

BAB IV
ANALISIS BAURAN PEMASARAN (*MARKETING MIX*) AKAD WADIAH
YAD DHAMANAHAH PADA KSPPS BMT BINA UMMAT SEJAHTERA
CABANG JUWANA

A. Gambaran Umum KSPPS BMT BUS

1. Sejarah KSPPS BMT BUS

Tahun 1996 Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) Orsat Rembang berusaha menggerakkan organisasi dengan mendirikan sebuah lembaga keuangan alternatif berupa usaha simpan pinjam yang dimotori gerakan Kelompok Swadaya Masyarakat (KSM), karena perkembangan lembaga ini mendapat tanggapan yang baik dari masyarakat, maka pada tahun 1998 berubah menjadi Koperasi Serba Usaha (KSU), pada tahun 2002 berubah menjadi Koperasi Simpan Pinjam Syariah (KSPS) BMT Bina Ummat Sejahtera kemudian pada tahun 2006 berubah menjadi Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) dan 26 Maret 2014 berubah lagi menjadi Koperasi Simpan Pinjam Syariah (KSPS) dan sampai pada akhirnya pada tanggal 15 Desember 2015 ditetapkan menjadi Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS).¹

BMT BUS kependekan dari Baitul Maal Wat Tamwil Bina Ummat Sejahtera lahir pada tanggal 10 November 1996 atas prakarsa ICMI Orsat Rembang dengan modal awal Rp. 2.000.000,-. Dibawah kepemimpinan H. Abdul Yazid pada awal berdirinya, BMT BUS hanya dikelola oleh 3 orang sarjana yang anehnya ketiganya bukanlah lulusan dari ekonomi. Ketiga orang tersebut adalah Drs. Ahmad Zuhri dengan dasar pendidikan keguruan. Drs. Saifuddin dengan dasar pendidikan publisitik, dan Drs. Rokhmad dengan dasar pendidikan ilmu syariah. Meskipun dari ketiga pengelola tersebut tidak mempunyai dasar ilmu ekonomi namun berkat kekuatan niat dan semangat berhasil menghantarkan BMT BUS menjadi lembaga yang saat ini mampu

¹ Dokumentasi KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera , 6 Juni 2016

bersaing di kancah perekonomian nasional. Pada masa awal operasional BMT BUS, pekerjaan yang dilakukan pertama kali adalah segmentasi pasar.

Segmentasi pasar yang menjadi perhatian BMT Bina Ummat Sejahtera adalah para pedagang pasar tradisional yang berada pada kelompok *grass root*. Mengapa demikian karena pada kelompok inilah yang merupakan kelompok rentan praktek hutang renternir. Dimana mereka menggunakan pinjaman modal dari para pemilik uang dengan bunga yang relatif tinggi.

Berbekal modal Rp. 2.000.000,- pengelola yang berjumlah 3 (tiga) orang mulai keluar masuk pasar untuk memberikan bantuan permodalan dengan menggunakan sistem bagi hasil. Perilaku sistem bagi hasil ini ternyata menarik minat para pedagang kecil. Mereka seolah mendapatkan angin segar dan perlahan melepaskan diri dari jeratan si Renternir. Berkat kegigihan dan semangat yang dimiliki oleh para pengelola, pelan tapi pasti menunjukkan pertumbuhan yang signifikan baik dari segi jumlah anggota yang dilayani maupun nominal pembiayaan yang diberikan. Selain memberikan pembiayaan, mereka para pengelola juga memberikan edukasi kepada para anggota pembiayaan untuk sedikit menyisihkan hasil usaha sebagai simpanan yang digunakan untuk kepentingan yang tidak terduga.

Melalui edukasi ini banyak anggota pembiayaan yang awalnya hanya mempunyai pembiayaan pada akhirnya juga mempunyai simpanan. Memang simpanan yang mereka miliki tidaklah besar karena mereka hanya dapat menyisihkan Rp. 1.000,- perhari untuk mengisi simpanan, namun demikian sudah ikut serta dalam peningkatan aset yang dimiliki BMT Bina Ummat Sejahtera.

Dengan memanfaatkan jaringan dan pengalaman, BMT Bina Ummat Sejahtera memfokuskan sasarannya pada:²

² *Ibid*

- a. Memberdayakan pengusaha kecil menjadi potensi masyarakat yang handal.
- b. Sebagai lembaga *intermediary*, dengan menghimpun dan menyalurkan dana anggota secara permanen dan kontinyu untuk mengembangkan ekonomi produktif bagi kemaslahatan masyarakat.
- c. Proaktif dalam berbagai program pengembangan sarana sosial kemasyarakatan.
- d. Mengangkat harkat dan martabat fakir dan miskin ke tingkat yang lebih baik.
- e. Mewujudkan kehidupan yang seimbang dalam keselamatan, kedamaian, kesejahteraan dan pemerataan keadilan ekonomi antara kaum fakir miskin dengan aghniya (kaum berpunya).

2. Visi, Misi, dan Motto³

- a. Visi
Menjadi lembaga keuangan mikro syariah terdepan dalam pendampingan usaha kecil yang mandiri.
- b. Misi
 - 1) Membangun lembaga jasa keuangan mikro syari'ah yang mampu memberdayakan jaringan ekonomi mikro syari'ah, sehingga menjadikan ummat yang mandiri.
 - 2) Menjadikan lembaga jasa keuangan mikro syari'ah yang tumbuh dan berkembang melalui kemitraan yang sinergi dengan lembaga syari'ah lain, sehingga mampu membangun tatanan ekonomi yang penuh kesetaraan dan keadilan.
 - 3) Mengutamakan mobilisasi pendanaan atas dasar *ta'awun* dari golongan *aghniya*, untuk disalurkan ke pembiayaan ekonomi kecil dan menengah serta mendorong terwujudnya manajemen zakat, infaq, dan shodakoh, guna mempercepat proses menyejahterakan ummat, sehingga terbebas dari dominasi ekonomi *ribawi*.

³ *Ibid*

- 4) Mengupayakan peningkatan permodalan sendiri, melalui penyertaan modal dari para pendiri, anggota, pengelola dan segenap potensi ummat, sehingga menjadi lembaga jasa keuangan syari'ah yang sehat dan tangguh.
 - 5) Mewujudkan lembaga yang mampu memberdayakan, membebaskan dan membangun keadilan ekonomi ummat, sehingga menghantarkan ummat Islam sebagai Khoera Ummat.
- c. Motto Baitul Mal wat Tamwil
“Wahana Kebangkitan Ekonomi Ummat.
Dari Ummat Untuk Ummat Sejahtera Untuk Semua”.

3. Budaya dan Prinsip Kerja⁴

a. Budaya kerja

BMT Bina Ummat Sejahtera sebagai lembaga jasa keuangan mikro syari'ah menetapkan budaya kerja dengan prinsip-prinsip syari'ah yang mengacu pada sikap akhlaqul karimah dan kerahmatan. Sikap tersebut terinspirasi dengan empat sifat Rasulullah yang disingkat SAFT :

Shidiq

Menjaga integritas pribadi yang bercirikan ketulusan niat, kebersihan hati, kejernihan berfikir, berkata benar, bersikap terpuji dan mampu jadi teladan.

Amanah

Menjadi terpercaya, peka, obyektif dan disiplin serta penuh tanggung jawab.

Fathonah

Profesionalisme dengan penuh inovasi, cerdas, terampil dengan semangat belajar dan berlatih yang berkesinambungan.

Tabligh

Kemampuan berkomunikasi atas dasar transparansi, pendampingan dan pemberdayaan yang penuh keadilan.

⁴ *Ibid*

b. Prinsip Kerja

1) Pemberdayaan

BMT Bina Ummat Sejahtera adalah Lembaga Keuangan Mikro Syariah yang selalu mentransfer ilmu kewirausahaan lewat pendampingan manajemen, pengembanaan sumber daya insani dan teknologi tepat guna, kerjasama bidang financial dan pemasaran, sehingga mampu memberdayakan wirausaha-wirausaha baru yang siap menghadapi persaingan dan perubahan pasar.

2) Keadilan

Sebagai *intermediary institution*. BMT BUS menerapkan asas kesepakatan, keadilan, kesetaraan dan kemitraan, baik antara lembaga dan anggota maupun antar sesama anggota dalam menerapkan bagi hasil usaha.

3) Pembebasan

Sebagai Lembaga Keuangan Mikro Syari'ah, BMT Bina Ummat Sejahtera yang berasaskan *akhlaqul karimah* dan kerahmatan, melalui produk-produknya, insya Allah akan mampu membebaskan umat dari penjajahan ekonomi, sehingga menjadi pelaku ekonomi yang mandiri dan siap menjadi tuan di negeri sendiri.

4. Struktur Organisasi⁵

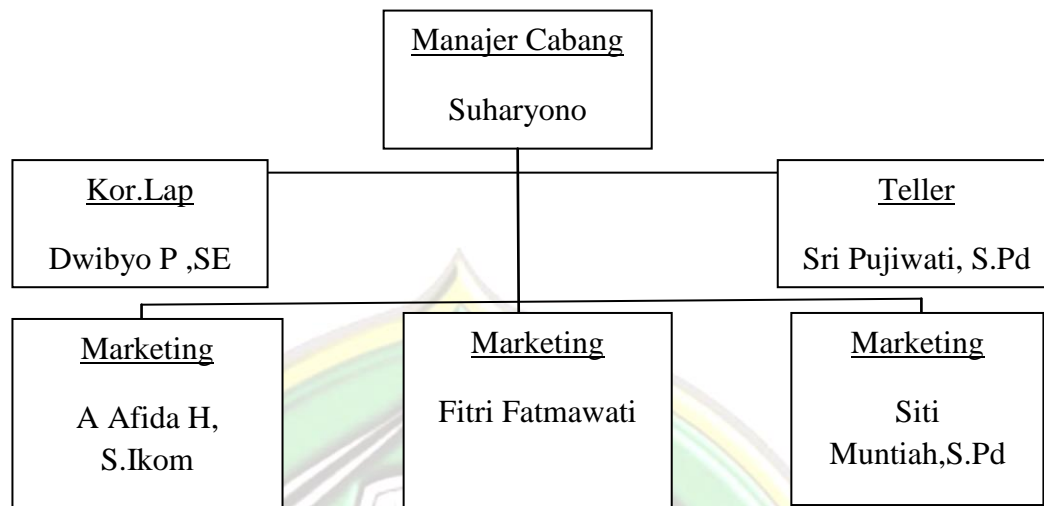
Untuk memperlancar tugas BMT BUS, maka diperlukan struktur organisasi yang mendiskripsikan alur kerja yang harus dilakukan oleh personil yang ada di dalam BMT tersebut.

Struktur Organisasi Kantor Cabang Juwana

- a. Manager Cabang
- b. Koordinator Lapangan
- c. Kasir / Teller
- d. Staf Pemasaran / Marketing

⁵ *Ibid*

Gambar 4.1
Struktur Organisasi KSPPS BMT BUS Kantor Cabang Juwana



Tugas dan tanggung jawab masing-masing pengurus adalah sebagai berikut:⁶

a. Manajer Cabang

- 1) Membuat usulan perubahan anggaran dan rencana strategis apabila dipandang perlu.
- 2) Memeriksa dan menandatangani permohonan pengadaan inventaris, kebutuhan logistic, operasional dan kerumahtanggaan yang dibutuhkan Kantor Cabang Utama.
- 3) Menandatangani berkas pengajuan pembiayaan & memutuskan pemberian pembiayaan sesuai batas kewenangan.
- 4) Memastikan operasional pembiayaan dan supervise pembiayaan berjalan sesuai dengan prosedur dan peraturan yang berlaku.

b. Koordinator lapangan

- 1) Mendokumentasikan data keanggotaan dalam bentuk softcopy dan hardcopy dengan sistem kluster dan sistem koding.

⁶ *Ibid*

- 2) Melacak/melakukan *checklist* terhadap seluruh data anggota, kemudian melaporkan kekurangan data/berkas keanggotaan kepada Kasubsi ADUM untuk segera ditindak lanjuti dan dilengkapi.
 - 3) Mendokumentasikan terhadap seluruh proses kegiatan wawancara dan akad pembiayaan anggota di Kantor Cabang.
 - 4) Mendata dan melaporkan setiap anggota yang telah melakukan akad pembiayaan dengan pihak terkait dan mencatat biaya-biaya yang muncul dalam realisasi pembiayaan dan dilaporkan kepada kasir untuk diasistensi.
 - 5) Menyusun kebutuhan ATK, serta menyiapkan semua format lembar kerja baik *softcopy* maupun *hardcopy* yang berkaitan dengan proses dan penyelenggaraan administrasi perkantoran.
 - 6) Menyusun dan mendokumentasikan absensi harian pengelola sesuai dengan jam kerja yang telah ditentukan.
 - 7) Mengelola, menerbitkan file folder pada sistem manual dan komputerisasi serta media elektronik lainnya (e-mail/blogger/FB/TW) secara sistematis dan terstruktur.
 - 8) Membuat sistem pelayanan administrasi yang efektif, efisien, akurat dan memuaskan.
- c. Teller / Kasir**
- 1) Menerima setoran simpanan anggota (lancar dan berjangka) dan angsuran pembiayaan.
 - 2) Membayarkan pencairan simpanan (lancar dan berjangka) dan pembiayaan atas persetujuan Kasi Marketing / Manager Cabang.
 - 3) Mencatat transaksi penerimaan dan pengeluaran kas dalam buku kas harian.
 - 4) Membayarkan pengeluaran kas atas biaya-biaya atau pembelian barang atas persetujuan Kasi Marketing atau Manager Cabang.
 - 5) Melakukan kas opname atas posisi kas harian.

d. Marketing

- 1) Mengkoordinasikan pemasaran produk pembiayaan dan simpanan sesuai ketentuan yang berlaku.
- 2) Memberikan masukan kepada Manager Cabang dalam rangka pengembangan produk simpanan dan pemasaran pembiayaan.
- 3) Mengkoordinasikan pelaksanaan pemantauan penagihan angsuran.
- 4) Membantu manager mencari sumber dana diluar simpanan lancar dan deposito.
- 5) Memenuhi target simpanan dan pembiayaan yang telah ditetapkan, dan secara aktif melakukan pemasaran produk-produk simpanan, pembiayaan dan jasa.

5. Produk-produk BMT Bina Ummat Sejahtera⁷

Produk-produk yang terdapat pada KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Juwana adalah:

a. Produk simpanan cabang Juwana

- 1) Si Relu (Simpanan Sukarela Lancar)

Si Relu adalah produk simpanan yang dikelola berdasarkan prinsip *akad mudharabah*, yaitu anggota sebagai *shohibul maal* (pemilik dana) sedangkan BMT sebagai *mudhorib* (pelaksana/pengelola usaha), atas kerjasama ini berlaku sistem bagi hasil dengan nisbah yang telah disepakati dimuka.

Fasilitas:

- a) Simpanan Si Relu tidak dibebani biaya administrasi bulanan
- b) Dengan menggunakan prinsip mudharabah hasil usaha akan kami bagi hasilkan dengan nisbah 30% : 70%.
- c) Penyimpan dapat melakukan penyetoran dan penarikan setiap saat.

⁷ *Ibid*

- d) Melalui sistem jemput bola kapanpun dibutuhkan, BMT siap melayani.
- e) Setoran awal minimal Rp. 10.000,- setoran selanjutnya minimal Rp. 5.000,-

2) Si Suka (Simpanan Sukarela Berjangka)

Simpanan berjangka yang berdasarkan prinsip *mudharabah*, dengan prinsip ini simpanan dari *shahibul maal* (pemilik dana) akan diperlakukan sebagai investasi oleh *mudharib* (pengelola dana). BMT akan memanfaatkan dana tersebut secara produktif dalam bentuk pembiayaan kepada masyarakat dengan professional dan sesuai syariah. Hasil usaha tersebut dibagi antara pemilik dana dan BMT sesuai nisbah (Porsi) yang telah disepakati di awal.

Fasilitas:

a) Bebas biaya administrasi

Simpanan Si Suka tidak dibebani biaya administrasi bulanan.

b) Bagi hasil

Dikelola secara produktif dengan prinsip *mudharabah* dengan nisbah yang menguntungkan.

1 bulan nisbah 35% : 65%

3 bulan nisbah 40% : 60%

6 bulan nisbah 45% : 55%

12 bulan nisbah 50% : 50%

c) Setoran minimal Rp. 500.000,-

d) Multifungsi

Simpanan Si Suka dapat dijadikan sebagai agunan pembiayaan di BMT BUS.

Syarat Keanggotaan:

(1) Menyerahkan foto copy / identitas diri (KTP / SIM)

(2) Mengisi formulir calon anggota

- (3) Membayar simpanan pokok dan simpanan wajib
- (4) Mentaati semua peraturan yang telah ditetapkan lembaga.

3) Si Sidik (Simpanan Siswa Pendidikan)

Simpanan untuk perencanaan biaya pendidikan siswa sekolah mulai dari umur 0 tahun sampai perguruan tinggi. Simpanan ini berdasarkan prinsip *wadiah yadh dhamanah*, yaitu *shohibul maal* menitipkan dananya pada BMT, kemudian atas seijin *shohibul maal* BMT dapat memanfaatkan dana tersebut.

Jenis produk simpanan Si Sidik dibagi 2 yaitu:

a) Si Sidik Platinum:

Si Sidik Platinum adalah simpanan untuk perencanaan biaya pendidikan siswa sekolah mulai dari 0 tahun sampai tamat SMA. Setoran simpanan dilakukan setiap bulan, dan penarikan simpanan dilakukan setiap tamat jenjang pendidikan sampai lulus SMA. Besarnya setoran simpanan berdasarkan kelas Si Sidik yaitu:

Si Sidik Kelas A	Rp 200.000
Si Sidik Kelas B	Rp 150.000
Si Sidik Kelas C	Rp 100.000

b) Si Sidik Plus:

Si Sidik Plus merupakan produk unggulan KSPPS BMT BUS, bagi orang tua Si Sidik yang ingin mempersiapkan biaya pendidikan sampai dengan jenjang perguruan tinggi. Setoran simpanan dilakukan di awal pendaftaran dan hanya sekali sebesar Rp5.000.000,-. Penarikan simpanan dapat dilakukan setiap tamat jenjang pendidikan, anggota simpanan juga mendapatkan subsidi bea masuk sekolah dengan ketentuan yang ada, apabila anggota melanjutkan ke jenjang perguruan tinggi, biaya subsidi kuliah diberikan per semester. Bagi yang tidak

meneruskan ke perguruan tinggi atau hanya mengambil D1 sampai D3 sisa simpanan akan dikembalikan.

Kompensasi:

(1) Setiap peserta Si Sidik berhak mendapatkan hadiah peralatan sekolah pada setiap kenaikan kelas yang jenisnya ditentukan oleh pihak BMT.

Setiap Penyimpan atau Peserta Si Sidik dapat menarik simpanan Si Sidik setiap tamat jenjang pendidikan yang telah ditentukan oleh pihak BMT

(2) Apabila pada penarikan tamat jenjang pendidikan tertentu tidak diambil, maka akan dimasukkan ke tabungan Si Rela.

(3) Setiap kenaikan kelas pihak BMT akan memberikan Bea Siswa kepada peserta Si Sidik yang berprestasi di kelas yang nominalnya ditentukan pihak BMT.

(4) Yang dimaksud dalam ketentuan nomor 3 adalah siswa yang mendapatkan ranking 1 s/d 3 di kelas masing-masing, dengan menunjukkan foto copy raport semester terakhir yang dilegalisir kepala sekolah masing-masing.

Syarat keanggotaan dan ketentuan:

(a) Peserta mulai umur 0 tahun sampai 14 tahun

(b) Foto Copy KTP orang tua / wali

(c) Foto Copy akta kelahiran

(d) Menyetorkan setoran tiap bulan sesuai dengan pilihan kelas

(e) Untuk simpanan Si Sidik tidak bisa diambil sebelum:

1. Untuk Si Sidik Platinum sebelum lulus SMA tidak bisa diambil

2. Untuk Si Sidik Plus sebelum sarjana tidak bisa diambil.

Terkecuali peserta Si Sidik meninggal dunia, pindah domisili dimana daerahnya tidak ada cabang BMT BUS, dan apabila anggota sudah tidak mampu untuk melanjutkan maka harus menyertakan surat keterangan tidak mampu dari Desa.

4) Si Haji (Simpanan Haji)

Simpanan bagi anggota yang berencana menunaikan ibadah haji. Simpanan ini dikelola dengan menggunakan dasar prinsip *mudharabah*. Setelah simpanan anggota mencukupi atas kuasa anggota penyimpan, BMT akan menyetorkan kepada BPS (Bank Penerima Setoran) BPIH (Biaya Perjalanan Ibadah Haji) yang sudah online dengan SISKOHAT untuk kemudian didaftarkan melalui SISKOHAT (Sistem Komputerisasi Haji Terpadu).

Fasilitas:

- a) Setoran ringan, setoran awal Rp 100.000,- setoran selanjutnya disesuaikan dengan rencana tahun keberangkatan.
- b) Simpanan Haji tidak dibebani biaya administrasi bulanan.
- c) BMT menyediakan dana talangan maksimal 20% dari nominal setoran masuk bank.

b. Produk pembiayaan cabang Juwana

1) Pembiayaan Modal Kerja

Merupakan produk layanan pembiayaan dari KSPPS BMT BUS diperutukkan bagi calon anggota/anggota yang memerlukan tambahan modal kerja untuk mengembangkan usahanya. Dengan menggunakan akad pembiayaan *mudhorobah*, yaitu sistem bagi hasil yang pembagian nisbahnya telah disepakati bersama.

Akad *mudhorobah* adalah akad pembiayaan antara dua pihak, dimana BMT sebagai *shohibul maal* (penyedia modal) dan anggota sebagai *mudhorib* (pengelola usaha), atas kerjasama ini berlaku sistem bagi hasil dengan ketentuan nisbah sesuai kesepakatan kedua belah pihak. Bidang yang dilayani: pertanian, perdagangan, jasa, perikanan, industri, dll.

Perhitungan Bagi Hasil

Kedua belah pihak telah sepakat dalam pembagian prosentase Nisbah bagi hasil di awal. Contoh: pembiayaan Rp 10.000.000,- dengan perhitungan mendapatkan keuntungan Rp 500.000,- setiap bulan, prosentase nisbah keuntungan yang disepakati yaitu 30% untuk BMT dan 70% untuk *mudhorib*, maka bagi hasil untuk BMT Rp 150.000,- dan bagi hasil untuk anggota Rp 350.000,-

2) Pembiayaan Pengadaan / Jual Beli Barang

Pembiayaan pengadaan / jual beli barang merupakan produk layanan di KSPPS BMT BUS diperuntukan bagi calon anggota / anggota yang membutuhkan barang dan untuk aktifitas sehari hari dengan menggunakan akad pembiayaan *Murabahah*.

Pembiayaan *Murobahah* (pengadaan / jual beli barang) adalah transaksi penjualan barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (*margin*) yang disepakati oleh penjual dan pembeli dengan pembayaran dapat dilakukan secara angsur ataupun jatuh tempo.

Misalnya pembiayaan untuk pembangunan/renovasi.

Berikut contoh perhitungannya:

Tabel 4.1

Perhitungan Pembiayaan Pengadaan / Jual Beli Barang

Harga Pokok	Harga Jual	Angsuran Perbulan	Jumlah Angsuran
Rp1.000.000	Rp1.250.000	Rp250.000	5x
Rp5.000.000	Rp6.000.000	Rp600.000	10x
Rp10.000.000	Rp12.000.000	Rp1.200.000	10x

3) Pembiayaan Kebajikan⁸

Pembiayaan Kebajikan merupakan produk layanan pembiayaan dari KSPPS BMT BUS diperuntukkan bagi calon anggota/anggota yang bertujuan untuk kebajikan dengan pertimbangan sosial dengan menggunakan akad *Qordul Hasan*. Pembiayaan ini sumber dananya dari Baitul Maal KSPPS BMT BUS.

Contoh Perhitungan:

Tabel 4.2

Perhitungan Pembiayaan Kebajikan

Pembiayaan	Margin	Angsuran	Jumlah Angsuran
Rp1.000.000	0	Rp100.000	Rp10x
Rp2.000.000	0	Rp200.000	Rp10x

B. Bauran pemasaran (*marketing mix*) produk simpanan berdasarkan akad *wadiah yad dhamanah* pada KSPPS BMT BUS cabang Juwana.

Strategi pemasaran diperlukan dalam suatu perusahaan dengan maksud agar semua rencana yang telah ditentukan bisa tercapai. KSPPS BMT BUS Cabang Juwana melakukan aktivitas pemasaran antara lain adalah dengan menawari anggota-anggota yang sudah berjalan yang mempunyai

⁸ *Ibid*

anak sekolah, dari mulut ke mulut, kemudian dengan cara bersosialisasi ke sekolah-sekolah untuk menarik anggota baru.⁹

Bauran pemasaran (*marketing mix*) yang digunakan oleh KSPPS BMT BUS Cabang Juwana untuk mengembangkan dan memasarkan produk simpanan Si Sidik yang berdasarkan *akad wadiah yad dhamanah*. Yaitu Produk, Harga, Lokasi, dan Promosi.

1. Produk (*Product*)

Produk berfungsi untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Dalam merencanakan produk pihak BMT Bina Ummat Sejahtera harus memperhatikan kepuasan anggota yang diterapkan melalui hasil produk. BMT Bina Ummat Sejahtera menawarkan produk Si Sidik yang berdasarkan *akad wadiah yad dhamanah* dan ada dua macam produk Si Sidik, yaitu Si Sidik Platinum dan Si Sidik Plus. Bagi calon anggota yang ingin berinvestasi untuk masa depan pendidikan anaknya. Produk ini memberi manfaat bagi pengguna yaitu rasa aman dalam menyimpan dana, selain itu juga memberikan bagi hasil sehingga anggota tidak perlu khawatir akan biaya pendidikan masa depan anaknya.

Fasilitas lain yang diberikan dari produk Si Sidik yaitu:

- a. Si Sidik Platinum
 - 1) Anggota simpanan berhak melakukan penarikan simpanan setiap tamat jenjang pendidikan.
 - 2) Apabila pada penarikan tamat jenjang pendidikan tertentu tidak diambil, maka akan dimasukkan ke rekening Si Rela.
 - 3) Siswa penabung Si Sidik yang berprestasi di kelas, BMT menyediakan hadiah beasiswa.
 - 4) Setiap kenaikan kelas BMT memberikan hadiah berupa peralatan sekolah.

⁹ Hasil wawancara dengan Bapak Suharyono selaku Manager Cabang BMT BUS cabang Juwana yang dilakukan pada 6 Juni 2016.

b. Si Sidik Plus

- 1) Setiap kenaikan kelas BMT memberikan hadiah berupa peralatan sekolah.
- 2) Beasiswa bagi siswa didik yang berprestasi.
- 3) Beasiswa pada Perguruan Tinggi diberikan setiap akhir semester.
- 4) Anggota simpanan juga mendapatkan subsidi bea masuk sekolah dengan ketentuan yang ada.
- 5) Nasabah dapat melakukan penarikan dana setiap kenaikan jenjang pendidikan hingga semester 10 bagi nasabah yang melanjutkan hingga perguruan tinggi, (bagi yang tidak melanjutkan ke perguruan tinggi atau hanya mengambil program D1 sampai D3, maka sisa simpanan akan dikembalikan).

2. Harga (*Price*)

Strategi penentuan harga sangat berpengaruh dalam pemberian nilai kepada konsumen, mempengaruhi citra produk, dan keputusan konsumen untuk membeli.

Dalam produk Si Sidik ini sudah ditetapkan besar setorannya, besar setoran harus dipertimbangkan terlebih dahulu sebelum menetapkan harga tidak asal dikarang. Dilihat dari bonus yang akan diberikan, di hitung sesuai rumus, lalu muncul nominal yang harus disetorkan.

Dalam produk Si Sidik platinum sudah ditetapkan besar setoran. Setoran simpanan dilakukan setiap bulan, dan penarikan simpanan dilakukan setiap tamat jenjang pendidikan sampai lulus SMA. Besarnya setoran simpanan berdasarkan kelas Si Sidik yaitu:

Si Sidik kelas A : Rp. 200.000,-

Si Sidik kelas B : Rp.150.000,-

Si Sidik kelas C : Rp.100.000,-

Dalam produk Si Sidik plus sudah ditetapkan besarnya setoran, setoran simpanan dilakukan di awal pendaftaran dan hanya sekali sebesar Rp. 5.000.000,-.

3. Lokasi (*Place*)

Dalam hal ini lokasi yang dipilih oleh KSPPS BMT BUS Cabang Juwana sangat strategis, karena letaknya berada di komplek pasar Juwana dan lokasi tersebut sangat potensial untuk mendapatkan anggota, karena rata-rata keseharian mereka adalah pedagang maka banyak yang membutuhkan dana / meminjam ataupun menabungkan uangnya yang prinsipnya syariah. Letak kantor BMT BUS cabang Juwana berada di tengah-tengah kota Juwana dan lokasi tersebut sudah diakses dan dikelilingi oleh perusahaan-perusahaan yang sedang berkembang. Respon masyarakat terhadap KSPPS BMT BUS sangat baik, walaupun disekelilingnya banyak berdiri koperasi-koperasi syariah. Hal ini dikarenakan KSPPS BMT BUS merupakan BMT pertama yang dikenal masyarakat sebagai BMT yang terpercaya yang sesuai dengan syariah. Dilokasi tersebut juga terdapat beberapa BMT yang juga menawarkan produk yang sama dan memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen yang sama pula. Di sini BMT harus mengetahui dengan pasti karakteristik pesaing khususnya tentang strategi, tujuan, kelemahan, kekuatan serta pola reaksi pesaing. Pesaing merupakan pelaku dan kekuatan-kekuatan yang mempengaruhi kemampuan BMT untuk mengembangkan dan mempertahankan transaksi-transaksi dan hubungan yang menguntungkan dengan target marketnya.

4. Promosi (*Promotion*)

KSPPS BMT BUS cabang Juwana dalam perencanaan dan penerapan strategi promosi yaitu dengan:

a. Strategi promosi melalui periklanan (*advertising*)

Untuk cabang Juwana, pencetakan brosur oleh kantor pusat, yang kemudian disebar ke kantor-kantor cabang termasuk kantor cabang Juwana. Pencetakan brosur dilakukan setiap ada pembaruan informasi terkait dengan prosedur ataupun ketentuan mengenai produk dan layanannya.

b. Strategi promosi melalui promosi penjualan (*Sales Promotion*)

Alat promosi yang dipakai KSPPS BMT BUS cabang Juwana untuk menarik anggota Si Sidik yang berdasarkan *akad wadiah yad dhamanah* adalah dengan memberi hadiah-hadiah. Misalnya setiap kenaikan kelas dapat souvenir perlengkapan sekolah untuk anggota Si Sidik Platinum dan Si Sidik Plus, beasiswa berprestasi setiap semester untuk anggota Si Sidik Platinum dan Si Sidik Plus, setiap kenaikan jenjang anggota Si Sidik mendapat bea masuk dari BMT yang besarnya sudah ditentukan dari BMT. Cara promosi seperti ini diharapkan dapat menambah kepuasan anggota dan membuat daya tarik masyarakat semakin tinggi sehingga dapat meningkatkan jumlah anggota Si Sidik.

c. Strategi promosi melalui publisitas (*publicity*)

Strategi promosi lainnya adalah promosi melalui kegiatan amal. Kegiatan amal oleh KSPPS BMT BUS cabang Juwana adalah dengan memberikan bantuan berupa sembako kepada khususnya anggota yang menjadi korban bencana banjir besar tahun lalu. Dengan kegiatan seperti ini, masyarakat akan mengerti bahwa KSPPS BMT BUS cabang Juwana sangat peduli dengan kesejahteraan umat khususnya para anggotanya. Sehingga akan tercipta suatu opini yang sangat baik dari masyarakat atas citra KSPPS BMT BUS cabang Juwana. Dan secara tidak langsung dapat memberikan pengaruh terhadap peningkatan jumlah anggota.

d. Strategi promosi melalui penjualan personal (*Personal Selling*)

KSPPS BMT BUS cabang Juwana menerapkan strategi ini sebagai alat promosinya dalam upaya meningkatkan jumlah anggota. Bentuk dari penjualan personal ini bisa langsung dengan tatap muka atau melalui telepon dan sebagainya antara karyawan BMT BUS dengan anggota atau calon anggota. Berdasarkan fakta dilapangan strategi ini jauh lebih efektif meningkatkan jumlah anggota dibandingkan melalui periklanan. Strategi ini terus digencarkan

KSPPS BMT BUS dengan mendatangi langsung setiap anggota dan calon anggota untuk menawarkan produk Si Sidik yang berdasarkan *akad wadiah yad dhamanah* yang berpotensi untuk meningkatkan jumlah anggota KSPPS BMT BUS cabang Juwana.

C. Kendala-kendala yang dihadapi KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera cabang Juwana dalam bauran pemasaran (*marketing mix*) produk Si Sidik berdasarkan *akad wadiah yad dhamanah* dan cara penyelesaiannya.

Berdasarkan wawancara dengan pihak BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Juwana yaitu dengan Bapak Suharyono selaku manager BMT BUS cabang Juwana, kendala yang dihadapi oleh BMT tersebut adalah:¹⁰

1. Sumber Daya Manusia.

Komunikasi yang dibangun antara marketing dengan anggota dirasa kurang, karena marketing kurang terfokus pada tugasnya. Kendala yang dihadapi ini karena kurangnya SDM yang memadai yaitu berhubungan dengan jumlah pegawai di BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Juwana, dimana para pegawai merangkap pekerjaan bagian lainnya. Sehingga dalam hal penyampaian dan pengenalan produk Si Sidik kepada calon anggota kurang efektif dan efisien.

Berdasarkan hasil wawancara dengan manager di BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Juwana, dengan adanya peran ganda, tenaga pemasar memiliki beban yang lebih. Sehingga tujuan utama untuk mencapai target pasar yang diharapkan menjadi kabur. Dan solusi untuk mengatasi sumber daya manusia pada BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Juwana sebaiknya dilakukan perekrutan karyawan yang berkompeten sehingga selain menambah jumlah karyawan yang ada BMT juga mendapatkan karyawan yang berkualitas dalam melakukan kegiatan pemasaran. Selain itu, diadakannya *control* serta pelatihan yang

¹⁰ Hasil wawancara dengan Bapak Suharyono selaku Manager Cabang BMT BUS cabang Juwana yang dilakukan pada 6 Juni 2016.

intensive dari pihak BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Juwana terhadap tenaga pemasar. Sehingga motivasi yang hilang serta hambatan ketika menawarkan produk Si Sidik dapat teratasi melalui *control* dan pelatihan yang dilakukan secara rutin. Perlunya pemberian penghargaan bagi tenaga pemasar yang berprestasi, seperti penghargaan yang diberikan kepada karyawan yang memenuhi target yang diberikan oleh pusat sehingga mereka lebih dihargai dan bisa lebih termotivasi dalam bekerja.

2. Kurangnya kesadaran masyarakat untuk berinvestasi.

Tingkat kesadaran masyarakat umumnya masih kurang dalam melakukan investasi mengingat kebutuhan mereka sekarang sudah beragam. Mereka merasa dibebani dengan jumlah uang setoran yang 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 lakukan terhadap anggota BMT di pasar Juwana yang rata-rata keseharian mereka adalah pedagang, mereka tidak tertarik terhadap produk Si Sidik karena mereka berasumsi bahwa jumlah uang yang harus disetorkan bisa mereka gunakan untuk menambah modal untuk usaha mereka yang hasilnya juga bisa mereka gunakan untuk biaya pendidikan anaknya. Cara penyelesaiannya yaitu perlu diadakannya sosialisasi yang rutin kepada masyarakat dengan tujuan memberikan pemahaman kepada mereka akan pentingnya berinvestasi dalam jangka panjang. Memberi informasi mengenai keunggulan-keunggulan Si Sidik kepada calon anggota. Selain itu, menjalin hubungan yang baik dengan calon anggota dan mempertahankan silaturahmi yang baik dengan anggota dengan tujuan menjalin suatu kekeluargaan yang akan menciptakan suatu kepercayaan bagi anggota atau calon anggota.

3. Banyak pesaing lain.

Banyaknya pesaing dari bank dan koperasi lain sehingga menjadikan masyarakat lebih banyak pilihan. Dan cara penyelesaiannya

yaitu BMT fokus terhadap pelayanan yang terbaik untuk mendapatkan kepercayaan dari masyarakat. Dan dengan menawarkan anggota pada produk yang lainnya dulu, setelah anggota memahami dan merasakan manfaat dari produk tersebut dan sudah percaya terhadap BMT maka akan lebih mudah jika pengelola menawarkan produk Si Sidik, yang menjadi faktor utama adalah bisa memanfaatkan peluang yang ada.¹¹

D. ANALISIS HASIL PENELITIAN

1. Analisis bauran pemasaran (*marketing mix*) produk simpanan berdasarkan *akad wadiah yad dhamanah* pada KSPPS BMT BUS cabang Juwana.

Seperti dijelaskan sebelumnya, bahwa KSPPS BMT BUS memiliki produk simpanan yang terdiri dari Si Rela, Si Suka, Si Sidik, dan Si Haji. Namun *akad wadi'ah yad dhamanah* diimplementasikan pada produk simpanan Si Sidik (Si Sidik Platinum dan Si Sidik Plus).

BMT Bina Ummat Sejahtera merupakan salah satu lembaga keuangan syariah yang bergerak di bidang ekonomi yang diperuntukkan bagi masyarakat pada umumnya. Strategi yang ditempuh oleh BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Juwana dalam memasarkan produk Si Sidik yang berdasarkan *akad wadiah yad dhamanah* adalah strategi yang bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan serta memperhatikan kebutuhan dan kepuasan anggota.

Bauran pemasaran (*marketing mix*) yang diterapkan oleh BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Juwana dalam memasarkan produk Si Sidik yang berdasarkan *akad wadiah yad dhamanah* yaitu:

a. Produk (*Product*)

Strategi produk dalam hal ini adalah menetapkan cara dan penyediaan produk yang tepat bagi pasar yang dituju, sehingga dapat memuaskan para konsumennya dan sekaligus dapat meningkatkan

¹¹ Hasil wawancara dengan Bapak Dwibyo selaku Kor.Lap BMT BUS cabang Juwana yang dilakukan pada tanggal 22 Juni 2016

keuntungan perusahaan dalam jangka panjang, melalui peningkatan penjualan dan peningkatan share pasar.¹²

Berdasarkan analisis penulis, produk berfungsi untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Mengingat akan kebutuhan masyarakat dalam dunia pendidikan, maka BMT BUS menciptakan produk Si Sidik (Simpanan Pendidikan) yang berdasarkan *akad wadiah yad dhamanah* yaitu *shohibul maal* menitipkan dananya pada BMT, kemudian atas seijin *shohibul maal* BMT dapat memanfaatkan dana tersebut. Produk ini berhasil memberi manfaat bagi pengguna yaitu rasa aman dalam menyimpan dana, serta anggota bisa memenuhi kebutuhan untuk membantu perencanaan program pendidikan putra putrinya. BMT juga memberikan bagi hasil dan banyak hadiah yang diberikan setiap tahun ajaran baru yang bisa membantu untuk memenuhi kebutuhan sekolah. Selain itu juga memberi manfaat kepada pihak BMT BUS dalam pengelolaan dana simpanan berdasarkan kesepakatan dengan anggota.

b. Harga (*Price*)

Harga yang dimaksud dalam BMT BUS adalah setoran simpanan dan bagi hasil yang diberikan oleh BMT. Menurut Sofjan Assauri Harga merupakan satu-satunya unsur *marketing mix* yang menghasilkan penerimaan penjualan.¹³

Dalam produk Si Sidik sudah ditetapkan besar setorannya, besar setoran harus dipertimbangkan terlebih dahulu sebelum menetapkan harga tidak asal dikarang. Dilihat dari bonus yang akan diberikan, di hitung sesuai rumus, lalu muncul nominal yang harus disetorkan. Dan penetapan besar setoran tersebut telah diperkirakan BMT dengan setoran yang terjangkau sesuai dengan kemampuan calon anggota. Serta penetapan bagi hasil juga sudah ditentukan oleh manajemen BMT sesuai dengan tabulasi produk simpanan Si Sidik.

¹² Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep Dan Strategi*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2002, hlm. 182.

¹³ *Ibid*, hlm, 202.

Produk Si Sidik platinum sudah ditetapkan besar setorannya yaitu, setoran simpanan dilakukan setiap bulan, dan penarikan simpanan dilakukan setiap tamat jenjang pendidikan sampai lulus SMA. Besarnya setoran simpanan berdasarkan kelas Si Sidik yaitu:

Si Sidik kelas A: Rp. 200.000,-

Si Sidik kelas B: Rp.150.000,-

Si Sidik kelas C: Rp.100.000,-

Kalau produk Si Sidik plus, setoran simpanan dilakukan di awal pendaftaran dan hanya sekali sebesar Rp. 5.000.000,-.

c. Lokasi (*Place*)

Penentuan lokasi kantor beserta sarana dan prasarana pendukung menjadi sangat penting. Hal ini disebabkan agar anggota mudah menjangkau setiap lokasi kantor BMT BUS. Demikian pula sarana dan prasarana harus memberikan rasa yang nyaman dan aman kepada seluruh anggota yang berhubungan dengan BMT. Lokasi yang tidak strategis akan mengurangi minat anggota untuk bertransaksi dengan BMT. Maka dalam hal ini lokasi menjadi sangat penting bagi sebuah perusahaan atau lembaga keuangan.

Letak kantor BMT BUS cabang Juwana sangat strategis, yaitu berada di komplek pasar Juwana dan berada di tengah-tengah kota Juwana dan lokasi tersebut sudah diakses dan dikelilingi oleh perusahaan-perusahaan yang sedang berkembang. Maka lokasi tersebut mudah diakses masyarakat dan sangat potensial untuk mendapatkan anggota.

Menurut Kasmir dalam buku Manajemen Perbankan, hal-hal yang perlu diperhatikan dalam pemilihan dan penentuan lokasi suatu Bank yaitu harus melalui pertimbangan sebagai berikut:¹⁴

- 1) Dekat dengan kawasan industri atau pabrik.
- 2) Dekat dengan lokasi perkantoran.

¹⁴ Kasmir, Manajemen *Perbankan*, Cetakan Ketiga, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2002, hlm. 167

- 3) Dekat dengan lokasi pasar.
- 4) Dekat dengan lokasi perumahan atau masyarakat.
- 5) Mempertimbangkan jumlah pesaing yang ada disuatu lokasi.

Setelah membuat *strategic planning*, BMT perlu memantau kekuatan-kekuatan yang lebih besar dalam lingkungan pemasaran, jika ia ingin mempertahankan produk beserta program pemasaran lainnya sesuai dengan perkembangan zaman. Oleh karena itu BMT memerlukan informasi. Hanya BMT yang mempunyai informasi yang akan mampu membaca peluang dan ancaman, sehingga ia akan mampu memenangkan persaingan.

Ketepatan dan kecepatan pelayanan dengan biaya yang relatif murah merupakan dambaan anggota. Karena itu, BMT harus tanggap dan berupaya menciptakan suasana fanatisme anggota melalui pelayanan prima agar mampu bersaing dengan baik dan bisa merebut hati para anggota.

d. Promosi (*Promotion*)

Promosi merupakan kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi masyarakat agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh BMT kepada mereka yang kemudian mereka menjadi tertarik lalu membeli produk tersebut.

Ada empat macam sarana promosi yang digunakan yaitu:

- a. Periklanan (*Advertising*), melalui brosur.
- b. Promosi penjualan (*Sales Promotion*), dengan diberikannya souvenir berupa perlengkapan sekolah.
- c. Publisitas (*Publicity*), BMT melakukan kegiatan sosial.
- d. Penjualan personal (*Personal Selling*), pihak BMT bertemu langsung dengan calon anggota untuk menawarkan produk sehingga anggota lebih jelas dan tertarik membeli produk tersebut.

Berdasarkan analisis penulis, dengan dilakukannya bauran pemasaran (*marketing mix*) diatas, maka KSPPS BMT BUS cabang

Juwana telah berhasil menarik minat masyarakat untuk menjadi anggota Si Sidik, sehingga anggota bisa memenuhi kebutuhan untuk membantu perencanaan program pendidikan putra putrinya. Hal ini terbukti dengan adanya motivasi dari anggota dalam memilih menyimpan dana di KSPPS BMT BUS cabang Juwana, sehingga terpenuhinya kebutuhan anggota untuk persiapan pendidikan anaknya dimasa depan.

Menurut pendapat dari Ibu Kunarti sebagai anggota BMT BUS cabang Juwana memaparkan bahwa melalui produk yang ditawarkan yaitu produk simpanan Si Sidik tersebut dapat memberikan kemudahan untuk memenuhi kebutuhan dalam mempersiapkan perencanaan program pendidikan anaknya, serta membantu perekonomian keluarga.¹⁵

Adapun pendapat dari Ibu Hartini salah seorang anggota simpanan Si Sidik mengatakan bahwa banyak hadiah yang diberikan oleh BMT BUS yaitu hadiah peralatan sekolah setiap kenaikan kelas, BMT juga menyediakan beasiswa yang berprestasi di kelas dan setiap kenaikan jenjang dapat biaya masuk dari BMT.¹⁶

Berdasarkan data bahwa Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) Baitul Maal wat Tamwil Bina Ummat Sejahtera Cabang Juwana dalam penerapan bauran pemasaran (*marketing mix*) produk simpanan berdasarkan prinsip *akad wadiah yad dhamanah* telah berhasil. Manfaat yang diperoleh yaitu mendorong tercapainya kerjasama ekonomi secara syariah, membantu perencanaan program pendidikan putra-putri anggota, dan menunjang program pemerintah dalam memerangi kebodohan.

¹⁵ Wawancara dengan Ibu Kunarti, anggota BMT BUS cabang Juwana pada tgl 14 Juni 2016.

¹⁶ Wawancara dengan Ibu Hartini, anggota BMT BUS cabang Juwana pada tgl 14 Juni 2016.

2. Analisis kendala-kendala yang dihadapi KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Juwana dalam bauran pemasaran (*marketing mix*) produk Si Sidik berdasarkan *akad wadiah yad dhamanah* dan cara penyelesaiannya.

Masa sekarang ini perkembangan usaha jasa keuangan sudah semakin maju, tidak terkecuali dengan perkembangan *Baitul Maal Wat Tamwil* / BMT. BMT kian maju terus menerus berkembang jumlahnya, khususnya di daerah Jawa Tengah yang hampir tidak terhitung jumlah keberadaannya. Hal ini membuktikan bahwa masyarakat sudah mulai mengenal tentang BMT, dimana kita ketahui bahwa sebagian besar masyarakat hanya mengenal dan tahu bahwa Bank-lah yang dapat melayani mereka didalam melakukan transaksi keuangan baik menyimpan (menabung) ataupun pembiayaan.

Dengan berkembangnya usaha jasa keuangan yang semakin maju, hal tersebut memicu terjadinya persaingan ketat yang terjadi dipasar sehingga mengakibatkan masyarakat semakin kritis dalam memilih produk yang bisa memberikan manfaat serta kelebihan produk dibanding produk pesaing, maka kunci suksesnya dari pemasaran adalah terbentuknya persepsi dan pemahaman yang tepat dibenak konsumen yang dibutuhkan strategi pemasaran yang tidak mudah. Untuk itu BMT harus memiliki strategi pemasaran yang tepat sehingga dapat mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar yang diperoleh. Seperti yang kita ketahui bahwa setiap pemasaran pasti ada kendalanya.

Begitu pula yang dirasakan oleh KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera cabang Juwana. Setelah penulis melakukan penelitian di BMT BUS cabang Juwana, maka dapat diketahui bahwa kendala dari pemasaran produk Si Sidik berdasarkan *akad wadiah yad dhamanah* yaitu:

- a. Kurangnya SDM yang memadai yaitu berhubungan dengan jumlah pegawai di BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Juwana, dimana para pegawai merangkap pekerjaan bagian lainnya. Komunikasi

- yang dibangun antara *marketing* dengan anggota dirasa kurang, karena *marketing* kurang terfokus pada tugasnya. Sehingga, dalam hal penyampaian dan pengenalan produk simpanan Si Sidik kepada calon anggota kurang efektif dan efisien. Dan solusinya yaitu sebaiknya dilakukan perekrutan karyawan yang berkompeten sehingga selain menambah jumlah karyawan yang ada BMT juga mendapatkan karyawan yang berkualitas dalam melakukan kegiatan pemasaran. Selain itu, diadakannya *control* serta pelatihan yang *intensive* dari pihak BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Juwana terhadap tenaga pemasar. Sehingga motivasi yang hilang serta hambatan ketika menawarkan Produk Si Sidik dapat teratasi melalui *control* dan pelatihan yang dilakukan secara rutin. Perlunya pemberian penghargaan bagi tenaga pemasar yang berprestasi, seperti penghargaan yang diberikan kepada karyawan yang memenuhi target yang diberikan oleh pusat sehingga mereka lebih dihargai dan bisa lebih termotivasi dalam bekerja. Menurut Sondang P. Siagian dalam buku Manajemen Sumber Daya Manusia yang menyatakan bahwa rencana sumber daya manusia merupakan dasar bagi penyusunan program kerja bagi satuan kerja yang menangani sumber daya manusia dalam organisasi. Salah satu aspek program kerja tersebut adalah pengadaan tenaga kerja baru guna memperkuat tenaga kerja yang sudah ada demi peningkatan kemampuan organisasi mencapai tujuan dan berbagai sasarannya.¹⁷
- b. Dan untuk kendala dari pemasaran produk Si Sidik berdasarkan *akad wadiah yad dhamanah* yang kedua yaitu, kurangnya kesadaran masyarakat untuk berinvestasi. Tingkat kesadaran masyarakat umumnya masih kurang dalam melakukan investasi mengingat kebutuhan mereka yang sekarang sudah beragam. Mereka merasa terbebani dengan jumlah uang setoran yang harus mereka setorkan,

¹⁷ Sondang P. Siagian, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, PT Bumi Aksara, Jakarta, 2004, hlm. 48.

karena mereka berasumsi bahwa uang tersebut bisa mereka gunakan untuk kebutuhan lainnya atau mereka gunakan untuk menambah modal untuk usaha mereka yang hasilnya juga ia gunakan untuk biaya pendidikan anaknya. Dalam hal ini solusinya yaitu, perlu diadakannya sosialisasi rutin kepada masyarakat dengan tujuan memberikan pemahaman kepada mereka akan pentingnya berinvestasi dalam jangka panjang. Serta memberikan informasi mengenai keunggulan-keunggulan produk Si Sidik kepada calon anggota. Menjalin hubungan yang baik dan mempertahankan silaturahmi dengan tujuan menjalin suatu kekeluargaan yang akan menciptakan suatu kepercayaan bagi anggota atau calon anggota.

- c. Kendala yang ketiga yaitu, banyaknya pesaing dari bank dan koperasi lain sehingga menjadikan masyarakat lebih banyak pilihan. Menurut Nembah F. Hartimbul Ginting dalam buku *Manajemen Pemasaran*, pesaing adalah perusahaan yang melayani pelanggan yang sama dengan produk yang serupa dengan harga yang serupa.¹⁸ Dari pernyataan tersebut maka cara penyelesaiannya yaitu BMT fokus terhadap pelayanan yang terbaik untuk mendapatkan kepercayaan dari masyarakat atau anggota. Dan dengan menawarkan anggota pada produk lain yang dimiliki BMT, setelah anggota memahami dan merasakan manfaat dari produk tersebut dan sudah percaya terhadap BMT maka akan lebih mudah jika pengelola menawarkan produk Si Sidik, yang menjadi faktor utama adalah bisa memanfaatkan peluang yang ada.

¹⁸ Nembah F. Hartimbul Ginting, *Manajemen Pemasaran*, CV YRAMA WIDYA, Bandung, 2011, hlm. 242.