k) Anggota ke kantor mengambil uang pembiayaan.

7. Strategi *physical evidence* (bukti fisik)

BMT Walisongo dalam menumbuhkan rasa percaya anggotanya, memberikan bukti fisik dalam bentuk penampilan staf yang rapi dan sopan serta dekorasi internal bangunan yang atraktif serta peralatan kantor yang lengkap dan memadai.¹

¹ Wawancara dengan bapak. Drs. Nuryanto (manager) pada tanggal 13 januari 2017, Ekowanti (marketing) pada tanggal 24 januari 2017 dan hafidzoh (Teller) pada tanggal 27 april 2017.