

BAB IV
STRATEGI PEMASARAN WARUNG MIKRO BSM SALES OUTLET
KALIWUNGU

**A. Analisis Strategi Pemasaran Warung Mikro BSM Cabang Kendal SO
Kaliwungu**

1. Strategi produk

Berdasarkan wawancara dengan beberapa nasabah warung mikro BSM SO Kaliwungu, peneliti dapat memberikan gambaran bahwa: Operasional produk pembiayaan warung mikro BSM SO Kaliwungu sudah sesuai dengan syari'at islam. Walaupun dengan akad wakalah sebagai tambahan tentunya hal ini akan sedikit menimbulkan pertanyaan apakah bank syari'ah sudah menjalankan operasionalnya sesuai dengan prinsip-prinsip syari'ah atau belum. Selain itu akad wakalah juga membuat persepsi masyarakat bahwa Warung Mikro BSM tidak ada bedanya dengan bank konvensional, karena pada praktiknya akan menimbulkan persamaan diantara keduanya. Terkesan aplikasi murabahah pada produk pembiayaan warung mikro BSM SO Kaliwungu yang seharusnya bertindak sebagai penyedia barang tidak mau dipusingkan dengan langkah-langkah pembelian barang. Selain itu dalam aplikasinya akad jual beli murabahah dilakukan sebelum barang secara prinsip menjadi milik warung mikro. Hal ini tentunya tidak sesuai dengan ketentuan fatwa MUI No.04/DSN-MUI/IV/2000 tanggal 1 April 2000 yang menetapkan bahwa jika bank hendak mewakilkan ke nasabah untuk membeli barang dari

pihak ketiga, maka akad jual beli murabahah harus dilakukan setelah barang secara prinsip milik bank. Masalah ini tentunya harus benar-benar diperhatikan oleh bank-bank syari'ah yang ada karena masalah ini bisa berpotensi menurunkan citra bank syari'ah.

Mengenai hal ini, Dewan Pengawas Syari'ah menganggap masih berada pada didalam koridor syari'ah. Menurut mereka selama ketidaksesuaian itu masih berada ditataran aplikasi dan tidak masuk kedalam wilayah prinsip. Oleh karena itu produk pembiayaan warung mikro BSM SO Kaliwungu masih sesuai dengan prinsip syari'ah dan layak adanya.⁴⁵

Berdasarkan kuesioner yang penulis ajukan kepada beberapa nasabah, sebagian besar menyatakan terbantu dengan adanya produk pembiayaan warung mikro BSM SO Kaliwungu khususnya program KUR. Namun demikian mereka masih merasa kurang nyaman dengan syarat pengajuan pengajuan pembiayaan yang relatif rumit.⁴⁶

2. Strategi harga

Dengan adanya jangka waktu angsuran minimal 12 bulan (1 tahun) sampai 48 bulan (4 tahun) sesuai plafond yang diinginkan nasabah, nasabah sangat terbantu. Pasalnya, mereka dapat memilih nominal angsuran yang telah tercantum didalam brosur sesuai dengan kemampuan angsuran atau disesuaikan dengan penghasilan nasabah. Disamping itu, walaupun dalam jangka waktu yang telah ditentukan nasabah belum bisa

⁴⁵ Hasil Wawancara dengan bapak Hari Novianto, pada hari rabu, 22 Mei 2013.

⁴⁶ Hasil pengajuan Kuesioner kepada nasabah pada hari senin-jum'at, 20-24 Mei 2013.

melunasi angsuran, mereka masih mendapat keringanan dengan *rescedulling* ataupun *Restrukturing* angsuran. Disamping itu, jika nasabah melunasi pinjaman atau menyelesaikan angsuran sebelum jatuh tempo, maka nasabah tidak akan dikenai biaya penalti namun tetap dikenai biaya administrasi sebesar Rp 100.000,00.

Berbeda dengan Ibu Retno Puji Astuti yang merupakan nasabah dari Semarang, dia mengatakan bahwa alasan mengapa meminjam uang di Warung Mikro BSM SO Kaliwungu yaitu karena, beliau dekat dengan salah satu pegawai warung mikro sehingga syarat pengajuan pinjaman dipermudah.

Sedangkan menurut bapak Imam Santoso yang merupakan pedagang sembako, sangat terbantu dengan adanya pembiayaan warung mikro BSM SO Kaliwungu, menurut beliau dengan adanya Pembiayaan warung Mikro BSM SO Kaliwungu ini memberi keuntungan 2 sekaligus, yakni meningkatnya omset karena mendapat tambahan modal, persyaratan yang tidak terlalu rumit dan relatif murah biaya administrasinya serta mudah dan terjangkau dalam mengangsur pinjamannya.

3. Strategi tempat

Berdasarkan pengamatan penulis, strategi tempat yang dilakukan Warung Mikro BSM SO Kaliwungu kurang baik, karena walaupun lokasi Outlet dekat dengan pasar Sore, Pasar pagi dan Pasar Gladak di kecamatan Kaliwungu. Hal ini dapat dilihat dalam laporan *performance*, bahwa sebagian besar nasabah berasal dari masyarakat Kaliwungu dan

sekitarnya.⁴⁷ Tetapi, menurut salah satu nasabah yang bekerja sebagai pedagang di Pasar sore kaliwungu bahwa dengan adanya warung mikro BSM SO Kaliwungu, sangat terbantu dengan letak outlet yang dekat dengan tempat dimana bekerja sehingga mempermudah dalam membayar angsuran pinjaman.

Menurut Intan Komala Dewi, sebenarnya masalah lokasi tidak menjadi alasan yang vital untuk mengajukan pembiayaan diwarung mikro, tetapi dia berorientasi pada keuntungan dari pembiayaan diwarung mikro BSM SO Kaliwungu lebih baik dibanding dengan lembaga keuangan yang ada di kecamatan kaliwungu. Namun demikian, banyak nasabah yang meminjam uang untuk menambah modal usaha dengan tidak berorientasi pada letak outlet yang dekat dengan tempat dimana mereka berdagang.

4. Strategi promosi

Salah satu tujuan promosi Warung Mikro BSM Cabang Kendal SO Kaliwungu adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon konsumen yang baru. Tetapi dalam praktiknya media melalui brosur tidaklah efisien, karena jarang nasabah membaca brosur-brosur yang telah disebar oleh *marketer* warung mikro BSM SO Kaliwungu. Justru yang menurut pengamatan penulis nasabah mau mengajukan pembiayaan diwarung mikro karena nasabah mengenal dekat dengan salah satu pegawai warung mikro BSM SO Kaliwungu.

⁴⁷ Hasil Wawancara dengan bapak Hari Novianto selaku Kepala Warung Mikro SO Kaliwungu, pada hari senin 20 Mei 2013.

Hal ini dilakukan oleh bapak Bakri yang merupakan nasabah dari kecamatan boja, kab. Kendal yang mengajukan pembiayaan warung mikro bukan karena strategi harga, promosi maupun tempat yang menarik tetapi Karena kedekatan beliau dengan salah satu pegawai warung mikro BSM SO Kaliwungu.

Dengan menggunakan strategi pemasaran Warung Mikro BSM Cabang Kendal SO Kaliwungu yang telah penulis jelaskan, mempunyai implikasi yang cukup baik terhadap jumlah nasabah maupun jumlah pencairan pembiayaan Warung Mikro BSM Cabang Kendal SO Kaliwungu yang baru berjalan dalam kurun waktu dua tahun. Berdasarkan wawancara, Sampai bulan April 2013 ini SO Warung Mikro Kaliwungu sudah mencatat nasabah sebanyak 169 orang baik dari nasabah yang berasal dari kecamatan kaliwungu itu sendiri maupun sekitarnya. Adapun pencairan pembiayaan SO Warung Mikro Kaliwungu sampai bulan April 2013 telah mencapai Rp 3.854.193.346,03.⁴⁸ Sedangkan Kinerja pencairan pembiayaan periode 2012 dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel. 2.7. Pencairan pembiayaan periode 2012

	PMM 1	PMM 2	PMM 3	PMM 4
Januari	266,000,000	15,000,000	131,000,000	-
Februari	265,000,000	12,000,000	14,000,000	-
Maret	330,000,000	106,000,000	15,000,000	-
April	277,000,000	7,000,000	-	-
Mei	281,000,000	-	-	15,000,000
Juni	248,000,000	-	-	43,000,000
Juli	118,000,000	-	-	58,000,000

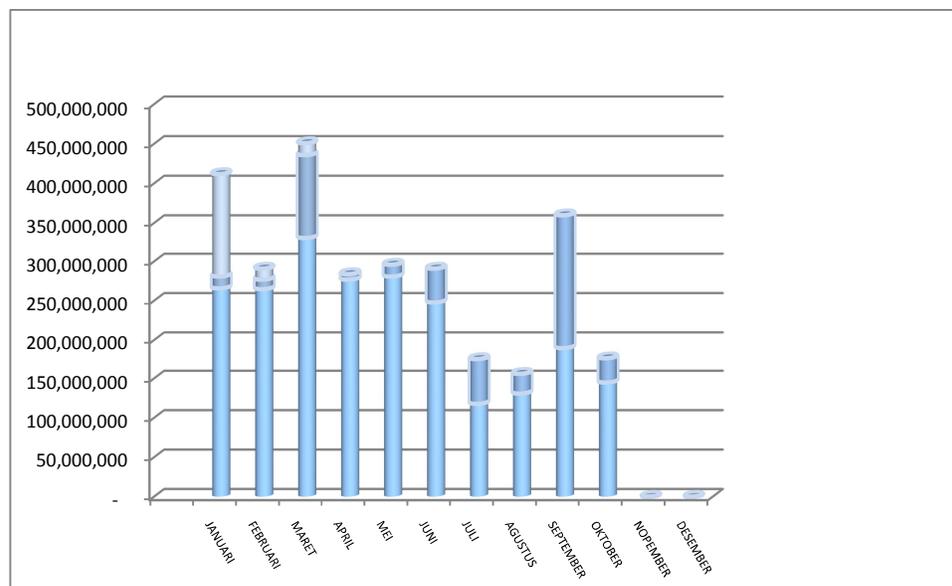
⁴⁸ Hasil Wawancara dengan bapak Hari Novianto, pada hari sabtu, tanggal 7 Mei 2013

Agustus	131,000,000	-	-	25,000,000
September	190,000,000	-	-	170,000,000
Oktober	145,000,000	-	-	32,000,000
Jumlah	3,098,000,000	398,000,000	307,000,000	343,000,000
TOTAL	4,146,000,000			

Sumber: Sales Outlet Warung Mikro BSM Kaliwungu

Dan untuk memperjelas, dibawah ini penulis paparkan diagram pencapaian SO Warung Mikro Kaliwungu periode 2012;

Gambar 1.4. Diagram Pencapaian SO Warung Mikro Kaliwungu 2012



Sumber: SO Warung Mikro Kaliwungu

Dari Tabel dan diagram diatas dapat penulis jelaskan, bahwa pencairan selama tahun 2012 mengalami pasang surut. Hal ini terjadi karena dipengaruhi adanya beberapa faktor, salah satunya yaitu keluar masuknya pegawai warung mikro sehingga menyebabkan menurunnya kinerja SO Warung Mikro Kaliwungu. Tetapi jika dilihat dari segi jumlah nasabah setiap bulan banyak mengalami peningkatan.

Dibawah ini penulis merupakan grafik perkembangan nasabah Warung Mikro BSM Cabang Kendal SO Kaliwungu:

Gambar 1.5. Grafik Perkembangan Nasabah Warung Mikro BSM Kendal SO Kaliwungu Periode 2012



Sumber: Warung Mikro BSM Kendal SO Kaliwungu

B. Keunggulan Dan Kelemahan Strategi Pemasaran Warung Mikro BSM Cabang Kendal SO Kaliwungu Ditinjau Dari Marketing Mix

1. Keunggulan Warung Mikro Bank Syari'ah Mandiri Cabang Kendal

a. Keunggulan Produk

Dilihat dari sisi produk warung mikro BSM memiliki keunggulan kompetitif yaitu:

- 1) Berprinsip dan akad sesuai dengan syari'ah karena produk pembiayaan Warung Mikro merupakan produk yang menggunakan akad-akad yang sesuai dengan syari'ah Islam, antara lain: murabahah, Wakalah, Qord dan lain-lain.
- 2) Limit pembiayaan mulai dari Rp 2000,000,- sampai Rp 100,000,000,- merupakan plafond yang dikhususkan untuk pelaku UMKM.
- 3) Proses pengajuan pembiayaan yang relatif mudah dan cepat yakni maksimal tiga hari sejak persyaratan lengkap.

b. Keunggulan Harga

Dalam meningkatkan keunggulan kompetitif strategi harga yang dilakukan warung mikro mikro BSM antara lain:

- 1) Angsuran ringan dan tetap hingga jatuh tempo serta disesuaikan dengan *price* dari *record* penjualan atas usaha yang dijalankan Nasabah
- 2) Program pelatihan dan pendampingan usaha bagi UMK.
- 3) Menggunakan pendekatan kolektif/perseorangan dan sistem jemput bola.⁴⁹

c. Keunggulan Tempat

Dilihat dari segi tempat, Sales Outlet (SO) Warung Mikro BSM kaliwungu terletak didaerah yang relatif dekat dengan lokasi usaha segmen mikro.

⁴⁹ Wawancara dengan bapak Hari Novianto selaku Supervisor Warung Mikro BSM pada hari Kamis, tanggal 7 Maret 2013.

2. Kelemahan Warung Mikro Bank Syari'ah Mandiri Cabang Kendal

Walaupun Warung Mikro Bank Syari'ah Mandiri (BSM) Cabang Kendal memiliki sederet kelebihan, namun Warung Mikro BSM Cabang Kendal SO Kaliwungu tetap memiliki kelemahan-kelemahan, antara lain:

a. Kelemahan Produk

Lemahnya Pengetahuan mengenai Ekonomi Syari'ah khususnya Perbankan syari'ah menyebabkan pegawai Warung Mikro BSM Cabang Kendal SO Kaliwungu kurang memahami akad-akad yang digunakan sehingga jika pertanyaan dari nasabah terkait akad-akad syari'ah, maka mereka tidak bisa memeberikan jawaban yang memuaskan nasabah. Disamping itu pada aplikasi *akad murabahah* masih terkesan sama dengan cara memperoleh keuntungan melalui sistem bunga. Hal ini bisa dilihat dari perkiraan angsuran yang telah penulis paparkan.

Dilihat dari segi operasional pengajuan pembiayaan juga tidak jauh berbeda dengan perbankan konvensional, seperti adanya jaminan, ataupun surat pengikatan lainnya. Walaupun mereka beralasan untuk kehati-hatian.⁵⁰

Kurang canggihnya fasilitas juga menjadi kelemahan produk ini, karena mereka tidak bisa menyetorkan angsuran secara *on line*, tetapi harus datang langsung ke SO Warung Mikro dan nasabah terkadang butuh waktu luang untuk itu. Bagi nasabah yang jarang

⁵⁰ Wawancara dengan bapak Machrus Hidayat selaku nasabah warung mikro, pada hari senin , tanggal 6 Mei 2013.

dirumah juga terkadang kurang begitu terbantu dengan adanya sistem jemput bola.⁵¹

b. Kelemahan Promosi

Kelemahan dari promosi yang digunakan oleh Warung Mikro BSM SO Kaliwungu yaitu masih menggunakan promosi-promosi yang sudah dipakai oleh perbankan-perbankan lain. Disamping itu dalam promosi, terdapat hal yang kurang jelas sehingga menjadikan nasabah salah paham dan kecewa dengan apa yang dipromosikan. Seperti contoh tidak ada jaminan dalam produk PUM Tunas padahal setiap pengajuan pembiayaan harus disertai dengan jaminan.⁵²

⁵¹ Wawancara dengan bapak Bakri selaku nasabah warung mikro, pada hari senin, tanggal 6 Mei 2013.

⁵² Wawancara dengan Ibu Endang Purwaningsih selaku nasabah warung mikro, pada hari selasa , tanggal 14 Mei 2013.