

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah singkat BMT Mitra Khazanah Palembang

Berawal dari Program kerja departemen RND (Research And Development) yang ada di BSO PAKIES (Badan Semi Otonom Pusat Kajian Ekonomi Islam). Pada tahun 2014 tepatnya akhir desember, di pelopori oleh Alumni PAKIES UIN Raden Fatah Palembang yang sepakat untuk membentuk Lembaga Keuangan Mikro. Salah satu tujuan lembaga ini yaitu untuk membantu meningkatkan program pemberdayaan ekonomi, khususnya dikalangan usaha mikro, kecil, menengah, dan koperasi melalui sistem syariah. Selain itu juga sebagai pengaplikasian dari belajar ekonomi Islam di PAKIES, maka terbentuklah Baitul Mal Wat Tamwil Mitra Khazanah Palembang.

Pada bulan april tahun 2015 BMT Mitra Khazanah Palembang mulai mengumpulkan orang-orang yang akan menjadi pendiri, maka dengan sosialisasi yang dilakukan tercatatlah 21 orang menjadi pendiri sekaligus anggota sebagai pondasi awal terbentuknya BMT Mitra Khazanah Palembang. Pada bulan April 2015 hingga Oktober 2015 operasional BMT masih dilakukan tanpa adanya kantor namun pergerakan tetap sedikit efektif hingga terkumpullah 42 orang nasabah dan 23 orang anggota. Bulan November 2015 BMT Mitra Khazanah resmi memiliki

kantor yang berada di Jl. Ariodillah 3 RT.33 RW.11 Kel. 20 Ilir D4 Kec. IT 1 Palembang, dengan adanya kantor maka operasional BMT lebih aktif dari sebelumnya hingga pemikiran demi pemikiran pun terus teraplikasi.

Dinas Perindustrian, Perdagangan, dan Koperasi Kota Palembang Bapak Rahmat, S.E, dosen Fakultas Ekonomi Islam UIN Raden Fatah Palembang Ibu Dr. Maftukhatusolikhah, M,Ag dan Ibu Hj. Siti Mardiah, SHI, M.SI, dihadiri oleh pendiri dan beberapa alumni PAKIES lainnya. Rapat Akhir Tahun (RAT) menghasilkan keputusan yang cukup signifikan sebagai tahun pertama yang sudah memiliki 80 nasabah dan 40 Anggota, cukup membakar semangat pengelola untuk lebih memajukan dan membumikan BMT Mitra Khazanah Palembang di kalangan masyarakat.

BMT Mitra Khazanah ditetapkan berdiri 21 April 2015 dibawah binaan Pusat Inkubasi Bisnis Usaha Kecil (PINBUK) Perwakilan Sumatera Selatan dengan nomor 030/PINBUK-SS/III/2016. BMT Mitra Khazanah juga berbadan hukum dibawah Dinas Perindustrian, Perdagangan, dan Koperasi Kota Palembang dengan nomor : 105/BH/VII.7/2016, Akta NO. 2649 Tanggal 24 Maret 2016. Akte Notaris Merliansyah, S.H., M.Kn nomor : 2/KEP-17.3/I/2015 tanggal 8 Januari 2015.

BMT Mitra Khazanah Palembang, sudah memiliki berbagai produk yang dibutuhkan di kalangan masyarakat, yaitu Tabungan Masalah, Tabungan Pendidikan, Tabungan Aqiqah dan Qurban, Tabungan Berjangka, Pembiayaan Mudharabah, Pembiayaan Murabahah, Pembiayaan Murabahah al-Wakalah, Pembiayaan Hawalah, Pembiayaan Multijasa, dan Produk Layanan Jasa online

Pembelajaran untuk menjadi lembaga yang amanah dan profesional terus dilakukan oleh BMT Mitra Khazanah Palembang, berusaha memastikan bahwa dana seluruh anggota/nasabah yang dihimpun di BMT Mitra Khazanah Palembang dapat dikelola melalui program-program

Yang mampu dijalankan Demi tercapainya pemerataan ekonomi dan pemberantasan masyarakat miskin yang terjerat oleh reternir. BMT Mitra Khazanah Palembang juga menjadi salah satu pilihan yang tepat bagi masyarakat untuk menabung ringan dan tabungannya akan termanfaatkan dengan baik. Selain itu BMT Mitra Khazanah Palembang juga menjadi wadah bagi mereka ingin mengembangkan usahanya, namun tidak dapat berhubungan langsung dengan perbankan Islam (BMI atau BPRS) dikarenakan usahanya tergolong kecil. ¹

¹ Dokumen Arsipan, *Koperasi Baitul Maal Wal Tamwil Mitra Khazanah Palembang*, 20 Januari 2021.

2. Keterangan Perusahaan

a. Data Perusahaan

Nama Perusahaan : BMT Mitra Khazanah

Tagline : Mitra Kebanggaan Masyarakat

Bentuk Perusahaan : Baitul Maal Wat Tamwil

Bidang Usaha : Keuangan Syariah

Lokasi Perusahaan : Jl. Ariodillah 1 Rt. 004 Rw. 002 No. 4302 Kec.
Ilir Timur 1 Kel. 20 Ilir 3 Palembang

b. Visi dan Misi

a. **Visi:**Menjadi lembaga keuangan mikro syariah yang profesional dan terpercaya.

b. **Misi:**

a. Menjadi lembaga mediasi keuangan dan perekonomian umat dengan menciptakan sarana penghimpunan dan penyaluran dana sesuai prinsip syariah.

b. Meningkatkan produktivitas anggota, pengurus, dan pengelola dengan kekuatan sumber daya insani dan manajemen organisasi.

c. Menumbuhkembangkan sikap dan perilaku yang peduli terhadap umat dengan konsep baitul maal yang edukatif, produktif, dan bernilai ibadah.

- d. Menjadi mitra bagi pemerintah, swasta, dan lembaga swadaya masyarakat dalam rangka pemberdayaan ekonomi umat.²

3. Struktur Organisasi

Untuk memperlancar jalannya aktivitas lembaga keuangan, BMT Mitra Khazanah telah menetapkan susunan Badan Pengawas dan Badan Syariah BMT Mitra Khazanah yaitu sebagai berikut.

Account Officer Erza Kurnia Eranti, S.E.

² Dokumen Arsipan, *Koperasi Baitul Maal Wal Tamwil Mitra Khazanah Palembang*, 20 Januari 2021.



4. Produk-Produk Bmt Mitra Khazanah

1. Produk Baitul Maal

a. Penghimpunan Dana

- 1) Zakat : Zakat Profesi dan Zakat Maal
- 2) Infaq & Sadaqah

b. Penyaluran Dana

Pembiayaan Al-Qardhul Hasan : Pembiayaan modal usaha bagi masyarakat yang kurang mampu tanpa dikenakan margin, tetapi nasabah disarankan untuk infak setiap kali membayar angsuran.

2. Produk Baitul Tamwil

a. Penghimpunan Dana

- 1) Simpanan Pokok
- 2) Simpanan Wajib
- 3) Tabungan Wadiah
- 4) Tabungan Perencanaan
- 5) Tabungan Pendidikan
- 6) Tabungan Pariwisata
- 7) Tabungan Qurban & Aqiqah
- 8) Tabungan Berjangka
- 9) Tabungan Arisan

10) Tabungan Idul Fitri³

Keuntungan yang diperoleh dapat bagi hasil juga bisa sebagai jaminan atas pembiayaan anggota yang ketentuan

Syarat Pembukaan Simpanan:

- 1) Mengisi formulir pembukaan simpanan
- 2) Foto Copy KTP / Identitas diri
- 3) Biaya Administrasi untuk Tabungan dan Anggota Rp15.000,-,
- 4) Biaya Administrasi Untuk Tabungan atau Anggota Rp10.000,-
- 5) Untuk lembaga ada surat kuasa penunjukkan kepada seseorang yang ditunjuk oleh lembaga yang bersangkutan.

b. Penyaluran Dana

1) Pembiayaan Mudharabah

Pembiayaan yang diperuntukan untuk modal usaha, dengan perhitungan nisbah 70% nasabah 30% BMT.

2) Pembiayaan Murabahah

Pembiayaan Murabahah adalah merupakan produk jual beli dimana BMT bertindak sebagai penjual dan nasabah sebagai pembeli dengan penentuan harga jual yaitu harga beli BMT dari pemasok ditambah keuntungan (Margin), sesuai dengan kesepakatan antara pihak BMT dengan nasabah.

³ Dokumen Arsipan, *Koperasi Baitul Maal Wal Tamwil Mitra Khazanah Palembang*, 20 Januari 2021.

3) **Pembiayaan murabahah al-Wakalah**

Pembiayaan dengan prinsip jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan yang disepakati oleh BMT dan nasabah, yang pembelian barangnya diwakilkan. Pembiayaan ini menggunakan 2 akad yaitu akad murabahah (jual beli) dan akad wakalah (perwakilan).

4) **Pembiayaan Hiwalah**

Pembiayaan Hiwalah adalah akad pengalihan hutang dari satu pihak kepada pihak yang lain yang wajib mananggung (membayar)-nya.

5) **Pembiayaan Ijarah Multijasa**

Pembiayaan yang digunakan untuk kebutuhan pembayaran seperti, biaya kuliah, biaya sekolah, biaya rumah sakit dan jasa lainnya.

c. **Produk Layanan Jasa**

- a. Jasa pembayaran listrik, PDAM, Telkom, TV kabel, Tiket, Angsuran, dll
- b. Fotocopyan dan ATK.⁴

B. Pembahasan

1. Bentuk Strategi Manajemen Pemasaran Baitul Maal Wat Tamwil Mitra Khazanah Palembang Selama Ini

Untuk mengetahui rumusan masalah peneliti menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi di koperasi Baitul Maal Wat Tamwil Mitra Khazanah Palembang. Adapun uraian data yang diperoleh

⁴ Dokumen Arsipan, *Koperasi Baitul Maal Wal Tamwil Mitra Khazanah Palembang*, 20 Januari 2021.

dari hasil lapangan dan jawaban terhadap permasalahan yang telah dirumuskan sebelumnya, yaitu tentang strategi manajemen pemasaran yang ada di BMT Mitra Khazanah.

Baitul Maal Wat-Tamwil (BMT) yaitu lembaga keuangan mikro syariah yang di operasikan dengan prinsip bagi hasil, menumbuhkan kembangkan bisnis usaha mikro dan kecil, dalam rangka mengangkat derajat dan martabat serta membela kepentingan kaum fakir miskin.⁵ Ada beberapa BMT yang sudah ada dikota Palembang ini salah satunya yaitu BMT Mitra Khazanah. BMT Mitra Khazanah ini sudah ada sejak 5 tahun yang lalu dan selalu mengalami peningkatan jumlah anggota tiap tahunnya. Untuk saat ini jumlah anggota BMT Mitra Khazanah sendiri sudah hampir mencapai 500 orang anggota.

Dapat dilihat dari tabel berikut bahwa jumlah anggota BMT Mitra Khazanah terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun:⁶

⁵ Kasmir, *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta : Rajawali Persada, 2010), Hlm. 25

⁶ Dokumen Arsipan, *Koperasi Baitul Maal Wal Tamwil Mitra Khazanah Palembang*

REKAPITULASI ANGGOTA

KSPPS BMT MITRA KHAZANAH

No	Jenis Produk	2016	2017	2018	2019	2020
1	Simpanan Arisan	29	41	76	60	39
2	Simpanan Berjangka Syariah 12 Bln	0	2	3	3	1
3	Simpanan Pelajar	0	0	0	0	0
4	Simpanan Wadi'ah	319	419	594	673	746
5	Sisuka Jaka Qurban	0	1	2	2	3
6	Simpanan Pendidikan	3	5	4	2	2
7	Simpanan Berjangka Syari'ah 6 bln	0	2	2	2	1
8	Simpanan Idul Fitri	150	191	100	81	101
9	Simpanan Berjangka Syari'ah 24 bln	0	3	4	4	0
10	Tabungan Pernikahan	2	1	1	1	1
11	Simpanan Wajib Anggota	174	207	356	420	461
12	Simpanan Pokok Anggota	174	207	356	420	461
13	Pembiayaan Murabahah	94	113	157	184	200
14	Pembiayaan Qordul Hasan	4	5	8	11	11
15	Pembiayaan Hawalah	7	35	67	104	109
16	Pembiayaan Murabahah Mingguan	0	97	271	331	346
17	Pembiayaan Harian	0	2	53	79	89
JUMLAH ANGGOTA		956	1331	2049	2377	2571

Tabel.1.1

Tabel di atas menunjukkan peningkatan jumlah anggota dari tahun 2016-2020, dan untuk data tahun 2021 belum di rekapitulasi karena belum akhir tahun dan anggota yang sudag bergabung sampai bulan Agustus ini sudah mencapai 471 orang anggota yang tergabung dalam koperasi BMT Mitra Khazanah Palembang.

a. Promosi secara langsung

Promosi secara langsung yaitu dengan terjun langsung ke lapangan dan mengenalkan produk-produk yang ada di BMT kepada

konsumen, menjelaskan secara rinci tentang apa saja keunggulan atau kelebihan jika bergabung ke koperasi BMT Mitra Khazanah. Pemasaran langsung merupakan bentuk promosi dengan cara memasarkan barang/jasa secara langsung agar mendapat tanggapan secara langsung juga dari para konsumen.

Strategi pemasaran yang dilakukan kepada masyarakat sekitar BMT ini lebih ke mulut ke mulut, karena pihak BMT melakukan tabungan arisan dan masyarakat menilai jika menabung di BMT Mitra Khazanah itu menyenangkan karena ada hadiah dan sebagainya. Setelah itu justru mereka sendiri yang datang untuk penghimpunan dana maupun melakukan penyaluran dana, melakukan inovasi terbaik untuk masyarakat, hanya karena sebab itu jadi dari mulut ke mulut juga menjadi strategi pemasarannya selain brosur dan juga lewat sosial media.⁷

Strategi pemasaran yang dilakukan pihak BMT untuk saat ini sudah menarik perhatian masyarakat karena pihak BMT menjelaskan secara langsung secara detail tentang produk-produk yang ada di BMT sehingga masyarakat mengerti apa yang dibutuhkan dan apa keuntungan bergabung dengan BMT Mitra Khazanah. Anggota sudah banyak yang mempercayai BMT sebagai tempat menabung dan melakukan pembiayaan karena anggota melihat adanya legalitas BMT dan juga anggota selalu diberikan kemudahan setiap prosesnya, BMT selalu memberikan dana pencairan tepat waktu dan memberikan timbal balik kepada para anggotanya karena hal tersebutlah yang membuat anggota mempercayai BMT.

⁷ Ratna, *wawancara*, 20 Januari 2021, di Baitul Mal Wal Tamwil Mitra Khazanah Palembang.

b. Brosur

Strategi pemasaran sangat penting untuk menghadapi persaingan bisnis. Melalui brosur pihak koperasi dapat merancang brosur agar lebih kreatif dan lebih menarik agar konsumen dapat mengerti dan tertarik untuk melihat brosur. Perancangan desain grafis yang bagus akan menambah minat masyarakat untuk lebih ingin mengenal dan melihat brosur apa yang menarik tersebut. Dalam perancangan brosur diperlukan kreativitas dalam mengatur *layout* desain karena brosur harus mampu memuat informasi yang cukup untuk memberikan penjelasan.⁸ Seperti yang di katakan pihak BMT berikut untuk membuat brosur agar lebih menarik minat masyarakat.

Dalam promosi melalui brosur kami juga di bantu oleh anak-anak dari YBM mereka dari kelas desain grafis yang membantu dalam pembuatan poster dan lain-lain.⁹

Dari penjelasan tersebut yaitu pihak BMT melakukan promosi melalui brosur karena brosur juga dapat mempengaruhi konsumen agar tertarik dengan produk maupun jasa yang ditawarkan dimana brosur merupakan permainan yang full colour atau soft dilengkapi dengan layout yang menarik. Dengan desain yang menarik dan kata-kata yang baik dan sopan otomatis akan menarik minat seseorang untuk membaca brosur tersebut. Dengan begitu pasti akan ada masyarakat yang tertarik dengan produk-produk yang di tawarkan.

⁹ Erzha, *wawancara*, 18 Juni 2021, di Baitul Mal Wal Tamwil Mitra Khazanah Palembang.

c. Sosial Media

Di zaman yang semakin modern seperti sekarang ini, perkembangan teknologi dan informasi saat ini tumbuh amat sangat cepat dan pesat. Sekarang ini media sosial dari yang tadinya hanyalah kebutuhan tersier seolah-olah menjadi kebutuhan pokok/primer bagi semua orang atau masyarakat. Teknologi informasi yang menjadi sangat populer dan semakin familiar bagi lingkungan masyarakat saat ini adalah media sosial. Media sosial yang digunakan masyarakat saat ini yaitu facebook, instagram, twitter, whatsapp, telegram dan lain-lain.

Dengan memanfaatkan sosial media tersebut banyak para pelaku bisnis melakukan strategi pemasaran dengan cara mempromosikannya lewat sosial media. Banyak cara untuk melakukan promosi lewat sosial media tersebut, bias dengan cara membuat iklan atau semacamnya dengan semenarik mungkin agar dapat menarik minat masyarakat. Begitu juga yang terjadi di BMT Mitra Khazanah Palembang yang memanfaatkan media sosial sebagai salah satu strategi promosinya.

Di BMT ini sendiri lebih ke kualitas pelayanannya karena kalau kualitas pelayanannya bagus dan para anggota nyaman bergabung di BMT ini otomatis para anggota akan mengajak teman keluarga maupun kerabat lainnya untuk bergabung menjadi anggota dan ketika anggota yang sudah bergabung tetapi sudah tidak ada kepentingan lagi untuk menabung ataupun pembiayaan mereka boleh keluar karena pihak BMT tidak menghalangi, jadi memang yang kita tarik yaitu yang memang berkualitas dan tidak hanya kuantitas saja.¹⁰

¹⁰ Ratna, *wawancara*, 20 Januari 2021, di Baitul Mal Wal Tamwil Mitra Khazanah Palembang.

Karena masih banyak masyarakat yang belum tau atau memahami bagaimana cara untuk menjadi anggota di BMT tersebut maka pihak BMT terus melakukan promosi baik dari luar maupun dari dalam, salah satunya yaitu melakukan sosialisasi ditengah masyarakat karena masih banyak masyarakat yang belum mengetahui produk apa saja yang tersedia di BMT Mitra Khazanah. Berikut rekapitulasi produk dan dana yang ada di BMT Mitra Khazanah Palembang dari 2016-2018 :¹¹

REKAPITULASI PEMBIAYAAN DAN TABUNGAN

KSPPS BMT MITRA KHAZANAH

NO	JENIS PRODUK	2016	2017	2018
1	Simpanan Arisan	0	200.000	53.350.000
2	Simpanan Berjangka Syari'ah 12 bln	0	31.700.000	34.592.600
3	Simpanan Pelajar	0	0	0
4	Simpanan Wadi'ah	44.563.500	53.446.400	58.118.650
5	Sisuka Jaka Qurban	0	750.000	150.000
6	Simpanan Pendidikan	2.200.000	2.200.500	11.743.584
7	Simpanan Berjangka Syari'ah 6 bln	0	3.350.000	1.000.477
8	Simpanan Idul Fitri	39.489.000	53.024.000	47.711.000
9	Simpanan Berjangka Syari'ah 24 bln	0	30.000.000	52.513.359
10	Tabungan Pernikahan	200.000	100.000	100.000
11	Simpanan Wajib Anggota	12.999.700	17.883.400	24.785.400
12	Simpanan Pokok Anggota	6.250.000	11.800.000	19.000.000
13	Pembiayaan Murabahah	70.493.689	59.959.033	53.697.010
14	Pembiayaan Qordul Hasan	1.250.000	1.000.000	6.693.000
15	Pembiayaan Hawalah	15.146.000	23.876.346	42.622.604
16	Pembiayaan Murabahah Mingguan	0	42.737.453	64.744.476
17	Pembiayaan Harian	0	1.614.888	13.642.283
TOTAL PEMBIAYAAN DAN		192.591.889	333.642.020	484.464.443

Tabel 1.2

¹¹ Dokumen Arsipan, *Koperasi Baitul Maal Wal Tamwil Mitra Khazanah Palembang*

Untuk memperluas atau mengenalkan lembaga keuangan mikro kepada masyarakat banyak pihak BMT berencana untuk memasuki ranah kampus, dan yang sedang di jalani saat ini yaitu tetap membantu masyarakat dalam keuangan terutama memberikan reward berupa sembako dan juga peralatan rumah tangga dan untuk mengajak masyarakat untuk lebih peduli kepada keuangan mereka.¹²

Dengan strategi dan kualitas pelayanan yang baik dan juga adanya reward dari lembaga keuangan tersebut maka masyarakat akan percaya bahwa menabung atau pun melakukan pembiayaan di BMT Mitra Khazanah akan membantu ekonomi mereka karena pihak BMT akan memberikan kepercayaan dengan melakukan dana pencairan tepat waktu dan juga pihak BMT akan memberikan keringanan dan kemudahan kepada para anggotanya.

Dan untuk menjadi anggota di BMT Mitra Khazanah Palembang maka calon nasabah harus melakukan beberapa prosedur yang telah di syaratkan agar dapat tergabung menjadi anggota, karena tidak semua bisa menjadi anggota produk pembiayaan tetapi kalau yang ingin menabung bisa siapa saja tanpa harus menjadi anggota. Berikut prosedur Prosedur Permohonan produk Pembiayaan.

- 1) Mengisi aplikasi permohonan pembiayaan
- 2) Melengkapi persyaratan, diantaranya
- 3) Foto copy KTP pemohon, suami+istri+KK
- 4) Rekening PDAM dan kistrik bulan terakhir

¹² Erzha, *wawancara*, 18 Juni 2021, di Baitul Mal Wal Tamwil Mitra Khazanah Palembang.

- 5) Foto copy bukti jaminan (sertifikat/pethok/bpkb dilengkapi foto copy STNK
- 6) Bersedia di survey baik rumah maupun usahanya
- 7) Kepada nasabah yang permohonan pembiayaan disetujui BMT Mitra Khazanah, maka wajib menjadi anggota dan dikenakan biaya administrasi dan materai¹³

2. Manajemen Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Anggota

Menurut philip kotler/amstrong menyatakan bahwa manajemen pemasaran meliputi.

- a. Analisis adalah memahami seluruh informasi yang terdapat pada suatu kasus, menganalisis situasi untuk mengetahui isu apa yang sedang terjadi dan memutuskan tindakan apa yang harus segera dilakukan untuk memecahkan masalah.¹⁴

Sistem analisis yang dilakukan adalah dengan melihat data admin dari situ kita bisa melihat apa saja yang terjadi di BMT seperti yang terjadi saat ini bahwa jumlah anggota yang menabung ataupun pembiayaan terus meningkat akan tetapi untuk keuntungan pembiayaannya menurun dikarenakan hal tertentu, melakukan analisis sendiri dan tidak memakai sistem apapun dan mencari solusi atas apa yang telah terjadi.¹⁵

Berdasarkan penjelasan diatas maka dalam melakukan strategi pemasaran BMT selama ini yaitu dengan melihat dari data admin sehingga proses penganalisisan nya dapat terkontrol dengan baik

¹³ Dokumen Arsipan, *Koperasi Baitul Maal Wal Tamwil Mitra Khazanah Palembang*, 20 Januari 2021.

¹⁴ Freddy Rangkuti, *Analisis Swot Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2006), Hlm. 14.

¹⁵ Erzha, *wawancara*, 18 Juni 2021, di Baitul Mal Wal Tamwil Mitra Khazanah Palembang.

mengenai isu yang sedang terjadi di kalangan masyarakat dan anggota BMT dalam produk pembiayaan yang sedikit terhambat sehingga mengganggu proses manajemen pemasaran. Pihak BMT melakukan tindakan untuk memecahkan permasalahan yang tengah terjadi tersebut.

- b. Perencanaan adalah suatu proses yang berkesinambungan yang mencakup keputusan-keputusan atau pilihan-pilihan berbagai alternatif penggunaan sumber daya untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu pada masa yang akan datang.¹⁶

Perencanaan strategi manajemen pemasaran yang dilakukan masih belum sesuai karena masih banyak masyarakat yang belum mengerti tentang produk-produk yang ada di BMT, maka dari itu pihak BMT terus melakukan perencanaan strategi manajemen pemasarannya dengan mengenalkan produk-produknya secara langsung kepada masyarakat sekitar dan juga menyebarkan brosur yang mudah di pahami oleh masyarakat.

Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat dilihat bahwa perencanaan BMT yang telah dibuat selama ini belum sesuai dengan pengaplikasiannya dikarenakan kurangnya SDM. Perencanaan yang dilakukan pihak BMT untuk mengatasi masalah tersebut yaitu dengan merekrut pekerja untuk melakukan strategi manajemen pemasaran dan

¹⁶ Aniesa Samira Bafadhal, *Percanaan Bisnis Pariwisataen*, (Malang: UB Press, 2018), Hlm. 66

mengenalkan produk-produk BMT. Dan juga mengatasi masalah anggota yang sulit dalam pembayaran dengan memberikan surat peringatan somasi 1 dan somasi 2. Pihak BMT selalu membuat perubahan perencanaan disetiap permasalahan yang ada pada BMT.

- c. Pelaksanaan atau tindakan adalah fungsi manajemen untuk menggerakkan orang-orang agar bekerja sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan.¹⁷

Pelaksanaan yang dilakukan oleh pihak BMT yaitu dengan lebih aktif disosial media dan perubahan yang terjadi setelah melakukan pelaksanaan yaitu semakin meningkatnya jumlah anggota baik yang menabung ataupun pembiayaan. Dalam melakukan pelaksanaan strategi manajemen pemasaran pihak BMT menganalisis data adminnya, dari situ kita bisa melihat apa saja yang terjadi di BMT. Tujuan kedepannya ingin masuk ke ranah kampus dan bergabung dengan fakultas FEBI karena mahasiswa itu kuat dalam hal promosi dan memiliki banyak pergaulan yang lebih luas. Dalam pelaksanaannya saat ini juga ada anak-anak dari desain grafis yang membantu dalam pembuatan poster dan lain-lain untuk membantu dalam promosi BMT Mitra Khazanah.¹⁸

Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat dilihat bahwa pelaksanaan strategi manajemen pemasaran di BMT sudah cukup baik dilihat dari anggota yang terus meningkat setiap tahunnya, dapat dilihat dengan perubahan yang terjadi dari tahun ke tahun jumlah anggota yang terus bertambah baik dari pembiayaan maupun yang menabung. Karena pihak BMT terus mengembangkan strategi

¹⁷ Alam S, *Ekonomi*, (Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama, 2007), Hlm. 140.

¹⁸ Erzha, *wawancara*, 18 Juni 2021, di Baitul Mal Wal Tamwil Mitra Khazanah Palembang.

manajemen pemasaran dengan cara promosi secara langsung, melalui brosur dan juga social media.

- d. Pengendalian atau pengawasan yaitu suatu proses dan rangkaian untuk mengusahakan agar suatu pekerjaan dapat dilaksanakan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan dan tahapan yang harus dilalui.¹⁹

Pengawasan yang dilakukan dalam strategi manajemen yaitu dengan terus memantau dari sosmed, terjun langsung ke lapangan mencari tau apa-apa saja yang dibutuhkan dalam strategi tersebut biar bisa semenarik mungkin, lalu melihat apa saja yang kurang ataupun dibutuhkan oleh masyarakat banyak.²⁰

Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat dilihat bahwa pengawasan yang dilakukan oleh pihak BMT untuk mengawasi strategi manajemen pemasaran itu sudah cukup baik karena dengan melakukan pengawasan melalui sosial media untuk mengendalikan atau mengawasi para anggota dan masyarakat dan mencari tau apa saja yang dibutuhkan dan mengenalkan produk-produk yang ada di BMT agar bisa menarik minat konsumen dalam bergabung menjadi anggota.

Anggota BMT Mitra Khazanah yang tergabung saat ini hampir 500 anggota dan itu sebenarnya lebih banyak lagi karena syaratnya koperasi itu mereka jadi anggota baru kami melakukan penyaluran pembiayaan tapi kalau kami mereka pengajuan saja dulu kalau memang dari kami sesuai dengan keinginan dan faliditas di sini baru jadi anggota karena tidak semuanya bisa menjadi anggota. Karena kalau jadi anggota kan dia menawarkan pembiayaan tetapi kalau siapapun boleh menabung di BMT Mitra Khazanah.²¹

¹⁹ Siswanto, *Pengantar Manajemen*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2016), Hlm. 3-4.

²⁰ Erzha, *wawancara*, 18 Juni 2021, di Baitul Mal Wal Tamwil Mitra Khazanah Palembang.

²¹ Ratna, *wawancara*, 20 Januari 2021, di Baitul Mal Wal Tamwil Mitra Khazanah Palembang.

Seiring dengan terus meningkatnya jumlah anggota BMT Mitra Khazanah Palembang ini ada juga salah satu faktor Penghambat Strategi Manajemen Pemasaran

BMT Mitra Khazanah pada saat ini jumlahnya terus meningkat dilihat dari tabel 1.1. bahwa jumlah anggota yang bergabung terus mengalami peningkatan, akan tetapi ada satu faktor yang membuat terhambatnya suatu pemasaran di BMT Mitra Khazanah ini yaitu terjadi pada nasabah pembiayaannya. Berikut menurut pihak BMT tentang faktor yang menghambat strategi manajemen pemasaran BMT Mitra Khazanah Palembang.

Jumlah anggota nya alhamdulillah terus meningkat baik nasabah pembiayaan maupun yang menabung tetapi yang menurun itu lebih ke labanya dikarenakan minimnya mental masyarakat nasabah pembiayaan yang agak susah dalam pembayaran oleh karena itu dana dari BMT tidak mencukupi dan berakibat pada anggota yang baru bergabung dalam produk pembiayaan.²²

Dari permasalahan tersebut maka hambatan yang terjadi di BMT yaitu terjadi pada masalah nasabah pembiayaan yang susah dalam pembayaran sehingga mengakibatkan terhambatnya strategi manajemen pemasaran dalam meningkatkan jumlah anggota karena laba yang menurun mengakibatkan nasabah yang baru ingin bergabung dalam produk pembiayaan mengalami hambatan karena kurangnya dana yang akan di salurkan ke anggota yang baru

²² Erzha, *wawancara*, 18 Juni 2021, di Baitul Mal Wal Tamwil Mitra Khazanah Palembang.

bergabung. Berikut penjelasan pihak BMT tentang kendala yang terjadi pada produk pembiayaan.

Untuk mengatasi masalah yang ada tersebut maka kami selaku pihak BMT melakukan strategi agar hambatan tersebut tidak mengganggu nasabah lain yang baru ingin bergabung. Untuk mengatasi masalah yang ada maka pihak BMT terus melakukan konfirmasi kepada pihak yang bersangkutan mengenai masalah pembiayaan yang terhambat tersebut dan kalau memang masih susah maka pihak BMT memberikan surat peringatan somasi 1 dan somasi 2 kepada mereka yang susah dalam pembayaran.²³

Dari penjelasan tersebut bahwa pihak BMT akan terus mencoba melakukan yang terbaik untuk mengatasi permasalahan yang ada saat ini dengan terus mengontrol anggotanya yang susah dalam pembayaran. Jika masalah tersebut tetap berlanjut maka akan berpengaruh pada koperasi tersebut karena dana yang keluar lebih banyak sedangkan pembayarannya tidak tepat pada waktunya. Supaya tidak mengganggu nasabah lain yang ingin bergabung maupun yang sudah bergabung maka para anggota produk pembiayaan harus disiplin waktu dalam melakukan pembayarannya.

3. Tanggapan Seorang Anggota Baitul Mal Waal Tamwil Mitra Khazanah Kota Palembang

Baitul Maal Wat Tamwil Mitra Khazanah Palembang adalah salah satu lembaga keuangan syariah yang ada di kota Palembang. Lembaga keuangan mikro yang bergerak dibidang keuangan yang membantu meningkatkan program pemberdayaan ekonomi, khususnya dikalangan

²³ Erzha, *wawancara*, 18 Juni 2021, di Baitul Mal Wal Tamwil Mitra Khazanah Palembang.

usaha mikro, kecil, menengah, dan menggunakan sistem syariah. Untuk terus eksis BMT Mitra Khazanah selalu melakukan yang terbaik untuk anggota yang sudah bergabung di BMT maupun yang akan bergabung ke BMT. Maka dari itu pihak BMT terus melakukan pelayanan terbaik bagi anggotanya. Seperti yang di katakan ibu Sri salah satu anggota produk penyaluran dana (pembiayaan) BMT Mitra Khazanah Palembang

Saya sudah bergabung menjadi anggota BMT Mitra Khazanah selama 1,5 tahun, selama saya menjadi anggota semuanya lancar-lancar saja tidak ada kendala apapun dan pelayanannya juga baik, orang-orang di BMT juga ramah-ramah.²⁴

Sama halnya dengan apa yang dikatakan oleh ibu Rusmala salah satu anggota produk penghimpunan dana (menabung) BMT Mitra Khazanah.

Saya sudah bergabung dengan BMT Mitra Khazanah selama kurang lebih 3,5 tahun, selama saya menabung alhamdulillah tidak ada hambatan apapun atau semacamnya pelayanan yang dilakukan juga sudah cukup baik.²⁵

BMT Mitra Khazanah selalu memberikan kualitas pelayanan yang baik untuk para anggota, oleh karena itu para anggota senang bisa bergabung dengan BMT Mitra Khazanah dengan begitu para anggota akan terus merasa nyaman dalam melakukan pembiayaan maupun menabung di BMT. Maka dari itu mereka akan mengajak dan menyarankan keluarga atau kerabat mereka untuk bergabung di BMT Mitra Khazanah. Sehingga mereka akan memilih untuk bergabung dengan BMT Mitra Khazanah. Kepuasan pelanggan dapat tercapai

²⁴ Sri, Anggota *Baitul Mal Waal Tamwil* Mitra Khazanah Kota Palembang, wawancara, Pasar, Senin, Tanggal 21 Juni 2021.

²⁵ Rusmala, Anggota *Baitul Mal Waal Tamwil* Mitra Khazanah Kota Palembang, wawancara, Pasar, Senin, Tanggal 21 Juni 2021.

dengan adanya kegiatan pemasaran baik dan pelayanan yang baik terhadap nasabah, karena tujuan pemasaran adalah memenuhi dan memuaskan kebutuhan konsumen.

Selain dari karyawannya ramah-ramah alasan saya bergabung menjadi anggota BMT Mitra Khazanah yaitu karena dekat dengan lokasi tempat usaha dan mudah dijangkau jika ada hal-hal yang dibutuhkan.²⁶

Sama halnya dengan pendapat ibu Rusmala mengenai alasannya memilih BMT Mitra Khazanah Palembang :

Alasan saya menabung di BMT Mitra Khazanah karena lokasinya dekat dengan tempat tinggal saya dan juga saya senang karena mereka semua ramah-ramah dan sopan dalam melayani kami sebagai anggota BMT Mitra Khazanah.²⁷

BMT Mitra Khazanah yang terletak di Jl. Ariodila tepat disamping pasar membuat para anggota yang melakukan pembiayaan maupun yang menabung menjadikan BMT tempat yang tepat untuk melakukan pembiayaan maupun menabung karena lokasinya yang mudah di temui dan dijangkau oleh masyarakat sekitar. Dengan memanfaatkan lokasi kantor yang dekat dengan pasar serta peluang untuk bertemu lebih banyak orang setiap harinya, tentu menjadi salah satu strategi pemasaran yang paling baik untuk melakukan strategi pemasaran secara langsung ke masyarakat agar mudah dimengerti oleh masyarakat tentang apa saja keunggulan produk yang ada di BMT Mitra Khazanah.

²⁶ Sri, Anggota *Baitul Mal Waal Tamwil* Mitra Khazanah Kota Palembang, wawancara, Pasar, Senin, Tanggal 21 Juni 2021.

²⁷ Rusmala, Anggota *Baitul Mal Waal Tamwil* Mitra Khazanah Kota Palembang, wawancara, Pasar, Senin, Tanggal 21 Juni 2021.

Berikut komentar dari ibu Sri salah satu anggota produk pembiayaan di BMT Mitra Khazanah Palembang.

Selama saya melakukan pembiayaan di BMT Mitra Khazanah ini saya dan keluarga merasa cukup terbantu ekonomi dan usaha saya. Strategi manajemen pemasarannya selama ini yaitu dengan terjun langsung ke lapangan dan ada juga via sosial media.²⁸

Dan juga komentar ibu Rusmala salah satu anggota yang menabung di BMT Mitra Khazanah Palembang.

Selama saya menabung disana alhamdulillahnya cukup membantu ekonomi keluarga dan keuangan keluarga saya jadi teratur dan saya sangat senang. Strategi manajemen pemasarannya selama ini sudah cukup baik karena mereka terjun langsung ke lapangan dan mengenalkan produk-produk yang ada di BMT begitu sudah cocok maka kami pakai produknya.²⁹

BMT Mitra Khazanah selama ini telah melakukan strategi manajemen pemasaran dengan baik yaitu terjun langsung ke lapangan dan menjelaskan secara detail produk-produk yang ada di BMT, dengan begitu masyarakat yang belum mengerti menjadi lebih paham tentang mengelola keuangan secara syariah, karena masih ada masyarakat yang belum mengerti tentang sistem yang ada di BMT. dan mereka lebih memilih meminjam uang ke rentenir karena menurut mereka meminjam uang di rentenir itu adalah cara paling mudah. Karena itu pihak BMT lebih ke terjun langsung untuk menjelaskan bagaimana cara bergabung

²⁸ Sri, Anggota *Baitul Mal Waal Tamwil* Mitra Khazanah Kota Palembang, wawancara, Pasar, Senin, Tanggal 21 Juni 2021.

²⁹ Rusmala, Anggota *Baitul Mal Waal Tamwil* Mitra Khazanah Kota Palembang, wawancara, Pasar, Senin, Tanggal 21 Juni 2021.

menjadi anggota BMT Mitra Khazanah dan menjelaskan apa-apa saja yang terdapat di BMT.

Selain kualitas pelayanan yang baik pihak BMT juga memberikan reward yang cukup memenuhi harapan kita sebagai anggota, kami merasakan kenyamanan saat menabung maupun pembiayaan. Keunggulannya kalo kita menabung untuk lebaran idul fitri selain uang kita masih utuh tidak dipotong oleh mereka kami juga dapat bonus berupa beras minyak dan lain-lain (sembako)itulah salah satu keunggulan mereka.³⁰

Menurut ibu Rusmala sebagai anggota Koperasi *Baitul Mal Waal Tamwil* Mitra Khazanah Kota Palembang mengatakan sebagai berikut:

Reward yang diberikan juga sudah cukup memenuhi harapan karena adanya tabungan arisan, paket hadiah. Karena pelayanan yang diberikan cukup baik, saya juga mengajak anak dan keponakan saya untuk menabung di BMT Mitra Khazanah.³¹

BMT Mitra Khazanah sudah berdiri selama kurang lebih 5 tahun lamanya, dan setiap tahun jumlah anggotanya selalu meningkat. Dari awal BMT berdiri dan mulai mengembangkan produknya pihak BMT selalu memberikan kualitas pelayanan terbaik untuk para anggota yang sudah bergabung maupun yang akan ikut bergabung, oleh karena itu semua anggota selalu merasa puas dan senang dalam melakukan penyaluran dana ataupun penghimpunan dana. Karena sangat diperlukan dalam suatu usaha agar selalu berkelakuan baik untuk menarik minat para konsumen supaya bergabung dalam lembaga yang sedang kita promosikan.

³⁰ Sri, Anggota *Baitul Mal Waal Tamwil* Mitra Khazanah Kota Palembang, wawancara, Pasar, Senin, Tanggal 21 Juni 2021.

³¹ Rusmala, Anggota *Baitul Mal Waal Tamwil* Mitra Khazanah Kota Palembang, wawancara, Pasar, Senin, Tanggal 21 Juni 2021.

Pelayanan yang optimal tentu akan memberikan kepuasan terhadap anggota, sehingga dengan hal ini tentu secara otomatis akan meningkatkan citra BMT baik dimata anggota ataupun juga calon anggota. Peningkatan citra ini tentu akan berdampak pada bertambahnya jumlah calon anggota yang semakin tertarik untuk mendapatkan pelayanan dari BMT Mitra Khazanah Palembang.

Dari beberapa pendapat di atas seorang anggota memiliki harapan kepada Koperasi *Baitul Mal Waal Tamwil* Mitra Khazanah Kota Palembang. Sebagaimana dikatakan oleh ibu Sri sebagai berikut:

Menurut saya selaku anggota pembiayaan mungkin ada sedikit kekurangan yaitu kalau seandainya ada nasabah yang mau melakukan pembiayaan itu jangan di hambat soalnya dari pada dikit enak ke mereka kita bisa nabung disitu minjam disitu, meskipun pembiayaannya agak lambat, saran saya untuk BMT itu pembiayaannya jangan terlalu lambat dan ditingkatkan lagi. Dan semoga BMT Mitra Khazanah terus maju dan berkembang sehingga dapat membantu masyarakat banyak.³²

BMT Mitra Khazanah Kota Palembang semoga kedepannya lebih maju dan berkembang, semoga semakin banyak anggota yang menabung dan melakukan pembiayaan di BMT dan menjadi BMT yang amanah yang bisa menjaga citra BMT dan semoga semua program-program yang sudah berjalan dengan baik dapat dipertahankan dan lebih maju baik dari segi pelayanan dan pencairan dana karena para anggota sudah banyak merasa nyaman dan percaya untuk menabung di BMT.

³² Sri, Anggota *Baitul Mal Waal Tamwil* Mitra Khazanah Kota Palembang, wawancara, Pasar, Senin, Tanggal 21 Juni 2021.