

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK SIMPANAN ANGGOTA
(SIAGA) UNTUK MENINGKATKAN PRODUKTIVITAS DI
BMT NU JAWA TIMUR CABANG JENGGAWAH JEMBER**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
Untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Perbankan Syariah



Oleh :

Safira Ayu Amelia
NIM : E20191092

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SHIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JUNI 2023**

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK SIMPANAN ANGGOTA
(SIAGA) UNTUK MENINGKATKAN PRODUKTIVITAS DI
BMT NU JAWA TIMUR CABANG JENGGAWAH JEMBER**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
Untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Perbankan Syariah

Oleh:

Safira Ayu Amelia
NIM: E20191092

Disetujui Pembimbing:


Dr. Abdul Rokhim, S.Ag, M.E.I
NIP. 19820922 200901 2 005

ACC
7/6/2023

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

**STRATEGI PEMASARAN PADA PRODUK SIMPANAN
ANGGOTA (SIAGA) UNTUK MENINGKATKAN
PRODUKTIFITAS DI BMT NU JAWA TIMUR
CABANG JENGGAWAH JEMBER**

SKRIPSI


telah diuji dan diterima
untuk memenuhi salah satu
persyaratan memperoleh gelar S.E
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam


Hari : Selasa
Tanggal : 27 Juni 2023

Tim Penguji

Ketua

Sekretaris


Toton Fanshurna, M.E.I.
NIP. 198112242011011008


Dr. Ahmad Fauzi, S.Pd., M.E.I
NUP. 201603137

Anggota :

1. Dr. Khamdan Rifa'i, S.E., M.Si

2. Dr. Abdul Rokhim, S.Ag., M.E.I

Menyetujui,

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

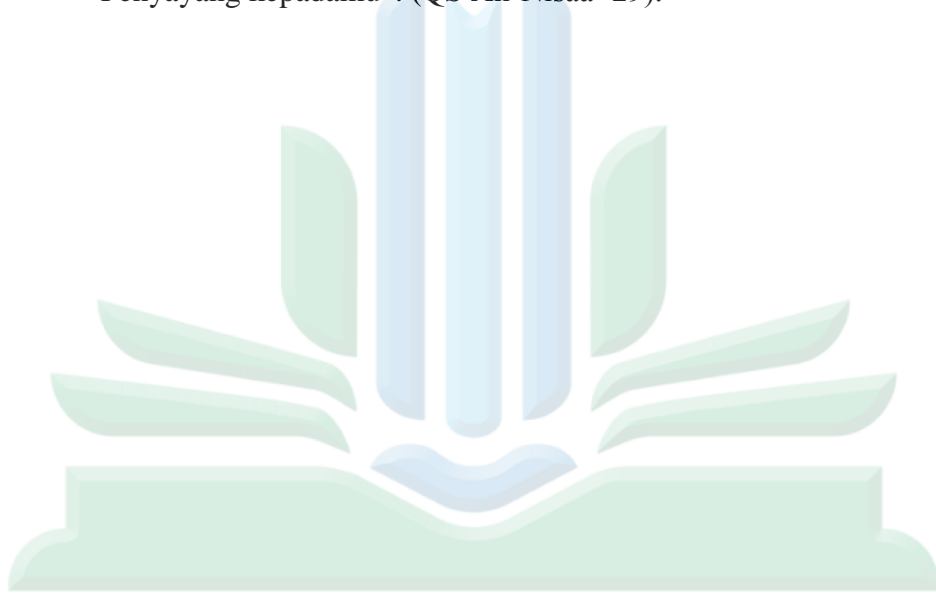


Dr. Khamdan Rifa'i, S.E., M.Si
NIP. 19680807200031001

MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ
مِنْكُمْ ۗ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu[287]; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”. (QS An-Nisaa’ 29).¹



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

¹ Qur'an Surah An-Nisaa' 29

PERSEMBAHAN

Karya tulis ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua saya ayahanda Ahmad Sodik dan ibu saya Sumik Ardina atas semua pengorbanan dan kasih sayangnya.
2. Adik saya Nabila Ayu Nafisa yang telah memberikan dukungan dan doa.
3. Keluarga besar tercinta yang memberikan motivasi.
4. Untuk Indana Zulva, Nabilatuz Zahro, Fathor Rohim yang telah menjadi sahabat seperjuangan.
5. Teman-teman PS 2 angkatan 2019 Perbankan Syariah yang telah menjadi teman seperjuangan dan saling berbagi ilmu selama perkuliahan di UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

KATA PENGANTAR

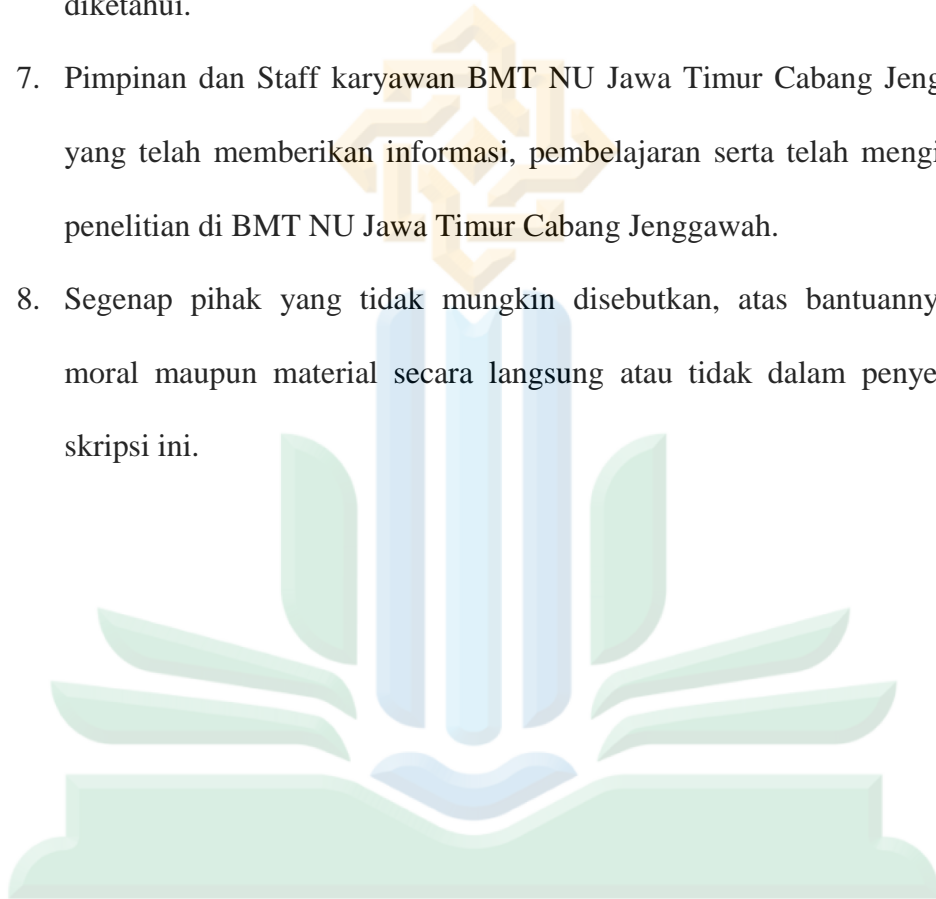
بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah wasyukurillah wa ala nikmatillah penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan anugerah Kesehatan, kenikmatan, Rahmat serta hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini disusun dan diajukan untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan studi strata satu (S1) Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

Penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini, khususnya dalam memberikan ide-ide serta diskusi untuk mewarnai uraian dalam skripsi ini. Oleh karena itu izinkan penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H Babun Suharto, S.E., M.M selaku Rektor Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
2. Bapak Dr. Khamdan Rifa'i, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
3. Ibu Dr. Nikmatul Masruroh, S.H.I, M.E.I selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
4. Ibu Dr. Nurul Setianingrum, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
5. Bapak Dr. Abdul Rokhim, S.Ag, M.E.I selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA) dan sekaligus Dosen Pembimbing Skripsi.

6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, khususnya yang telah memberikan ilmunya sehingga penulis mengetahui yang sebelumnya tidak diketahui.
7. Pimpinan dan Staff karyawan BMT NU Jawa Timur Cabang Jenggawah yang telah memberikan informasi, pembelajaran serta telah mengizinkan penelitian di BMT NU Jawa Timur Cabang Jenggawah.
8. Segenap pihak yang tidak mungkin disebutkan, atas bantuannya baik moral maupun material secara langsung atau tidak dalam penyelesaian skripsi ini.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

ABSTRAK

Safira Ayu Amelia, Dr. Abdul Rokhim, S.Ag., M.E.I., 2023: *Strategi Pemasaran Pada Produk Simpanan Anggota (SIAGA) Untuk Meningkatkan Produktivitas Di BMT NU Jawa Timur Cabang Jenggawah.*

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Meningkatkan Produktivitas.

Salah satu produk simpanan di BMT NU Jawa Timur adalah simpanan anggota (SIAGA) begitu juga BMT NU Jawa Timur Cabang Jenggawah, Simpanan Anggota juga merupakan salah satu produk simpanan. Dalam meningkatkan stabilitas keuangan di BMT NU Cabang Jenggawah perlu meningkatkan daya tarik anggota terhadap Simpanan Anggota(SIAGA). Oleh karena itu penelitian ini ditujukan untuk mengetahui strategi pemasaran pada produk simpanan anggota (SIAGA) yang diterapkan di BMT NU Jawa Timur Cabang Jenggawah serta cara meningkatkan produktifitas pada produk simpanan anggota (SIAGA) di BMT NU Jawa Timur Cabang Jenggawah.

Fokus penelitian pada skripsi ini yaitu: 1) Bagaimana meningkatkan produktivitas di BMT NU Jawa Timur Cabang Jenggawah? 2) Bagaimana strategi pemasaran pada produk simpanan anggota (SIAGA) di BMT NU Jawa Timur Cabang Jenggawah?

Tujuan penelitian ini untuk 1) Mengetahui meningkatkan produktivitas di BMT NU Jawa Timur Cabang Jenggawah. 2) Mengetahui strategi pemasaran pada produk simpanan anggota (SIAGA) di BMT NU Jawa Timur Cabang Jenggawah.

Untuk mengidentifikasi masalah tersebut, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Teknik penentuan subyek penelitian menggunakan teknik *purposive*. Teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara dan dokumentasi. Uji keabsahan data menggunakan triangulasi sumber.

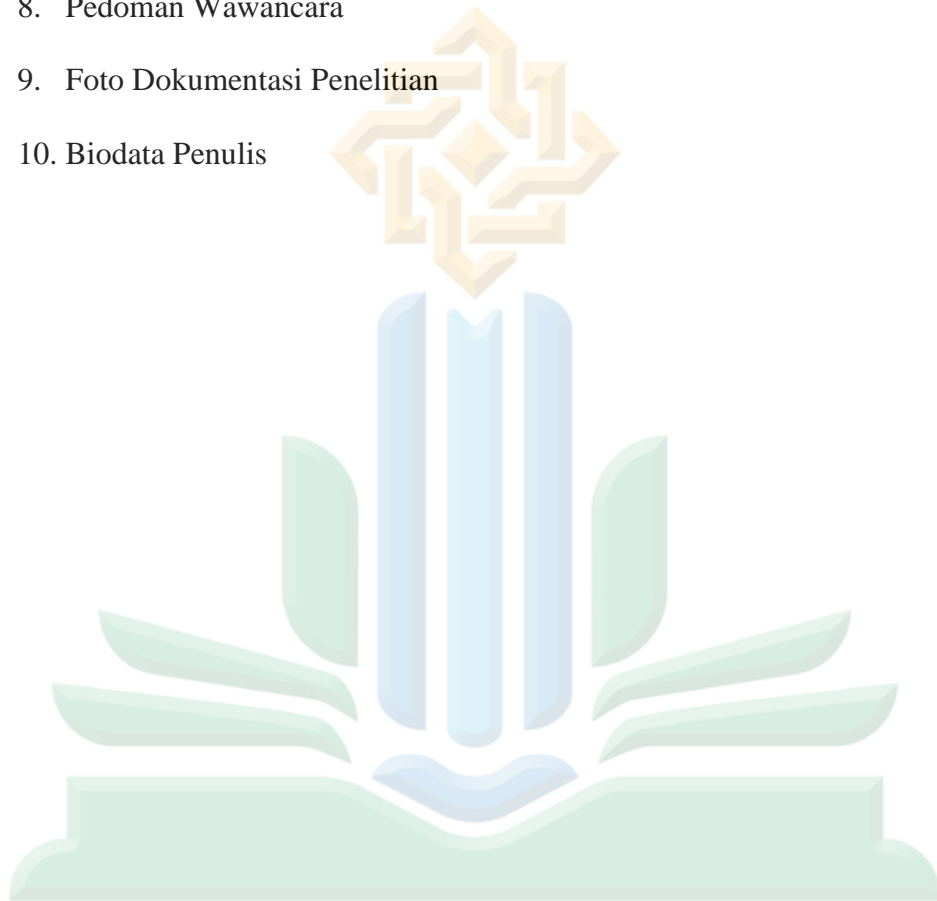
Adapun hasil penelitian ini adalah meningkatkan produktifitas pada produk simpanan anggota(SIAGA) dalam strategi pemasarannya. Yang mana memasarkan kepada anggota dan memberikan pengertian bahwa simpanan anggota ini lebih menguntungkan karena bagi hasilnya lebih besar dari simpanan *Mudharabah* (TABAH). Tetapi pengambilannya hanya bisa satu tahun sekali dibandingkan dengan simpanan *Mudharabah* (TABAH) yang lebih di minati oleh anggota karena pengambilannya bisa kapan saja.

DAFTAR ISI

	Halaman
JUDUL PENELITIAN.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
MOTTO.....	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Fokus Penelitian.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Definisi Istilah.....	6
F. Sistematika Pembahasan.....	7
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN.....	9
A. Penelitian Terdahulu.....	9
B. Kajian Teori.....	21
1. Strategi Pemasaran.....	21

2. Meningkatkan Produktifitas.....	25
BAB III METODE PENELITIAN.....	30
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	30
B. Lokasi Penelitian.....	31
C. Subyek Penelitian.....	32
D. Teknik Pengumpulan Data.....	33
E. Analisis Data	34
F. Keabsahan Data.....	35
G. Tahap-tahap Penelitian.....	36
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	38
A. Gambaran Objek Penelitian	38
B. Penyajian Data dan Analisis.....	65
C. Pembahasan Temuan.....	73
BAB V PENUTUP.....	74
A. Kesimpulan	74
B. Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
1. Matrik Penelitian	
2. Pernyataan Keaslian Tulisan	
3. Jurnal Penelitian	
4. Surat Izin Penelitian	
5. Surat Selesai Penelitian	

6. Surat Selesai Bimbingan
7. Surat Keterangan Lulus Plagiasi
8. Pedoman Wawancara
9. Foto Dokumentasi Penelitian
10. Biodata Penulis



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR TABEL

1.1 Jumlah Cabang BMT NU Jawa Timur di Kabupaten Jember

2.1 Penelitian Terdahulu



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR GAMBAR

4.1 Struktur Organisasi BMT NU Jawa Timur Cabang Jenggawah

4.2 Dokumentasi Pendaftaran Mitra Sebagai Anggota BMT NU Jawa Timur
Cabang Jenggawah



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Masyarakat memiliki kebutuhan biaya untuk menjadi modal dalam peminjaman baik kepada rentenir ataupun lainnya. Akan tetapi untuk dikembalikannya memerlukan bunga sampai 50%, ini menyebabkan aktivitas perekonomian masyarakat semakin rumit dan pinjaman saat ini banyak menjadikan seseorang terpuruk dikarenakan bunga yang besar dengan laba masyarakat yang didapatkan tidak sebegitu banyak maka dari itu Masyudi merupakan pemimpin BMTNU Jawa Timur memberikan penawaran dalam pendirian usaha keuangan yang digerakkan pada simpan pinjam untuk masyarakatnya dan BMT NU mempunyai banyak kegiatan produk keuangan serta biaya yakni salah satunya simpanan anggota.²

Pada pengamatan yang dilakukan ini peneliti memberikan lampiran terkait dengan BMT yang ada di daerah Jember yakni:

Tabel 1.1
Daftar BMT NU Jawa Timur di Kabupaten Jember

No.	Nama BMT NU	Alamat
1.	BMT NU Jawa Timur Cabang Sumpersari	Jl. MT. Haryono No. 143 Desa Wirolegi Kec. Sumpersari.
2.	BMT NU Jawa Timur Cabang Kalisat	Jl. Imam Bonjol Desa Glagahwero Kec. Kalisat.
3.	BMT NU Jawa Timur Cabang Mayang	Jl. Raya Banyuwangi (sebelah timur pasar mayang) Desa Tegal Rejo Kec. Mayang.
4.	BMT NU Jawa Timur Cabang Balung	Jl. Puger No. 46 (selatan pasar balung) Desa Balung Lor Kec.

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

² Masyudi, Artikel BMT NU Jawa Timur, di akses 8 April 2023 melalui <https://bmtnujatim.com>.

		Balung.
5.	BMT NU Jawa Timur Cabang Tanggul	Jl. Kamboja No. 2 (sebelah barat pasar tanggul) Desa Tanggul Kulon Kec. Tanggul.
6.	BMT NU Jawa Timur Cabang Jenggawah	Depan Kantor Kecamatan Jenggawah Desa Wonojati Kec. Jenggawah.
7.	BMT NU Jawa Timur Cabang Wuluhan	Utara Masjid Jamik Baitul Muttaqin Wuluhan Desa Dukuhdempok Kec. Wuluhan.
8.	BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberbaru	Sebelah Barat Pasar Hewan Desa Krajan Lor Kec. Sumberbaru.
9.	BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung	Utara Kantor Kecamatan Ajung Desa Klompangan Kec. Ajung.
10.	BMT NU Jawa Timur Cabang Silo	Sebelah Barat Pasar Sempolan Dusun Krajan Desa Sempolan Kec. Silo.

Sumber: Profil BMT NU Jawa Timur

Berdasarkan dokumentasi tersebut dapat dikatakan ada 10 cabang BMT di daerah Jember di mana mempunyai strategi pemasaran serta metode yang sama tetapi peneliti lebih memfokuskan pada BMT NU cabang Jenggawah dikarenakan studi peneliti menjalani PPL di lokasi tersebut.

Salah satu produk penyimpanan di BMT yakni simpanan anggota ini merupakan produk dengan penyediaan untuk masyarakat yang memiliki minat untuk menjadi anggotanya sekaligus menjadi pemilik BMT NU dengan laba 70% menggunakan akad musyarakah. Penyimpanan anggota ini melakukan pembayaran sekali dengan sejumlah Rp. 100.000 dan perbulan Rp. 20.000 serta siaga khusus melakukan pembayaran kapan saja melalui nominal Rp. 100.000sesuai dengan ketentuan berlaku.³

Produk penyimpanan yang ikut di BMT NU memerlukan promosi yang lebih baik, ini dikarenakan kekurangan mitra produ penyimpanan anggota. Maka dari itu perlu strategi promosi yang memberikan ketertarikan untuk peningkatan mitranya. Peneliti memakai lokasi pengamatan ini dikarenakan Jenggawah ini merupakan BMT yang didirikan karena merupakan tolak ukur dari pertumbuhan BMT di Jember dikarenakan belum ada BMT yang baru. BMT ini adalah BMT NU yang dibangun dengan uji coba cabang baru di cabang Jenggawah dengan perolehan laba surplus dan mengalami peningkatan. BMT NU ini adalah pembangunan uji coba cabang baru yang memperoleh laba untuk artian surplus dan mengalami peningkatan maka akan dibuka beberapa cabang yang lain. Pada bulan ke-9 BMT NU Jawa Timur Cabang Jenggawah mengalami surplus, sehingga dibuka beberapa cabang lainnya yang salah satunya BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung. Secara geografisnya BMT ini. Berdekatan dengan tempat yang ramai, misal seperti pasar, sekolah, lapangan, kecamatan dan rumah warga

Dalam meningkatkan produktivitas di BMT cabang jenggawa adalah satu hal yang memberikan pengaruh adalah meningkatkan mitra pada produk simpanan anggota, BMT NU Jawa Timur Cabang Jenggawah melakukan alat promosi dengan menggunakan promosi melalui media sosial, antar saudara dan tetangga. Dari uraian tersebut memfokuskan pada peran strategi pemasaran pada produk SIAGA untuk meningkatkan produktivitas di BMT NU Jawa Timur Cabang Jenggawah, Maka dari itu menjadi alasan penulis

Produk SIAGA Untuk Meningkatkan Produktivitas Di BMT NU Jawa Timur Cabang Jenggawah”

B. Fokus Penelitian

Fokus pengamatan ini yakni sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran pada produk Simpanan Anggota (SIAGA) di BMT NU Jawa Timur Cabang Jenggawah?
2. Bagaimana meningkatkan produktifitas di BMT NU Jawa Timur Cabang Jenggawah?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan pengamatan yakni suatu hal yang memberikan gambar terkait dengan sasaran dalam pelaksanaan pengamatan adapun tujuan dalam pengamatan ini yakni⁴:

1. Mengetahui strategi pemasaran pada produk simpanan anggota (SIAGA) di BMT NU Jawa Timur Cabang Jenggawah
2. Mengetahui meningkatkan produktivitas di BMT NU Jawa Timur Cabang Jenggawah.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

⁴ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember: IAIN Jember Press, 2019), 39.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Pengamatan ini menjadi sebuah rujukan untuk memperoleh pengetahuan pembaca terkait dengan strategi pemasaran pada produk simpanan anggota dalam peningkatan produktivitas di BMT NU cabang Jenggawah. Untuk peneliti selanjutnya bisa menjadi rujukan terkait dengan tema pengamatan yang sesuai dengan yang diangkatnya. Maka dari itu peneliti menemukan sebuah pengetahuan untuk memberikan kelengkapan dengan kelanjutannya.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Mendapatkan pengetahuan terkait dengan metode dalam memberikan promosi pada simpanan anggota untuk peningkatan produktivitas. Hal ini juga dapat dijadikan suatu agungan untuk meraih dan menjadi tolak ukur atas pengetahuan yang didapatkan pada pemerolehan pengetahuan di bangku perkuliahan.

b. Bagi UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam program studi Perbankan Syariah, penelitian ini dapat digunakan sebagai rujukan untuk peneliti selanjutnya terkait dengan strategi promosi untuk produk simpanan anggota dalam peningkatan produktivitas di BMT NU di mana ini merupakan kegiatan untuk meningkatkan mitra pada

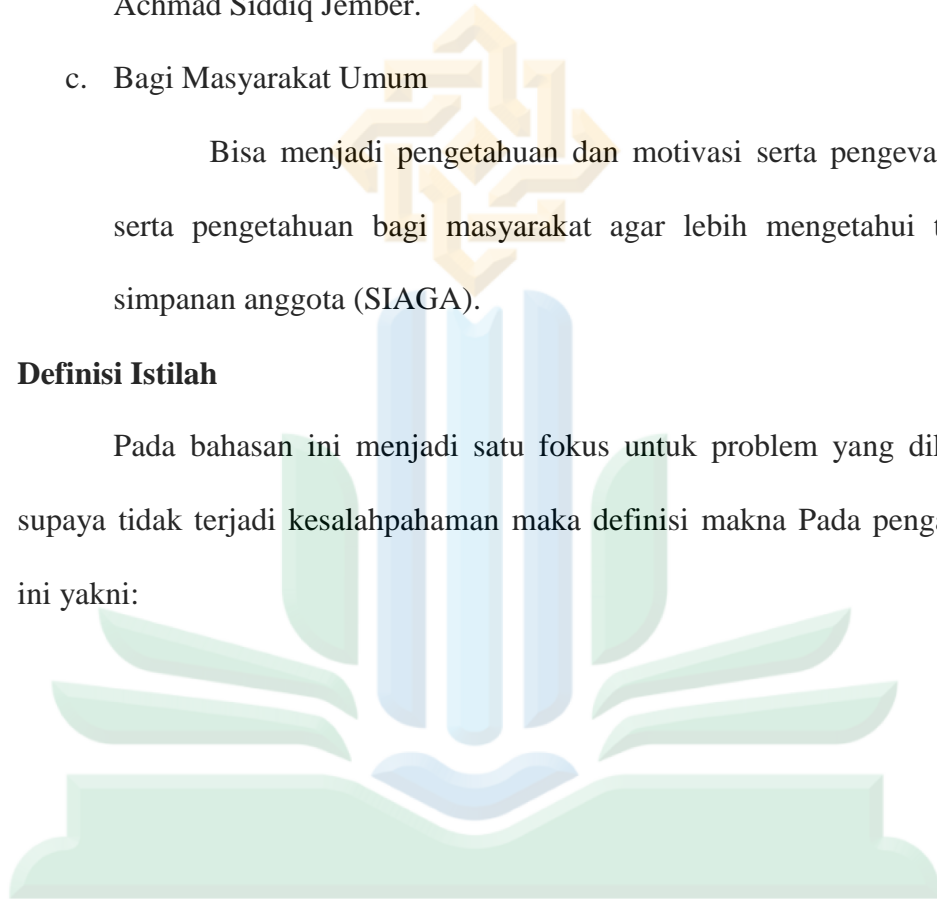
penghasilan pengetahuan yang memiliki kebermanfaatan untuk menjadi masukan dan dikembangkannya khususnya di UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

c. Bagi Masyarakat Umum

Bisa menjadi pengetahuan dan motivasi serta pengevaluasian serta pengetahuan bagi masyarakat agar lebih mengetahui tentang simpanan anggota (SIAGA).

E. Definisi Istilah

Pada bahasan ini menjadi satu fokus untuk problem yang dikaitkan supaya tidak terjadi kesalahpahaman maka definisi makna Pada pengamatan ini yakni:



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

1. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran merupakan kegiatan yang keseluruhan dan dipadukan serta penyatuan di kegiatan promosi untuk menjadikan dasar dalam kegiatan yang dilaksanakan dalam meraih sasaran satu perusahaan dengan iklan atau kegiatan promosi lainnya misalnya dengan penjualan program produk serta distribusi.⁵

2. Meningkatkan Produktivitas

Merupakan kompetensi yang dimiliki oleh individu perusahaan dan sistem yang dilaksanakan dalam penghasilan suatu produk ataupun jasa dalam peningkatan produktivitas SDM. Ini adalah unsur yang *urgent* untuk diakui serta diterima. Produktivitas ini merupakan faktor dasar yang menjadi pengaruh kompetensi dalam persaingan disebut perusahaan.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika bahasan diisikan terkait dengan pendeskripsian alur bahasan skripsi yang diawali di bab awal hingga akhir di mana alur laporan ini

yakni sebagai berikut:

Bab 1 terkait dengan pendahuluan yang merupakan gambaran terkait dengan pengamatan alasan diangkatnya pengamatan ini yang terdiri dari konteks penelitian, tujuan, manfaat serta pengertian istilah. Di mana bab ini memberikan kejelasan pada pemaknaan skripsi.

Bab 2 berisikan terkait dengan pengamatan terdahulu serta teori yang relevan dengan tema yang dikaitkan yakni terkait dengan strategi pemasaran

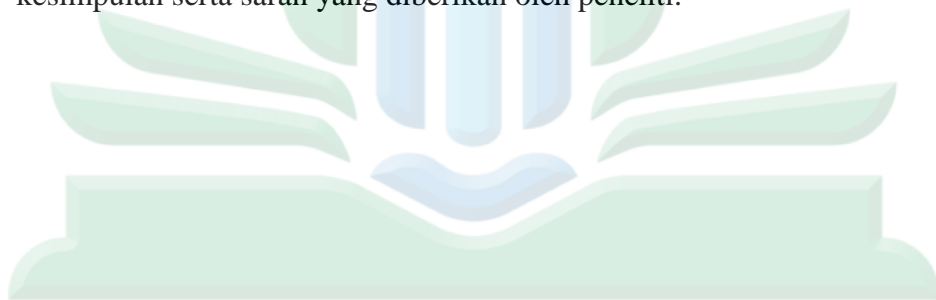
⁵ Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007), 168.

pada produk simpanan anggota untuk meningkatkan produktivitas di BMT NU Jawa Timur cabang Cenggawah Jember.

Bab 3 yakni metode yang di dalamnya merupakan pendekatan serta jenis kajian lokasi kajian, subjek pemberian informasi, pengumpulan bukti, kegiatan dalam menganalisis data, serta tahap yang dilakukan ketika melakukan kajian untuk dijadikan patokan Pada pelaksanaan pengamatan.

Bab IV Penyajian bukti berisi tentang kegiatan menganalisis data yang diperoleh ketika kajian dilakukan yang didalamnya terdiri dari gambaran penyajian data serta bahasan temuan sehingga mudah dipahami pembaca.

Bab V merupakan bab akhir penutup yakni di dalamnya meliputi kesimpulan serta saran yang diberikan oleh peneliti.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu

Di tahap ini *urgent* untuk dilakukan supaya peneliti bisa menelusuri kajian sebelumnya. Pada pengamatan sebelumnya memiliki tujuan untuk mendapatkan pengetahuan terkait dengan pengamatan yang dilakukan oleh pengamatan sebelumnya oleh karena itu dilakukan penyajian output pengamatan yang difokuskan pada pengamatan sebelumnya dengan memiliki kaitan terkait dengan strategi pemasaran pada produk siaga (untuk meningkatkan produktivitas) di BMT NU Jawa Timur Cabang Jenggawah. Beberapa pengamatan sebelumnya yakni:

1. Menurut Penelitian Rusmini Asih, 2021 bahwasanya berdasarkan perbedaannya yaitu peneliti ini dengan pengamatan yang dilakukan peneliti pengamatan fokus pada strategi promosi produk tabungan mudharabah untuk peningkatan nasabah di lembaga KSP Syariah BMT NU Jawa Timur cabang Wringin Bondowoso. Kesamaan pengamatan pada cara yang dipakai yakni koordinator marketing memberikan ketertarikan pada minat nasabah melalui penawaran produk serta pelaksanaan promosi yang dilaksanakan melalui mensosialisasian di desa dengan pengunjung pada kantor dinas mengunjungi ibu-ibu dalam melakukan PKK serta pengajakan untuk menjadi anggota di BMT.⁶

digilib.uinkhas.ac⁶ Rusmini Asih, "Strategi Pemasaran Produk Tabungan Mudharabah (Tabah) dalam meningkatkan Jumlah Nasabah pada Lembaga KSP Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Wringin: Bondowoso" (Skripsi, UIN KHAS Jember, 2021), 63. has.ac.id

2. Dalam penelitian terdahulu menurut Sindi Diah Pitaloka, 2020 bahwasanya berdasarkan perbedaannya yaitu pengamatan ini dengan pengamatan yang dilakukan yakni pengamatan ini lebih ditekankan pada strategi untuk memberikan penanganan pada biaya yang memiliki problem di saat pandemi di tahun 2020 di BPRS di Sumekar kantor cabang Jember. Kesamaannya pada alat pemasaran yang dipakai yakni penagihan dengan sistem kekeluargaan repayment capacity, restrukturisasi dengan seperti melakukan kegiatan menjadwalkan ulang, memberikan persyaratan dan menata kembali serta pemberian teguran untuk peringatan baik itu surat 1 2 atau 3 kali serta pengeksekusian jaminan.⁷

3. Menurut Putri Mega Fadillah, 2020 bahwasanya berdasarkan perbedaannya yaitu Adapun titik beda Pada pengamatan ini dengan pengamatan yang dilaksanakan oleh peneliti, pengamatan ini lebih fokus pada implementasi akad rahn pada pengaruh adaptabilitas pemasaran. Sedangkan pengamatan yang dilaksanakan oleh peneliti difokuskan pada pemasaran dan pengamatan yang dilakukan oleh peneliti pengamatan ini lebih fokus pada analisis pemasaran biaya ijarah multijasa sedangkan pengamatan yang dilaksanakan difokuskan pada strategi pemasaran pada produk siaga.

Adapun persamaannya yaitu Adapun persamaannya yakni antara pengamatan sebelumnya dengan pengamatan yang telah dilaksanakan yakni sama mengangkat tema terkait dengan strategi dan titik-titik

⁷Sindi Diah Pitaloka, "Analisis Strategi Pelaksanaan Pembiayaan Arrum c. Bpkbig Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah di PT Pegadaian (Persero) Ups Simpang Lima Banyuwangi" (Skripsi UIN KHAS Jember, 2020), 80.

kesamaan pengamatan juga terletak pemasaran. Adapun output dari pengamatannya yakni untuk penanganan biaya yang memiliki problem di masa pandemi covid naik 19 di tahun 2020 yang mana penagihan melalui sistem kekeluargaan dengan meliputi kembali surat tagihan teguran dan pengaturan ulang.⁸

4. Menurut penelitian Eva Rizkyana, bahwasanya berdasarkan perbedaan yaitu dari pengamatan ini dengan pengamatan yang dilakukan oleh peneliti pengamatan ini lebih difokuskan pada penganalisisan promosi biaya ijarah multijasa sedangkan pengamatan yang dilaksanakan peneliti fokus akan strategi pemasaran pada produk siaga. Sedangkan titik samanya yakni berada pada sama-sama mengangkat terkait dengan pemasaran.

Adapun output pengamatan ini yakni pemasaran biaya ijarah multijasa untuk pembiayaan pendidikan dengan pendatangan lembaga pendidikan dalam pelaksanaan kerjasama dan pelaksanaan pensosialisasian pada masyarakat. Diberikannya ijarah multijasa untuk pembiayaan pendidikan nasabah diawali dengan kelengkapan syarat serta pemberian formulir yang telah diberikan oleh lembaga keuangan yang di mana semua dokumentasinya memiliki kelengkapan dalam memberikan acuan biaya yang disetujui oleh lembaga keuangan dan dilakukan akad.⁹

5. Menurut penelitian Wanti Ningsih 2020, bahwasanya berdasarkan perbedaan yaitu dari pengamatan ini dengan pengamatan yang dilakukan

⁸ Putri Mega Fadillah, "Pengaruh Adaptabilitas Pemasaran dan Positioning Terhadap Keputusan Pengembalian Produk Pembiayaan pada BMT UGT SIDOGIRI Cabang Pembantu Rambipuji" (Skripsi UIN KHAS Jember, 2020), 91.

⁹ Eva Rizkyana, "Analisis Pemasaran Pembiayaan Ijarah Multijasa untuk Muamalat Kantor Cabang Jember Biaya Pendidikan di Bank" (Skripsi UIN KHAS Jember, 2020), 86.

peneliti pengamatan ini fokus akan strategi marketing pada peningkatan biaya usaha mikro sedangkan pengamatan yang dilakukan fokus akan alat promosi produksi, harga sedangkan titik samanya yakni berada pada strategi dalam memasarkan.

Adapun output pengamatan ini yakni ketika melakukan strategi marketing untuk peningkatan biaya usaha mikro melalui penggunaan bauran pemasaran terdiri dari tempat, produk, harga, promosi, orang, proses dan akan tetapi bauran dalam pemasaran ini promosi nya memiliki kekurangan dalam pelaksanaannya karena menggunakan komunitas serta iklan.¹⁰

6. Menurut penelitian Muhammad Idris 2020, bahwasanya berdasarkan perbedaan yaitu dari pengamatan ini dengan pengamatan yang dilakukan yakni pengamatan ini fokus akan alat dalam memasarkan produknya untuk penarikan minat masyarakat sedangkan penelitian yang dipakai yakni memiliki kefokuskan pada strategi dalam memasarkan produk siaga sedangkan titik samanya berada pada pembahasan terkait dengan alat untuk memasarkan.

Adapun Adapun output pengamatan ini yakni diarahkan pada strategi bauran pemasaran untuk pengkombinasian maksimal. Untuk pemunculan output yang diinginkanya kegiatan pendukung dalam sarana untuk membantu pengelola dalam pelaksanaan pemasaran di BMT NU cabang Tanah merah terdiri dari pemberian brosur melalui pembagian

¹⁰ Wanti Ningsih, "Strategi Marketing dalam Meningkatkan Pembiayaan Usaha Mikro (Studi Kasus di Bank BRI Syariah KCP Metro)" (Skripsi UIN Khas Jember, 2020), 65.

brosur untuk masyarakat dengan pensosialisasikan. Untuk kemudahan dalam mengetahui terkait dengan BMT di sana website yang dipunyai yakni memiliki perkembangan antara periode satu ke periode berikutnya untuk memberikan kemudahan dalam memperoleh wawasan di BMT.¹¹

7. Menurut penelitian Robihul Awwalin 2020, bahwasanya berdasarkan perbedaan yaitu dari penelitian ini dengan pengamatan ini yang dilakukan oleh peneliti pengamatan ini lebih difokuskan pada alat pemasaran produk untuk peningkatan jumlah nasabah akan tetapi pengamatan yang dilakukan oleh peneliti ini fokus pada pemasaran produk siaga. Sedangkan persamaan dari pengamatan ini dengan pengamatan yang telah dilaksanakan oleh peneliti yakni memiliki kesamaan mungkin terkait dengan strategi pemasaran.

Adapun output pengamatan ini dengan konsep pembauran pemasaran yakni dimulai dari produk, harga, tempat, promosi, orang dan proses. Problem dalam mengatur metode dalam memasarkan produk

tabungan di sini yakni dilihat dari sdm-nya yakni memiliki kekurangan dalam mempromosikan produknya dilihat dari birokrasi yakni kurangnya bersaing dengan lembaga keuangan yang ada di beberapa wilayah di sekitarnya.¹²

8. Menurut penelitian Maya Reskiah Putri 2020, bahwasanya berdasarkan perbedaan yaitu dari pengamatan ini dengan pengamatan yang dilakukan

¹¹ Muhammad Idris, "Strategi Pemasaran Produk dalam Rangka Menarik Minat Masyarakat Di BMT NU Cabang Tanah Merah" (Skripsi UIN KHAS Jember, 2020), 95.

¹² Robihul Awwalin, "Strategi Pemasaran Produk Tabungan Umum Syariah untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah pada BMT Masalahah Cabang Wagir Malang" (Skripsi UIN KHAS Jember, 2020), 93.

peneliti pengamatan ini difokuskan pada kegiatan dalam memasarkan produk tabungan haji akan tetapi pengamatan yang dilakukan difokuskan pada strategi pemasaran produk siaga. Titik samanya dengan pengamatan yang dilakukan yakni sama-sama mengungkit terkait dengan pemasaran.

Adapun output pengamatan yakni strategi produk lembaga keuangan BNI Syariah Jember dalam penciptaan *branding* IB baitullah Hasanah dalam memberikan kemudahan untuk pemakaian akad wadiah dan akad mudharabah. Adanya strategi *price*, melalui dana Rp.100.000 untuk pemakaian akad wadiah serta Rp500.000 untuk *mudharabah*. Alat pendistribusian melalui Syariah outlet center pada setiap lembaga keuangan BNI Syariah. Serta dalam memberikan pelayanan pada nasabah untuk pembukaan rekening tabungan haji tidak dengan jarak yang memiliki kejauhan.¹³

9. Menurut penelitian Nurfadillah 2019, bahwasanya berdasarkan perbedaan yaitu dari Pengamatan ini dengan pengamatan yang dilaksanakan oleh peneliti lebih fokus akan alat pemasaran pada peningkatan jumlah nasabah dalam produk tabungan kurban akan tetapi pengamatan yang dilaksanakan peneliti fokus akan strategi pemasaran pada produk siaga. Sedangkan titik sama antara pengamatan yang dilakukan dengan pengamatan sebelumnya yakni sama-sama membahas terkait dengan alat dalam melakukan pemasaran.

¹³ Maya Reskiah Putri, "Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji pada PT.Bank BNI Syariah Jember" (Skripsi UIN KHAS Jember, 2020), 85.

Adapun output pengamatan ini yakni kegiatan dalam memasarkan produk untuk peningkatan nasabah produk tabungan qurban di PT BPRS berkah dana Fadilah yakni dengan pemakaian bauran pemasaran terdiri dari *place, product, promotion* penggunaan sistem target problem yang dilakukan dalam memasarkan kurangnya pengenalan BPRS yang menjadikan penyebab seseorang tidak memiliki ketertarikan untuk melakukan tabungan pada peninjauan ekonomi Islam terdiri dari strategi yang dilaksanakan PT BPRS berkarya dengan keseluruhannya.¹⁴

10. Menurut penelitian Rini Astuti 2019, bahwasanya berdasarkan perbedaan yaitu dari dalam pengamatan ini terkait dengan pengamatan yang dilakukan peneliti di mana pengamatan ini difokuskan pada strategi pasar untuk peningkatan jumlah nasabah tabungan emas di pegadaian Syariah. Akan tetapi pengamatan yang dilaksanakan oleh peneliti difokuskan akan strategi pasar untuk produksi. Sedangkan titik sama pengamatan ini dengan pengamatan yang dilaksanakan peneliti yakni mengungkit yang sama terkait dengan strategi dalam pemasaran.

Adapun output pengamatan ini yakni pemakaian strategi pemasaran melalui strategi *door to door* dilaksanakan di pegadaian Syariah cabang Solo Baru melalui alat untuk pendatanganan langsung pada nasabah ataupun calon nasabah dikarenakan ini memiliki kontak langsung melalui nasabah sehingga menjalin komunikasi yang hidup untuk kelangsungan interaksi melalui nasabah. Strategi referal seseorang ke

¹⁴ Nurfadillah, "Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Qurban (Skripsi UIN KHAS Jember, 2019), 69.

orang lainnya dengan alat milenial untuk memasarkan produknya yakni dengan melalui teknologi atau media sosial seperti wa, Instagram Facebook. Pada pihak penggadaian syariah melakukan pensosialisasian institusi ke kampus ataupun lembaga pendidikan untuk pemberian pengetahuan terkait *urgent* nya penginvestasian sejak dini untuk masyarakat.¹⁵

Dalam pemberian gambar terkait dengan komprehensif oleh karena itu peneliti memberikan tabel dalam memudahkan dalam membaca terkait dengan pengamatan yang dilakukan dengan pengamatan sebelumnya:



Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No.	Penulis	Judul	Persamaan	Perbedaan
1	Rusmini Asih, 2021	<i>Strategi Pemasaran produk Tabungan Mudharabah (Tabah) Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Lembaga KSPK Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Wringin Bondowoso.</i>	Adapun persamaan antara penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yakni sama-sama membahas mengenai strategi pemasaran.	Adapun perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, penelitian ini lebih membahas/fokus pada strategi pemasaran produk tabungan <i>mudharabah(tabah)</i> sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti fokus pada strategi pemasaran.
2	Sindi diah pitaloka, 2020	<i>Analisis strategi pelaksanaan pembiayaan arrum bpkb dalam meningkatkan jumlah nasabah di PT pegadaian (persero) ups simpang lima banyuwangi</i>	Adapun persamaan antara penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yakni sama-sama membahas strategi.	Adapun perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, penelitian ini lebih membahas/fokus pada <i>system</i> strategi pelaksanaan pembiayaan arrum bpkb sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti lebih fokus pada strategi pemasaran pada produk siaga BMT NU.
3	Putri mega fadillah, 2020	<i>Pengaruh adaptabilitas pemasaran dan positioning terhadap keputusan pengambilan produk pembiayaan pada BMT UGT SIDOGIRI Cabang Pembantu Rambipuji</i>	Adapun persamaan antara penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yakni sama-sama membahas mengenai strategi.	Adapun perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, penelitian ini lebih membahas/fokus pada implementasi akad rahn pada pengaruh adaptabilitas pemasaran sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti fokus pada strategi pemasaran.

No.	Penulis	Judul	Persamaan	Perbedaan
4	Eva rizkyana, 2020	<i>Analisis pemasaran pembiayaan ijarah multijasa untuk mualamalat kantor cabang Jember.biaya Pendidikan di bank</i>	Adapun persamaan antara penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yakni sama-sama membahas mengenai pemasaran.	Adapun perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, penelitian ini lebih membahas/fokus pada analisis pemasaran pembiayaan ijarah multijasa sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti fokus pada strategi pemasaran pada produk siaga.
5	Wanti Ningsih, 2020	<i>Strategi Marketing Dalam Meningkatkan Pembiayaan Usaha Mikro (Studi kasus Di Bank BRI Syariah KCP Metro).</i>	Adapun persamaan antara penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yakni sama-sama membahas mengenai strategi.	Adapun perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, penelitian ini lebih membahas/fokus pada analisis strategi marketing dalam meningkatkan pembiayaan usaha mikro sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti fokus pada strategi pemasaran pada produk siaga.
6	Muhammad Idris, 2020	<i>Strategi Pemasaran Produk Dalam Rangka Menarik Minat Masyarakat Di BMT NU Cabang Tanah Merah.</i>	Adapun persamaan antara penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yakni sama-sama membahas mengenai strategi pemasaran.	Adapun perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, penelitian ini lebih membahas/fokus pada analisis strategi pemasaran produk sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti fokus pada strategi pemasaran pada produk siaga.

No.	Penulis	Judul	Persamaan	Perbedaan
7	Robihul Awwalin, 2020	<i>Strategi pemasaran produk tabungan umum syariah untuk meningkatkan jumlah nasabah pada BMT Masalah Cabang Wagir Malang</i>	Adapun persamaan antara penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yakni sama-sama membahas mengenai strategi pemasaran produk BMT.	Adapun perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, penelitian ini lebih membahas/fokus pada strategi pemasaran pada produk tabungan umum syariah sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti fokus pada strategi pemasaran pada produk siaga.
8	Maya Reskiah Putri, 2020	<i>Strategi pemasaran produk tabungan haji pada PT. Bank BNI Syariah Jember.</i>	Adapun persamaan antara penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yakni sama-sama membahas mengenai strategi pemasaran.	Adapun perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, penelitian ini lebih membahas/fokus pada analisis strategi pemasaran produk tabungan haji sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti fokus pada Strategi pemasaran pada produk siaga.
9	Nurfadillah, 2019	<i>Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Qurban di PT. BPRS Berkah Dana.</i>	Adapun persamaan antara penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yakni sama-sama membahas mengenai strategi	Adapun perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, penelitian ini lebih membahas/fokus pada strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan qurban sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti fokus pada strategi pemasaran pada

No.	Penulis	Judul	Persamaan	Perbedaan
			pemasaran.	produk siaga.
10	Rini Astuti, 2019	<i>Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Emas Pegadaian Syariah Solo Baru.</i>	Adapun persamaan antara penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yakni sama-sama membahas mengenai strategi pemasaran.	Adapun perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, penelitian ini lebih membahas/fokus pada analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan emas pegadaian syariah sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti fokus pada strategi pemasaran pada produk siaga.

Sumber: Skripsi tahun 2019-2021 (diolah dari penelitian terdahulu)

Sesuai dengan pengamatan sebelumnya memiliki titik beda yang membedakan pengamatan sebelumnya dengan pengamatan yang dilaksanakan dengan tema strategi pemasaran pada produk simpanan anggota (SIAGA) untuk meningkatkan produktifitas di BMT NU Jawa Timur Cabang Jenggawah Jember. Strategi pemasaran dengan meningkatkan mitra pada simpanan anggota yaitu dengan promosi di sosial media, saudara dan tetangga.

Karena jika minat mitra dalam simpanan anggota (SIAGA) meningkat, hal ini bisa menstabilkan keuangan BMT NU Jawa Timur Cabang Jenggawah Jember.

Maka dari itu pengamatan sebelumnya tidak ada yang mengungkit terkait dengan strategi pemasaran pada produk simpanan anggota siaga dalam peningkatan produktivitas di BMT NU Jawa Timur cabang Jenggawah. Ini

merupakan alasan peneliti dalam mengetahui terkait dengan strategi

pemasaran yang digunakan untuk dalam meningkatkan mitra produk simpanan siaga

B. Kajian Teori

1. Strategi Pemasaran

Pemasaran atau marketing menurut Kotler, Pemasaran yaitu suatu proses sosial mereka memerlukan rasa ingin untuk mewujudkan suatu penawaran serta dengan bebasnya memberikan pertukaran produknya dengan nilai pada individu lainnya.¹⁶

Perencanaan strategi di orientasikan pada pasar merupakan kegiatan manajerial dalam pengembangan dan penjagaan supaya meraih cita-cita, kemampuan serta sumber daya organisasi terkait dengan peluang pasar yang mengalami perubahan. Tujuan perencanaan strategis ini yakni pembentukan serta penyempurnaan kegiatan bisnis serta produk perusahaan supaya bisa meraih sasaran keuntungan.¹⁷

Menurut buku strategi pemasaran konsep strategi pemasaran merupakan kegiatan pemasaran suatu produk barang ataupun jasa dengan pemakaian bentuk perencanaan serta cara supaya kegiatan penjualan lebih drastis. Makna strategi pemasaran ini merupakan suatu aktivitas merangkai kegiatan yang dilaksanakan perusahaan untuk meraih cita-cita dikarenakan kemampuan dalam penjualan terbatas serta jumlah untuk mengetahui hal tersebut.

¹⁶ Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), 4.

¹⁷ Fajar Laksana, 44.

Strategi pasar memiliki suatu hal yang *urgent* untuk perusahaan dikarenakan memiliki fungsi dalam penentuan pendapatan suatu lembaga baik itu barang ataupun jasa terdapat tiga faktor pendukung pada suatu lembaga yakni:

- a. Kegiatan dalam memproduksi
- b. Kegiatan dalam memasarkan
- c. Konsumsi¹⁸

Kotler dan Amstrong, mengungkapkan bahasanya strategi memasarkan produk merupakan kegiatan memasarkan sesuatu dalam penciptaan penilaian serta pemerolehan laba pada konsumen.

Kurtz, mengungkapkan bahasanya strategi promosi merupakan semua aktivitas institusi untuk penentuan sasaran pasar supaya memberikan rasa puas pada konsumen melalui pembangunan unsur marketing mix yakni produk, bauran dalam memasarkan serta harga barang.

Philip Kotler, mengungkapkan biasanya strategi dalam memasarkan produk merupakan sebuah keyakinan dalam suatu penjualan yang dipakai dalam pencapaian tujuan pemasaran yang didalamnya ada alat terkait dengan target menetapkan posisi *marketing mix* serta biaya dalam memasarkan produk.

Tjiptono mengungkapkan strategi memasarkan produk merupakan kegiatan fundamental untuk merancang cita-cita perusahaan melalui

¹⁸ Marissa Grace Haque-Fawzi, *Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi* (Tangerang: Pascal Books, 2022), 9.

pengembangan persaingan yang berkelanjutan dengan melewati pasar yang dimasuki serta program pasar yang dipakai untuk memberikan pelayanan pasar target tersebut.

Stanton, mengungkapkan strategi pemasaran merupakan kegiatan yang meliputi suatu sistem dengan mempunyai tujuan dalam perencanaan dan penentuan harga supaya memberikan promosi serta penyaluran produk supaya bisa memberikan kepuasan pada pelanggan.¹⁹

Buku manajemen pemasaran merupakan pengembalian putusan terkait dengan biaya pasar tentang *marketing mix*, alokasi pasar serta hubungan dan keadaan yang menjadi harapan serta keadaan daya saing pada strategi pasar. Ini terdapat tiga faktor penyebab terjadinya strategi untuk pemasaran yakni:

- a. Daur hidup produk, strategi pemasaran perlu melakukan penyesuaian Pada langkah-langkah daur hidup yakni pengenalan, pertumbuhan kedewasaan serta kemundurannya.
- b. Keadaan daya saing yang suatu institusi di pasar. Melalui wawasan terkait dengan daya saing institusi dengan seseorang yang mengatur alat untuk memasarkan produk yang lebih baik seperti pembuatan produk baru supaya memiliki ciri yang berbeda dengan lainnya
- c. Keadaan perekonomian. Strategi pasar perlu melakukan penyesuaian dengan ekonomi dan pandangan ke depan. Pebisnis perlu melihat ekonomi pada situasi makmur atau penginflasian yang tinggi dengan

¹⁹ Marissa Grace Haque-Fawzi, 11.

demikian strategi pasar perusahaan bisa melakukan penyesuaian dengan situasi ekonomi seperti penggantian bahan produk menjadi yang lebih murah.

Strategi dalam memasarkan produk mementingkan putusan-putusan manajemen terkait dengan unsur-unsur *marketing mix* pada suatu perusahaan dengan putusan ini meliputi kegiatan dalam merencanakan barang menetapkan harga, penyaluran pendistribusian serta promosi strategi:

- a. Pemilihan pelanggan yang akan disasarkan
- b. Pengidentifikasian apa yang dibutuhkan dan
- c. Penentuan bauran pemasaran.²⁰

Strategi dalam memasarkan produk adalah kegiatan strategi untuk pelayanan pasar ataupun segmen pasar yang menjadi sasaran pembisnis. Maka dari itu strategi dalam memasarkan produk adalah suatu hal *marketing mix* yang menjadi penetapan pengusaha dalam memberikan pelayanan pasar.²¹

Strategi promosi adalah kegiatan yang menjadi penentu berhasil tidaknya suatu program pemasaran terkait dengan kualitas produk. Apabila pelanggan tidak mendengar dan tidak memiliki keyakinan bahwasanya produk itu tidak memiliki kegunaan padanya, oleh karena itu tidak akan menarik media alat promosi yang dipakai. Untuk penyampaian pengetahuan terkait dengan produk adalah alat iklan. Iklan ini adalah suatu

²⁰ Basu Swastha, *Menejemen Pemasaran Modern* (Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 1990), 68.

²¹ Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Kencana, 2004) 57.

alat yang dipakai suatu lembaga yang diklasifikasikan sesuai dengan tujuan dalam pemberian pengetahuan mengajak serta peningkatan berhasil tidaknya untuk promosi jasa digantungkan pada:

- a. Kompetensi pengidentifikasian pelanggan di pasar
- b. Kompetensi dalam penentuan pemasaran
- c. Potensi dalam pengembangan
- d. Kemampuan kompresi dalam pemilihan komunikasi.

Makna dari bahan iklan ini merupakan kegiatan dalam memikirkan pelanggan untuk memberikan dorongan pada pelanggan supaya melakukan aktivitas periklanan yang menjadi akibat penjualan bertambah. Dengan demikian penjualan di waktu yang akan mendatang akan meningkat oleh karena itu dapat diungkapkan biasanya tujuan adanya iklan ini yakni menjadi peningkatan penjualan supaya memperoleh harga.²²

Berdasarkan pengertian diatas dimengerti bahwa langkah-langkah selanjutnya yang difikirkan untuk perusahaan kedepannya bisa lebih baik bidang marketing/pemasaran. Banyak sesuatu yang perlu menjadi keputusan dalam penyusunan strategi dalam memasarkan produk terdiri dari target pasar, menetapkan posisi *marketing mix*, serta dana dalam memasarkan.

2. Meningkatkan Produktivitas

- a. Pengertian Produktivitas

²² Sentot Imam Wahjono, "Manajemen Pemasaran Bank" (Yogyakarta, Graha Ilmu, 2013), 133.

Produktivitas adalah faktor yang *urgent* untuk pertahanan dan pengembangan berhasilnya suatu organisasi. Oleh karena itu setiap institusi dalam penginvestasian menjadi hal yang awal dalam memproduksi produktivitasnya adalah kegiatan membandingkan pengeluaran dan pemasukan yang menguntungkan untuk membuat suatu barang.²³

Produktivitas dimaknai sebagai kegiatan membandingkan masukan dan pengeluaran yang berupa (barang atau jasa) dan masukan berupa (bahan dan tenaga kerja dan uang) produktivitas yang rendah adalah kegiatan mencerminkan suatu lembaga yang boros akan sumber daya yang dipunyainya. Produktivitas pada suatu perusahaan tersebut akan kehilangan persaingan dan dapat berkurangnya skala aktivitas bisnisnya produktivitas yang tidak baik atau kurang sehat dapat memberikan penurunan pada ekonomi bangsa secara keseluruhan.

Produktivitas merupakan penghasilan atau peningkatan suatu barang atau jasa melalui pemanfaatan SDM yang efektif maka dari itu produktivitas menjadi makna pengeluaran atau pemasukan pada suatu hal.²⁴

Produktivitas adalah kegiatan pemakaian sumber daya dengan pengoptimalan yakni kegiatan untuk penghasilan produk serta jasa dengan efisien, efektif serta memiliki kualitas. Secara teknisnya

²³ Hasibuan S.P. Malayu, *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Jakarta, PT. Bumi Aksara, 2003), digilib.uinkhas.a128. digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

²⁴ Sedarmayanti, *Sumber Daya Manusia dan Produktifitas Kerja* (Bandung: Mandar Maju, 2001), 57.

produktivitas merupakan rasio output dan input, maka dari itu meningkatnya produktivitas mempunyai makna penghasilan suatu produk yang bagus dengan harga yang rendah melalui pemakaian masukan tertentu.²⁵

Dengan demikian dapat dikatakan bahwasanya keadaan yang produktif memberikan gambaran kemampuan serta pemikiran dan rasa kreatif individu untuk kompetensinya supaya memiliki kebermanfaatannya untuk dirinya serta lingkungannya. Jadi seseorang yang produktif merupakan individu yang bisa mempunyai penyumbangan nyata untuk lingkungannya yang kreatif serta memberikan kebaruan untuk pendeteksian persoalan kehidupan untuk memiliki kemampuan dalam meraih makna kehidupan.

b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Produktivitas

Suatu hal yang penting dalam meningkatkan produktivitas untuk suatu lembaga yang mendasar. Maka dari itu dalam mengetahui

dan memberikan pemahaman pada faktor yang menjadi pengaruhnya, karena jika tidak mengetahui faktor yang menjadi pengaruh akan memberikan kesulitan lembaga untuk pembuatan rencana strategis yang dipakai suatu perusahaan.

Balai pengembangan produktivitas daerah menyebutkan beberapa faktor produktivitas yakni:

²⁵ Sukesih, *Konsep dan Peningkatan Produktivitas* (Surabaya: Unit Pelaksana Teknis Pengembangan Tenaga Kerja Dinas Tenaga Kerja Transmigrasi Kependudukan Provinsi Jawa Timur, 2012), 60.

- 1) Sikap kerja, yang merupakan tersedianya kerja yang sistematis untuk penerimaan dan penambahan tugas serta cara kerja.
- 2) Kemampuan yang tinggi yang ditentukan oleh pengetahuan atau pendidikan. Pelatihan pada pengelolaan supervisi dan keterampilan pada teknik industry
- 3) Hubungan dengan tenaga kerja dan pemimpin suatu lembaga yang dicerminkan pada aktivitas bersama untuk pemimpin suatu lembaga melalui tenaga kerja dalam peningkatan produktivitas dengan lingkaran yang diawasi oleh mutu, serta panitia terkait dengan kerja yang bagus.
- 4) Keefesienan tenaga kerja yang meliputi rencana kerja untuk penambahan tugasnya
- 5) Pengelolaan produktivitas yakni kegiatan mengelola sumber daya sistem kerja dalam pencapaian peningkatan produktivitas.²⁶

Sesuai dengan uraian tersebut dapat dikatakan faktor yang menjadi pengaruh produktivitas yakni sikap kerja merupakan bersedianya bekerja sesuai dengan pemberian tugasnya dalam tim, serta penentuan pendidikan formal atau informal adanya pelatihan pada pengelolaan kontribusi bekerja dengan pemimpin yang dicerminkan pada usaha serta keefesiennya tenaga kerja.

c. Cara-cara Meningkatkan Produktivitas

²⁶ Sukesih, *Konsep dan Peningkatan Produktivitas* (Surabaya: Unit Pelaksana Teknis Pengembangan Tenaga Kerja Dinas Tenaga Kerja Transmigrasi Kependudukan Provinsi Jawa Timur, 2012), 17.

Meningkatnya produktivitas kontribusinya pada suatu lembaga pemerintah perlu penekanan pada kegiatan output, meskipun memiliki rasa kecewa, karena yang seharusnya keberhasilan lembaga dilihat dari kompetensi insan tersebut terkait dengan sumber daya yang dilakukan pengelolaan.²⁷

Dalam peningkatan produktivitas kerja untuk penghasilan yang berkualitas memakai input dengan keadaan yang tidak sedikit. Meningkatkan produktivitas merupakan kegiatan pengelolaan pertumbuhan yang apabila ditingkatkan output dalam kualitas akan memiliki pekerjaan yang lebih bermutu. Dalam meningkatkan produktivitas dengan pengurangan sedikit output dan pengurangan banyak input meningkatnya produktivitas dengan kemampuan ini adalah kegiatan peningkatan output yang tidak mengurangi pemakaian input.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pengamatan yang dipakai yakni pendekatan kualitatif, merupakan alur pengamatan dengan penghasilan data yang deskriptif yakni satu kata yang ditulis atau didapatkan dari pembicaraan seseorang terkait dengan apa yang dilakukannya, lalu diamati.

Krik dan Miller mengungkapkan bacanya pengamatan kualitatif merupakan satu hal yakni yang berisi pengetahuan dengan fundamental yang memiliki ketergantungan pada penelitian pada seorang individu pada kawasannya sendiri, supaya bisa memiliki keterkaitan dengan seseorang pada bahasanya serta tujuannya. Pada pengamatan ini memakai pengamatan kualitatif jenis deskriptif kualitatif merupakan pengamatan yang dimaksudkan dalam pengungkapan problem yang secara *holostytik* kontekstual dengan pengumpulan bukti yang latar alaminya dengan pemanfaatan pengamatan yang menjadi alat kunci, pengamatan kualitatif merupakan pengamatan yang memberikan pemecahan pada problem melalui pemakaian bukti nyata dengan tujuan pengembangan terkait dengan seseorang serta fenomena untuk perhitungan latar yang nyata landasan serta pemikiran atau gagasan.²⁸

Peneliti memiliki beberapa alasan untuk melakukan pengamatan dengan jenis deskriptif ini supaya bisa memberi kejelasan yang lebih detail terkait dengan strategi pemasaran pada produksi agar untuk peningkatan

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

²⁸ Nur Asnawi, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran* (Malang: UIN Malang Press, 2009), 20.

produktivitas serta yang menjadi faktor pendukung serta penghambat pada pemasarannya.

B. Lokasi penelitian

Lokasi pengamatan merupakan tempat terjadinya pengamatan yang dilakukan dalam menetapkan lokasi pengamatan. Ini adalah langkah untuk pengamatan kualitatif yang apabila diterapkannya pengamatan ini merupakan objek serta arah dengan penetapan supaya memberikan kemudahan peneliti untuk pelaksanaan pengamatan, pengamatan ini dilakukan di BMT NU cabang Jenggawah.

Hal menarik pada BMT NU Jawa Timur Cabang Jenggawah yang menjadi tolak ukur dari pertumbuhan di Jember dikarenakan belum ada pembangunan BMT NU cabang baru, sehingga alasan peneliti memilih lokasi penelitian BMT NU Jawa Timur Cabang Jenggawah adalah saat pertama kali didirikan BMT NU Jawa Timur Cabang Jenggawah ini menjadi tolak ukur dari pertumbuhan di Jember dikarenakan belum ada pembangunan BMT NU

cabang baru lagi sehingga BMT NU Jawa Timur Cabang Jenggawah merupakan pembangunan uji coba cabang baru, jika BMT NU Jawa Timur Cabang Jenggawah mendapatkan laba dalam artian *surplus* dan mengalami peningkatan maka akan dibuka beberapa cabang yang lain. Pada bulan ke-9 BMT NU Jawa Timur Cabang Jenggawah mengalami *surplus*, sehingga dibuka beberapa cabang lainnya yang salah satunya BMT NU Jawa Timur Cabang Ajung. Secara letak geografis BMT NU Jawa Timur Cabang

sekolah, lapangan, kecamatan dan rumah warga. Sehingga sangat berkesinambungan terhadap judul peneliti yaitu mengenai “Strategi Pemasarana Pada Produk Simpanan Anggota (SIAGA) Untuk Meningkatkan Produktivitas Di BMT NU Jawa Timur Cabang Jenggawah Jember”.²⁹

Sedangkan sesuatu yang unik pada BMT NU ini adalah ketika melakukan pembangunan pada pusat tidak memerlukan waktu yang lama kurang lebih 8 bulanan sedangkan BMT NU cabang silo yang memiliki lebih awal izin pembangunan kepada pusat memerlukan waktu 2 tahun dalam untuk mendapatkan izin dan perizinan pembangunan lebih awal diberikan kepada BMT NU Jawa Timur Cabang Jenggawah.³⁰

C. Subyek Penelitian

Dalam menentukan subjek pengamatan berbagai pengetahuan pengamatan yang dipakai dengan memakai teknik *purposive*, penelitian menggunakan teknik wawancara atau observasi di lapangan. Adapun subjek informasi yang dijadikan seseorang untuk memperoleh informasi yakni:

1. Imam Ma'arif selaku kepala cabang BMT NU Jawa Timur Cabang Jenggawah, dikarenakan fungsinya yakni pimpinan lembaga dengan pemberian penghimpunan biaya serta disalurkannya biaya pada masyarakat.
2. Yusuf sebagai pegawai/staff Bagian Simpanan/Tabungan, karena merupakan bagian yang menarik tabungan mitra.
3. Mitra atau anggota.

²⁹ Imam Ma'arif, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 17 Februari 2023.

³⁰ Imam Ma'arif, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 17 Februari 2023.

D. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan bukti adalah tahap yang strategis Pada pengamatan dikarenakan ini merupakan langkah awal pengamatan untuk memperoleh bukti. Jika tidak tahu cara pengumpulan bukti peneliti tidak akan memperoleh bukti dengan pemenuhan standar bukti yang telah ditentukan. Adapun teknik dikumpulkannya bukti pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Observasi

Pengobservasian adalah suatu kegiatan yang nyata pada penyusunan kegiatan biologis dan psikologis yang terdiri dari hal yang penting yakni aktivitas mengamati serta mengingat pengobservasian ini memiliki makna memberikan pengamatan serta pencatatan dengan sistematis pada keadaan yang nyata di tempat penelitian. Cara pengobservasian ini dilaksanakan melalui pengadaan pengamatan secara langsung pada objek yang menjadi output pengamatan pada kegiatan pencatatan.³¹

2. Wawancara

Wawancara adalah kegiatan mempertemukan dua individu untuk bertukar pengetahuan serta gagasan dengan adanya tanya jawab supaya bisa dikonstruksikan. Pemaknaan serta topik pewawancaraan dipakai menjadi alat untuk mengumpulkan bukti ketika peneliti melaksanakan studi sebelumnya dalam penemuan problem yang perlu ditelitinya. Akan

tetapi peneliti inginnya mengetahui suatu aktivitas pada informasi yang dalam.

Alat pewawancara yang dipakai pada pengamatan ini yakni wawancara semi struktur yakni suatu aktivitas yang dilakukan dengan *in-dept interview* di mana dalam melakukannya dengan bebas daripada pewawancara yang dengan jenis struktur.³² Ketika melaksanakan wawancara peneliti melakukan pendengaran dan pencatatan yang diungkapkan oleh pemberi informasi dalam wawancara ini dilaksanakan kepada kepala cabang, staff bagian pembiayaan dan juga mitra guna untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan kegiatan pencarian bukti terkait dengan suatu hal yang berupa pencatatan, surat kabar ataupun lain yang memiliki kaitan dengan pengamatan. Dokumen adalah pencatatan peristiwa yang telah lalu menjadi dokumen dengan memiliki bentuk gambar ataupun

karya tulisan terkait dengan keadaan seseorang. Pada pengamatan ini teknik yang dilakukan dengan dokumen untuk memperoleh bukti terkait dengan:

- a. Pendokumentasian kegiatan kerja pegawai untuk pelaksanaan biaya.
- b. Profil kelengkapan BMT NU Jawa Timur cabang Jenggawah
- c. Bukti terkait dengan strategi pemasaran untuk produk simpanan anggota (SIAGA) untuk meningkatkan produktivitas.

³² Sugiyono, 306.

E. Analisis Data

Penganalisaan bukti menurut Bogdan adalah suatu kegiatan aktivitas melakukan pencarian dan penyusunan yang sistematis pada bukti yang didapatkan dari wawancara, pencatatan lapangan serta bahan lainnya supaya bisa memberikan kemudahan pada penemuannya untuk penginformasian pada individu yang lain.³³

Alat yang dipakai dalam penganalisisan bukti pada pengamatan ini yakni deskriptif. Teknik ini dipakai dalam penggambaran atau penganalisisan suatu hal pengamatan yang tidak dipakai untuk pembuatan kesimpulan yang lebih luas.³⁴

Pada hal ini peneliti mempunyai beberapa tahap dalam penganalisisan yakni:

1. Pengidentifikasian problem yang nyata untuk pemecahan dengan cara tertentu
2. Perumusan problem yang memiliki kejelasan
3. Penentuan arah tuju serta kebermanfaatan pengamatan
4. Pengumpulan wawasan terkait dengan profil BMT NU Jawa Timur cabang Jenggawah
5. Pengevaluasian strategi dalam memasarkan produk simpanannya yakni simpanan siaga dalam peningkatan produktivitas
6. Perbandingan strategi dalam memasarkan produknya untuk meningkatkan produktivitas.

³³ Sugiyono, 244.

³⁴ Sugiyono, 230.

7. Membuat kesimpulan dan saran bagi BMT NU Jawa Timur Cabang Jenggawah.

F. Keabsahan Data

Keabsahan bukti adalah kegiatan mengecek ataupun melihat kevalidan bukti yang dilaksanakan. Keabsahan bukti pada pengamatan ini peneliti memakai triangulasi sumber dan triangulasi Teknik. Triangulasi memiliki makna kegiatan mengumpulkan bukti dengan sifat penggabungan bukti yang sudah ada.³⁵

Triangulasi sumber adalah kegiatan menguji bukti dengan pemakaian banyak sumber dengan pemakaian bukti. Sedangkan triangulasi teknik adalah pengujian bukti melalui penggunaan bukti yang beda dengan Teknik yang berbeda. Triangulasi sumber dipakai untuk penggalan benar tidaknya informasi melalui penggunaan sumber bukti, misalnya pendokumentasian atau wawancara yang melebihi beberapa informasi dengan pandangan yang beda.

G. Tahap-tahap Penelitian

Tahapan pengamatan pada penelitian yang dilakukan yakni sebagai berikut:

1. Tahap pra lapangan

Langkah awal yang dilakukan peneliti yakni pencarian problem serta pemerolehan rujukan terkait pengamatan memperoleh problem terkait dengan **“Strategi Pemasaran Pada Produk Simpanan Anggota**

³⁵ Sugiyono, 241.

(SIAGA) Untuk Meningkatkan Produktivitas Di BMT NU Jawa Timur Cabang Jenggawah”.

2. Tahap pekerjaan lapangan

Ketika pemerolehan izin pengamatan peneliti melakukan pengecekan pengamatan serta turun langsung dalam pelaksanaan pengumpulan bukti melalui pengobservasian serta pewawancaraan untuk mendapatkan wawasan terkait dengan strategi pemasaran pada produk simpanan SIAGA untuk peningkatan produktivitas.

3. Tahap analisis data

Ketika peneliti memperoleh bukti serta bukti tersebut sudah dianalisis, tahap berikutnya yakni peneliti melakukan pelaporan pengamatan yakni kegiatan penyerahan pada pembimbing untuk pengkoreksian serta previsian ketika terjadi satu hal yang salah atau yang kurang.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Sejarah Umum Berdirinya BMT NU Jawa Timur

BMT NU berdiri di tahun 1 Januari 2004 di gapura Sumenep, didirikan BMT NU ini dikarenakan kebanyakan masyarakat menggunakan peminjaman dan terjepit hutang. Banyak masyarakat memerlukan biaya supaya menjadi modal untuk usahanya akan tetapi untuk pengembaliannya perlu meraih 50% bunga sehingga usahanya sulit berkembang. Pinjaman yang besar ini menyebabkan besar pula bunga yang diperlukan oleh masyarakat maka dari itu Masyudi yang menjabat sebagai direktur utama bmtnu memberikan penawaran supaya didirikan lembaga keuangan yang digerakkan pada bidang penyimpanan peminjaman.

Saat ini BMT NU dipusatkan di gapura Sumenep Madura dikarenakan keadaan tersebut. BMT NU telah memiliki berbagai cabang yang telah tersebar di berbagai wilayah.

BMT NU mempunyai berbagai produk keuangan biaya seperti SIAGA yang dipakai dengan akad musyarakah. Siaga ini merupakan simpanan wajib dan siaga khusus yakni diberikan supaya seseorang bisa menjadi anggota dengan khusus di mana penarikannya dilakukan di setiap bulan Januari. Ada juga simpanan SAJADAH, simpanan ini memakai akad rahn dengan penarikannya sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Ada penyimpanan haji dan umroh dengan menggunakan akad beberapa

mudhrabah mutalaqah yang disetor di kapan saja. Ada juga simpanan berjangka *mudharabah* atau Siberkah dengan penyimpanan setara awal 500.000 minimal 1 tahun. Simpanan lebaran merupakan penyimpanan yang memakai akad *mudhrabah mutalaqah* yang digunakan untuk memudahkan dalam pemenuhan kebutuhan kesehariannya dengan bagi hasil 5%. Ada Tabah yakni tanggungan *mudhrabah* ini penyimpanan dengan memberikan kemudahan pada nasabah untuk pemenuhan kebutuhan dengan penarikan yang bisa dilakukan kapan saja untuk memperoleh keuntungan bagi hasil. Simpanan pendidikan penyimpanan ini digunakan untuk orang tua yang ingin menggapai cita-cita pendidikan yang sempurna. Simpanan TARAWI tabungan ini merupakan simpanan kepada fakir miskin serta yatim, dan sismpanan pelayanan berbasis LASISMA yakni berbasis kelompok dengan pengkhususan untuk masyarakat yang mengembangkan bisnisnya di waktu 2 bulan dengan angsuran mingguan bulanan atau tahunan.³⁶

Cabang di Kabupaten Jember salah satunya sedang didirikan di 26 November 2020 di Jenggawah yakni memiliki latar belakang dikarenakan keprihatinan majelis wakil cabang NU yang melihat keadaan sekitar yang tercekik oleh rentenir yang kemudian dijadikan terobosan NU dalam mengembangkan kemampuannya tidak hanya itu hal ini dilakukan karena di kecamatan Jenggawah mayoritas warga NU.³⁷

³⁶ BMT NU Jawa Timur, diakses melalui <https://bmtnujatim.com>, diakses 25 April 2023.

³⁷ Imam Ma'arif di wawancarai oleh penulis, Jember, 10 Mei 2023.

2. Visi dan Misi BMT NU Jawa Timur

Visi misi BMT ini yakni:

a. Visi BMT NU Jawa Timur

Diwujudkan bmtnu yang amanah, jujur serta profesional supaya memberikan pelayanan yang unggul untuk kinerja dengan terbentuknya beberapa kantor cabang yang mandiri dan sejahtera.

b. Misi BMT NU Jawa Timur

1) Pemberian pelayanan prima bina usaha serta solusinya untuk anggotanya menjadi hal utama.

2) Penerapan serta pengembangan penilaian Syariah yang nyata supaya menjadi hal yang untuk pengelolaan usahanya profesional serta amanah

3) Perwujudan ditunjukkannya dan laba dengan berkelanjutan supaya dapat mendirikan beberapa kantor cabang

4) Keutamaan serta menghimpunan biaya atas dasar disalurkan biaya pada segmen UMKM dengan seseorang ataupun jamaah

5) Perwujudan himpunan serta penyaluran zakat infak sedekah

6) Mewujudkan perhimpunan serta penyaluran SDA yang memiliki kualitas profesional serta mempunyai pengintegrasian yang tinggi

7) Pengembangan budaya serta lingkungan kerja yang ramah serta sehat dengan pengelolaan yang hati-hati

- 8) Penciptaan kondisi yang baik untuk sumber daya yang menjadi kebanggaan pada pengabdian tanpa batas serta pelayanan dengan ikhlas untuk mewujudkannya
- 9) Peningkatan kepedulian serta tanggung jawab pada lingkungannya serta jamaahnya.

c. Tujuan BMT NU Jawa Timur

- 1) Kegiatan meratakan ditumbuhkannya layanan BMT yang luas serta efektif supaya bisa melayani kegiatan usaha
- 2) Pemberantasan pada jenjangnya kota serta Desa diakibatkan penjangkauan BMT yang luasnya tidak bisa dijangkau
- 3) Pengatesan pada bisnis kecil ataupun besar yang memperoleh akses untuk memudahkan usaha besar yang ada pada jurang pemisah dikembangkan usaha besar dan usaha kecil melalui dukungan BMT untuk memberikan biaya bisnis kecil untuk pengurangan kesenjangan yang dialami
- 4) Pengurangan capital outflow desa di daerah pusat
- 5) Ditingkatkannya rasa mandiri melalui faktor produksi.

3. Produk BMT NU Jawa Timur Cabang Jenggawah

Adapun beberapa produk layanan yang di punyai BMT NU cabang Jenggawah yakni:³⁸

³⁸ Observasi di BMT NU Jawa Timur Cabang Jenggawah Jember, 10 Mei 2023.

a. Produk Tabungan

1) SIAGA (Simpanan Anggota)

Disediakan untuk masyarakat dengan memiliki minat menjadi anggota BMT NU melalui output dengan keuntungan dengan laba 70% dalam pemakaian akan *musyarakah* yakni tabungan ini dilakukan pembayaran rp100.000 untuk siaga wajib rp20.000 dan siaga khusus dibayarkan kapan saja dengan setoran minimal rp100.000 harga pokok dan wajib bisa dilakukan penarikan dan pemberhentian anggota tetapi bisa ditarik melalui ketetapan yang berlaku.

2) SIDIK Fathonah

Penyimpanan ini dilakukan untuk menggapai tujuan pendidikan yang Paripurna dengan pemerolehan pembagian hasil 45% keuntungan serta pemakaian akad *mudhorobah mutalaqah* ini dilakukan penyetaraan kapan saja dengan penarikan di tahun ajaran baru serta awal semester dengan setoran 2.5000 serta selanjutnya 500.00.

3) SAJADAH

Penyimpanan ini merupakan penyimpanan yang dinikmati di awal dengan mendapatkan hadiah langsung tanpa diundi memakai akad *wadiah* bisa dilakukan penarikan sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan.

4) SIBERKAH

Laba yang dilimpahkan sekitar 65% memakai akad *mudharabah mutlaqah* dengan minimal 500.000 setoran pada jangka periode per tahun.

5) SAHARA (Simpanan Haji dan Umrah)

Penyimpanan yang bisa didapat dengan penilaian haji serta umroh untuk mendapatkan laba dengan 65% melalui tambahan biaya haji serta umroh melalui pemakaian akad *mudharabah mutlaqah* dengan penyetoran awal sejuta dan selanjutnya menggunakan setelan sesuai yang dipunya serta bisa ditarik kapan saja.

6) SABAR (Simpanan Lebaran)

Penyimpanan yang bisa memberikan kemudahan pada masyarakat dengan pemenuhan kebutuhan individu di hari raya dengan keuntungan 55% memakai akad *mugharabah mutlak* melalui setoran 25.000 serta selanjutnya 5000 disetorkan kapan saja dan dilakukan penarikan di bulan Ramadan.

7) TABAH (Tabungan *Mudharabah*)

Tabungan yang bisa memudahkan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari melalui ditariknya kapan saja dengan laba 40% memakai akad *mudharabah mutlaqah* di awal setoran 10.000 selanjutnya 2500.

8) TARAWI (Tabungan *Ukhrawi*)

Tabungan yang diamankan tanpa kehilangan tabungan yang disediakan kepada fakir mistik dan yatim piatu maka akan melalui setoran 25.000 dan selanjutnya 5000 dengan bagi laba 50%

b. Produk Pembiayaan

1) *Al-qordlul Hasan*

Biaya melalui jasa seikhlasnya dengan ketentuan waktu yang telah ditentukan melalui angsuran bulanan dan tahunan.

2) *Murabahah* dan *Ba;I Bitsamanil Ajil*

Biaya melalui pola penjualan barang dengan harga pokok sesuai dengan yang disepakati dengan perbedaan harga jual melalui keuntungan di BMT NU melalui waktu maksimal 36 bulan dengan angsuran bulanan dan *Ces Tempo*.

3) *Mudharabah* dan *Musyarakah*

Biaya modal yang diperlukan ataupun modal kerja melalui bagi hasil disesuaikan dengan keuntungan yang disesuaikan dengan kesepakatan ataupun modal dengan jangka waktu 36 bulan melalui angsuran bulanan tahunan dan *cas Tempo*.

4) *Rahn/Gadai*

Biaya melalui penyerahan barang dan jasa atau bukti melalui kepemilikan barang dengan penanggungan peminjaman dengan maksimal 92% dari harga barang yang dipinjamnya masa pinjaman dengan kemaksimalan 4 bulannya dan dilakukan

pemanjangan emas maximal 3 kali barang yang telah dilakukan penyediaannya misalnya seperti emas ataupun lain yang lain biaya dilakukan penaksiran serta uji barang dengan pertanggungjawaban kepemilikan barang dan BMT NU memperoleh ongkos untuk ditetapkan negara sebesar Rp.600 dengan kelipatan 10.000 setiap barangnya.

5) Pembiayaan Tanpa Jaminan

Layanan berbasis jamaah merupakan pelayanan untuk setiap orang yang memiliki penghasilan melalui pembentukan kelompok.

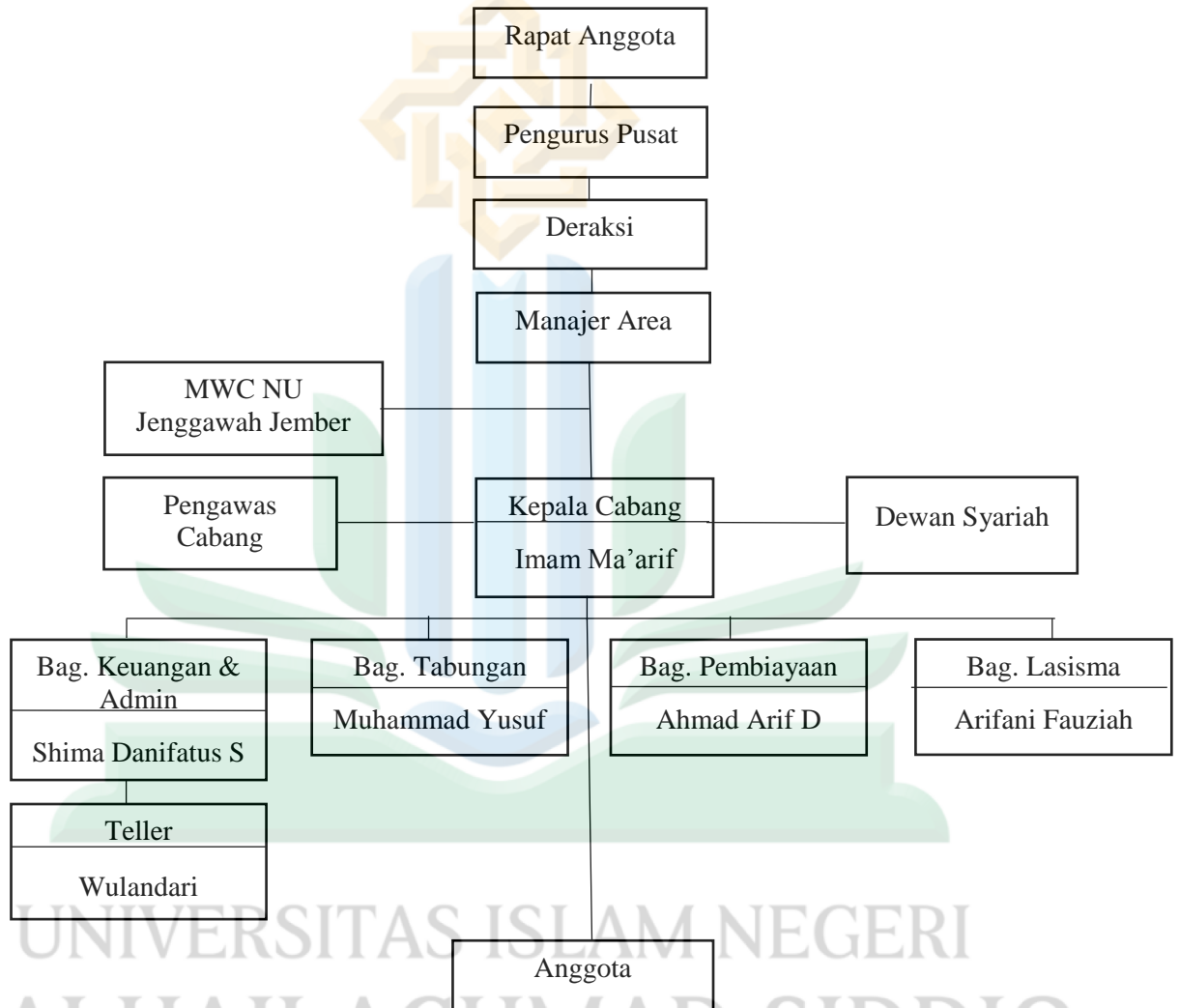
6) Pembiayaan Hidup Sehat

Biaya hidup sehari-hari yakni kesiapan untuk anggota yang mempunyai jamban ataupun air bersih yang sehat melalui akad *murabahah*.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

4. Struktur Organisasi BMT NU Jawa Timur

Gambar 4.1
Struktur Organisasi BMT NU Jawa Timur Cabang Jenggawah



Sumber: Kantor BMT Nu Jawa Timur Cabang Jenggawah Jember.

5. Tugas dan Wewenang

a. Kepala Cabang

- 1) Pertanggungjawaban pada direksi untuk pengurusan pusat
- 2) Pembawaan terkait dengan biaya serta administrasian biaya serta

3) Fungsi:

- a) Penentuan arah kegiatan serta pengelolaan kantor cabang keseluruhan untuk terwujudnya visi misi
- b) Pimpinan jalannya kantor cabang BMT NU yang profesional
- c) Pertanggungjawaban pada kinerja
- d) Penjagaan kelangsungan serta pengembangan kegiatan kantor cabang minimal
- e) Perwakilan KSPP syariah dan BMT NU untuk melakukan pelaksanaan di setiap pertemuan
- f) Melakukan kegiatan kerja sesuai dengan AD/ART
- g) Pengelolaan intern untuk dijaminannya terselenggara audit
- h) Hal penetapan strategi untuk kebijakan koperasi sesuai dengan prinsip ini pengertian diselenggarakannya
- i) Pelaksanaan tata kelola koperasi yang baik
- j) Pengupayaan terjadinya likuiditas untuk peraturan
- k) Pengelolaan biaya lanjutan temuan serta perekonomian pengurus pusat ataupun direksi
- l) Pembinaan hubungan dengan mitra kerja
- m) Pengawasan dan monitoring pengelolaan dan
- n) Pemrosesan perekrutan dan diberhentikannya anggot.

4) Tugas pokok dan tanggung jawab

- a) Pemastian dilaksanakannya pelayanan dengan pemuasan pelanggan

- b) Pemantauan peralatan dan pengusaha limit
- c) Pencarian alternatif sumber biaya
- d) Pembantuan tugas
- e) Pelaksanaan pemeriksaan kas
- f) Melakukan kontrol ataupun cek
- g) Pengendalian aktivitas funding dan lending
- h) Hal pemberian rasa setuju serta tidak setuju untuk biaya
- i) Pembuatan persetujuan survei biaya
- j) Pendetangan perjanjian akad mudharabah
- k) Pelaksanaan peralatan biaya
- l) Pemimpinan rapat dalam pembahasan capaian sasaran d
- m) Pengadaan evaluasi untuk pencapaian sasaran
- n) Penyelenggaraan rapat melalui pelaporan perkembangan cabang
- o) Penyelesaian kasus dengan dikaitkan pada anggota
- p) Pelaksanaan pengevaluasian serta direalisasikannya problem yang dihadapi
- q) Pemimpinan rapat koordinasi serta revolusi bulanan
- r) Pelaksanaan manajemen kspp
- s) Pelaksanaan kontrol keseluruhan setiap arahan
- t) Pengupayaan terjadinya likuiditas hukum
- u) Pemberian masukan pada seseorang pengelola

- w) Pelaksanaan penganalisaan laporan sesuai dengan keadaan pasar
- x) Menjalin hubungan serta mitra untuk penanganan problem
- y) Pembuatan surat keputusan kas
- z) Penerimaan keuangan
- aa) Pemutusan diterima atau diberhentikan anggota
- bb) Pemeliharaan kerukunan pengelola
- cc) Penjagaan kondisi kerja yang aman-aman
- dd) Peningkatan kualitas sumber daya
- ee) Pengendalian SDM yang baik
- ff) Pemantauan kemampuan bawahan
- gg) Pertanggungjawaban penelitian serta
- hh) Pengembangan setiap problem karyawan
- ii) Pemerhatian pengembangan SDI
- jj) Penyusunan visi misi
- kk) Penyusunan risk management
- ll) Pembuatan surat putusan untuk jaminan dan
- mm) Pelaksanaan pengunjungan pengamatan untuk pencegahan resiko
- nn) Pelaksanaan pembinaan kegiatan yang dilakukan oleh anggota
- oo) Pengajuan RK dan rapb kantor cabang

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
MEMBER

pp) Penyediaan bukti serta wawasan yang nyata di pelaksanaan rencana strategis pasar yang dipadukan dengan efektif serta efisien.

qq) Pelaksanaan tindakan dengan dicegahnya supaya kebijakan yang diambil tidak mengalami penyimpanan penyimpanan.

5) Wewenang

a) Ditindak sesuai dengan direksi untuk pengelolaan kegiatan usaha

b) Pengambilan putusan strategi dalam kemajuan usaha

c) Pengaturan dan pengelolaan segala kegiatan usaha

d) Penyetujuan dan penolakan putusan

e) Penyesuaian serta penolakan pengajuan pengeluaran biaya

f) Penolakan biaya yang merugikan

g) Penyetujuan atau penolakan pengajuan aktivitas tetap hal

h) Penyetujuan atau penolakan pemakaian uang yang tidak sesuai

arah

i) Pengusulan pengangkatan serta pemberhentian anggota

j) Pemberian teguran serta sanksi

k) Pelaksanaan nilai serta evaluasi pengadaan kerjasama melalui pihak yang berkepentingan dan

l) Pendatanganan perjanjian kerjasama dan

m) Pelaksanaan eksekusi barang jaminan serta persetujuan

b. Bagian Keuangan dan Administrasi Umum

- 1) Pertanggungjawaban untuk kepala cabang
- 2) Pembawaan pada teller dan pelayanan.
- 3) Fungsi:
 - a) Pertanggungjawaban dan pengarsipan sebagai kegiatan interaksi saksian dalam kebenaran memperoleh transaksi sesuai dengan keakuratan
 - b) Pertanggungjawaban dalam mengelola keuangan kantor
 - c) Pemberian pelayanan untuk anggota mitra
 - d) Pertanggungjawaban pada arti administrasian yang disesuaikan dengan dibukanya rekening penyimpanan
 - e) Pertanggungjawaban untuk pemenuhan sarana logistik kantor cabang.
- 4) Tugas pokok dan tanggung jawab
 - a) Layanan secara prima untuk pengganti
 - b) Pemastian dilaksanakannya pelayanan yang memuaskan
 - c) Pemberian kejelasan terkait dengan produk
 - d) Bertindakan accounting cabang
 - e) Tindakan pelayanan yang tidak terbentuk
 - f) Pembantuan tugas pelayanan
 - g) Penilaian dan pengevaluasian kinerja teller
 - h) Pemerintah ringan pelaporan fix teller
 - i) Pelaksanaan transaksi teller

- j) Penghitungan dan pemeriksaan uang tunai
- k) Pelaksanaan diperiksanya kas akhir
- l) Pemberian pelaporan situasi pengarsipan
- m) Pelaporan keuangan serta berkas lainnya dan
- n) Pelaksanaan evaluasi kontrol untuk kegiatan penghematan apabila terjadi hal yang tidak diduga
- o) Pembuatan pelaporan kas untuk penyampaian pada cabang
- p) Pembuatan pelaporan
- q) Pembuatan penganalisis dan laporan uang dan laporan arus
- r) Pemantauan likuiditas perkantoran cabang
- s) Pemantauan anggota dan
- t) Peralatan kontrol untuk tugas dan administrasi keuangan
- u) Permintaan pihak-pihak untuk bertanggung jawaban pada dana kspps
- v) Pelaksanaan rancangan anggaran rumah tangga serta pengajuan untuk kepala cabang
- w) Pertanggungjawaban untuk berbagai kegiatan yang telah ditetapkan
- x) Pembuatan pelaporan untuk kepala cabang secara berkala
- y) Dengan pertanggungjawaban aktivitas keuangan
- z) Pemeriksaan beserta pendatangan dokumen dikaitkan dengan berbagai keuangan

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ

J E M B E R

- aa) Perjalanan usaha yang diminta oleh atasan sesuai dengan bidangnya
- bb) Persetujuan pengeluaran kas untuk penarikan tabungan dalam batas kewenangan
- cc) Pelaksanaan rekonsolidasi keuangan antara pusat dengan cabang di akhir tahun
- dd) Pertanggungjawaban sebelum keuangan pada pola cabang objek
- ee) Pertanggungjawaban pemunculan saran dan logistik kantor cabang
- ff) Pemeliharaan seluruh kegiatan
- gg) Pertanggungjawaban pada layanan jasa transfer tagihan listrik dan tagihan lainnya.
- hh) Pemrosesan pembuatan kartu tanda anggota serta kartu
- ii) Pelaksanaan kontrol untuk kehadiran karyawan
- jj) Pembuatan proyek kapital rekapitulasi hadirnya karyawan
- kk) Pembuatan draft daftar gaji yang telah disetujui pembimbing
- ll) Dokumentasian segala arsip dengan ketentuan prestasi
- mm) Persiapan pemasukan serta pengeluaran anggota serta mitra pelayanan serta pembahasannya pada rapat
- nn) Penyediaan serta pengaturan administrasi kantor cabang
- oo) Pembantuan pemimpin
- pp) Penyampaian pelaporan dikembangkannya keuangan

qq) Dengan kepala cabang melakukan penyusunan visi misi.

5) Wewenang

- a) Pertanggungjawaban pada pengadaan sarana logistik kantor cabang
- b) Penyimpanan serta administrasi dokumen yang dihubungkan dengan transaksi keuangan
- c) Pengeluaran laporan keuangan untuk keperluan internet dilakukan
- d) Penganalisaan keuangan
- e) Pelaksanaan pengevaluasian dilakukan dengan kepala cabang
- f) Pengaturan serta dilakukan tim segala aktivitas untuk pelaksanaan pelayanan dan administrasian pengadaan publik
- g) Pemajuan biaya operasional serta kebutuhan lain yang memerlukan kebutuhan serta pendukung administrasi
- h) Pengaturan serta pelaksanaan tindakan pada penjagaan perlindungan kekayaan
- i) Pengajuan pembiayaan operasional serta kebutuhan yang diperlukan
- j) Bersama-sama dengan kepala cabang.
 - (1) Menyetujui serta menerapkan keputusan persetujuan biaya
 - (2) Persetujuan penolakan pengajuan penalaran biaya dengan apa yang diterima

(3) Persetujuan penolakan diajukannya membelinya aktivitas tetap

(4) Persetujuan atau pengenalan uang kantor yang tidak sesuai prosedur

(5) Penentuan penetapan limit kas teller serta kebijakan untuk pengecualian pelaksanaan transaksi yang tidak melampaui limit.

c. Bagian pembiayaan

1) Pertanggungjawaban pada kepala cabang

2) Pembawaan jurus survei dan juru tagih.

3) Fungsi:

a) Pertanggungjawaban serta pengelolaan prosedur biaya

b) Pengusahaan diraihnya pasaran produk biaya sesuai dengan sasaran yang dilakukan

c) Pengusahaan dilaksanakannya survei wilayah serta kepatuhan biaya sesuai dengan deposisi-divisi pembiayaan

d) Pertanggungjawaban untuk penagihan tunggakan biaya.

4) Tugas pokok dan tanggung jawab

a) Tindakan sebagai juru bagi dan juru survei apabila belum dibentuk

b) Pembantuan tugas guru tagis dan jurus survei

c) Penilaian serta pengevaluasian juru tadi dan jurus survei

- d) Pelaksanaan penjemputan biaya angsuran untuk pedagang kecil asongan
- e) Pertanggungjawaban serta pengertian restorasi biaya
- f) Dilaksanakan pengaturan akad pengikatan agunan teguran angsuran pelunasan dan lain sebagainya
- g) Pemastian seluruh pengajuan biaya yang telah dilakukan pemrosesan
- h) Pertanggungjawaban pada dilaksanakannya kegiatan biaya yang telah terealisasi
- i) Pelaksanaan survei untuk kelayakan calon nasabah
- j) Penginvestarian harga yang dimiliki kaitan dengan mitra
- k) Pemantauan fluktuasi harga emas serta barang-barang lain untuk pemantauan taksir rahn
- l) Monitoring realisasi angsuran dengan dilunaskan biaya dan
- m) Pemantauan jadwal angsuran serta pelunasan biaya dan
- n) Pemberian surat ketegangan biaya diteruskan pada juru tagih
- o) Pemonitoringan saldo biaya masing-masing
- p) Pemonitoringan tingkat mobilitas biaya dalam diteruskannya pada kepala cabang
- q) Penyusunan rencana biaya yang memiliki masalah
- r) Pelaksanaan penagihan tunggakan biaya
- s) Pelaksanaan komunikasi melalui anggota yang dikaitkan

- t) Pembuatan penganalisa saluran biaya di setiap bulan
- u) Pencarian terbesar untuk perumusan disalurkan dana
- v) Penyusunan strategi pensosialisasianpromosi dalam peningkatan kemajuan produk
- w) Penjajahan mitra khusus untuk penanganan bermasalah
- x) Pertanggungjawaban untuk berbagai prosedur yang telah ditentukan
- y) Pembuatan pelaporan kegiatan kepala cabang yang memiliki pertanggungjawaban pengaktifitan biaya
- z) Diperiksanya serta ditandatanganinya dokumen yang terkait dengan biaya
 - aa) Perjalanan tugas serta atasan sesuai dengan kinerjanya
 - bb) Pembuatan serta pengevaluasian produk hasil
 - cc) Penginvestarian problem saluran biaya
 - dd) Penyampaian pelaporan perkembangan biaya untuk pengurus

pusat

ee) Bersama-sama dengan kepala cabang:

- (1) Disusunnya visi misi dan strategis
- (2) Pengusahaan dicapainya target
- (3) Dengan secara berkala melakukan kunjungan pasar untuk mengetahui kemampuan yang dikembangkan
- (4) Pelaksanaan penganalisis laporan keadaan pasar serta

5) Wewenang

- a) Pertanggungjawaban dilaksanakannya peraturan serta kebenaran kontraksaksian yang memiliki kaitan dengan biaya
- b) Pelaksanaan pengunjungan lapangan serta penagihan tunggalkan biaya
- c) Pengeluaran pelaporan biaya dalam keputusan intern dan
- d) Pengaturan dan pelapukan tindakan untuk rangka menjaga kekayaan
- e) Pengarahan manajemen di bawahnya
- f) Pemberian persetujuan penolakan permohonan biaya sesuai dengan wewenangnya bersama kepala cabang
- g) Melakukan persetujuan atau penolakan biaya yang dilakukan pengeluaran
- h) Pengajuan pembiayaan operasional serta dibutuhkannya untuk pendukungan pekerjaan di bidang pembiayaan untuk cabang yang ditentukan.³⁹

6. Kegiatan Pokok Instansi/Perusahaan

Terdapat 3 jenis kegiatan pokok yaitu:

a. Lasisma (Layanan berbasis jamaah)

Lasisma itu sendiri merupakan salah satu produk pembiayaan yang dimiliki oleh BMT NU Jawa Timur Cabang Jenggawah. Layanan ini merupakan layanan pembiayaan berbasis kelompok yang terdiri

³⁹ Buku Materi Diklat Calon Pengelola KSPP. Syari'ah BMT NU Jawa Timur.

dari minimal 5 orang dan maksimal 20 orang yang berusia 17 tahun – 60 tahun, Adapun persyaratan lainnya adalah berupa fotocopy KTP dan KK, memiliki usaha, dan memiliki kemauan dan kemampuan untuk membayar dengan baik. Biasanya lasisma melakukan angsuran pembiayaan tersebut dan melakukan pertemuan forsa baik mingguan atau 2 mingguan.

b. Tabungan

Dengan menabung dapat membuat masyarakat bertransaksi dengan mudah, transparan dan bisa cek saldo melalui mobile BMT NU (BMT NU Q). uang tabungan setiap harinya selalu ditarik oleh pengelola tabungan itu sendiri sehingga aman dan dikelola secara professional dan Amanah, selain itu uang tabungan dapat diambil sewaktu-waktu oleh mitra. Selain itu juga, bebas biaya administrasi bulanan dan dapat dijadikan jaminan pembiayaan/jaminan.

c. Survey

Survey juga merupakan kegiatan kunjungan kepada setiap rumah mitra yang mengajukan pembiayaan untuk disurvei kepada pihak BMT NU Jawa Timur Cabang Jenggawah. Dengan menyurvei lokasi rumah, pekerjaan, pendapatan dan bagaimana dalam selingkupnya.⁴⁰

⁴⁰ Observasi di BMT NU Jawa Timur Cabang Jenggawah Jemberr, 10 Mei 2023.

B. Penyajian Data dan Analisis

1. Strategi pemasaran pada produk simpanan anggota (SIAGA) di BMT NU Jawa Timur Cabang Jenggawah.

Strategi pemasaran adalah suatu cara dan prosedur untuk memasarkan produk. Dalam hal ini banyak hal yang harus diputuskan yaitu pasar sasaran, penetapan posisi, bauran pasaran dan budget untuk pemasaran, berdasarkan hasil wawancara pada tanggal 24 Mei 2023 oleh Bapak Imam Ma'arif selaku Kepala Cabang BMT NU Jawa Timur Cabang Jenggawah yang mengatakan bahwa:

Untuk awal produk simpanan anggota (SIAGA) memang tidak terlalu lancar untuk promosi, cuma yang menarik kepada khalayak publik 85% penabung jenggawah harus dipancing dengan produk simpanan dan pembiayaan lainnya. Tapi setelah anggota BMT NU ini lama dan sudah mempercayai uangnya aman di BMT NU, baru kita sampaikan dan jelaskan SIAGA ini memiliki bagi hasil yang cukup besar dibandingkan yang lainnya yaitu 70% tetapi SIAGA ini tidak bisa diambil kapan saja, ada ketentuannya. Adanya SIAGA Khusus, SIAGA Pokok dan SIAGA Wajib. Selebihnya kalo promosi SIAGA itu lewat jalur pembiayaan yaitu 10% dari pencairan sudah pasti masuk ke tabungan SIAGA. Jadi untuk promosi langsung dari awal minatnya rendah karena pengambilannya ada ketentuan waktu dan juga tidak bisa diambil semua. Dan juga tidak merasakan SHU itu.⁴¹

Pernyataan tersebut serupa dengan Bapak Yusuf selaku pegawai/staff bagian penarik tabungan pada tanggal 28 Mei 2023 bahwa:

Pemasaran SIAGA dari awal pembukaan tabungan, orang tersebut bisa menabung karena mempunyai SIAGA. Untuk menabung itu saya daftarkan SIAGA terlebih dahulu, setelah daftar SIAGA orang tersebut kan fokus ke tabungan harian (TABAH) tapi di sisi lain juga mempunyai tabungan SIAGA baru lewat itu saya pemasaran SIAGA. Kalo dari pertama saya tidak memasarkan SIAGA karena SIAGA ini tidak bisa sewaktu-waktu diambil jadi

⁴¹ Imam Ma'arif, diwawancarai oleh penulis, Jember, 24 Mei 2023.

peminatnya kurang. Soalnya kan SIAGA, minimal per nabung kalo sewaktu-waktu nabung kan Rp 100.000,00, kalo perbulan Rp 20.000,00. Misalkan tanggal 1 Januari nabung Rp 100.000,00 sampai tanggal 1 Mei jadi kan Rp 500.000,00 karena satu bulan satu kali / per tanggal 1. tahun depan jika mau ambil tabungan tgl 3 Mei yang bisa diambil hanya Rp 300.000,00, mau diambil semua nunggu tanggal 5 Mei tapi tanggal 3 sudah ambil, tidak bisa itu harus nunggu lagi tahun depan. Biasanya saya mengadakan sistem cicilan karena Rp 100.000,00 setiap hari mungkin cukup berat, jadi setiap harinya mitra menabung Rp 5.000,00 . Jika sudah terkumpul Rp 100.000,00 bisa langsung di input oleh teller. Sistem cicilan ini cukup meningkatkan peminat produk simpanan anggota (SIAGA). Kalo tentang presentase bagi hasil itu tidak bisa ditentukan berapa rupiah pastinya karena itu sudah di tentukan di pusat. Soalnya kalo di Syariah itu harus jelas, jadi kalo dapat untung nya segini baru bagi hasil di perhitungkan.⁴²

Peneliti juga melakukan wawancara dengan mitra aktif BMT NU Jawa Timur Cabang Jenggawah, bagaimana tanggapan mitra terhadap simpanan anggota (SIAGA), wawancara dengan Bapak Muhammad Yasin selaku mitra pada tanggal 28 Mei 2023. Beliau mengatakan bahwa:

Saya penabung SIAGA di BMT NU Jawa Timur Cabang jenggawah, memang peminatnya kurang karena ini bentuk investasi yang tidak bisa di ambil kapan saja uangnya. Karena kebanyakan orang memilih tabungan yang bisa di ambil kapan saja saat mereka butuh. Tetapi ini juga baik untuk seseorang yang ingin menabung yang memang niatnya untuk beberapa tahun lagi. Ini bisa di pasarkan ke orang-orang yang mau menabung tetapi mereka ambil uang ini atau butuh uang ini tidak dalam waktu yang dekat. Saya juga menabung simpanan anggota (SIAGA) untuk jangka Panjang, tidak untuk diambil dalam waktu dekat ini.⁴³

Pernyataan diatas ditambahkan oleh Siti Mutmainnah selaku mitra BMT NU Jawa Timur Cabang Jenggawah pada saat wawancara pada tanggal 28 Mei 2023, bahwa:

⁴² Yusuf, diwawancarai oleh penulis, Jember, 28 Mei 2023.

⁴³ Muhammad Yasin, diwawancarai oleh penulis, Jember, 28 Mei 2023.

Tabungan SIAGA ini bisa di pasarkan ke orang-orang yang niatnya menyimpan uangnya beberapa tahun kedepan atau yang masih belum butuh uang tersebut dalam waktu jangka pendek. Mungkin bisa dipasarkan ke orang-orang yang mempersiapkan masa depannya karena ini seperti investasi atau tanam modal jadi keuntungannya kan cukup besar, untuk penyimpanan lama jadi menguntungkan penabung.⁴⁴

Dari hasil wawancara diatas dapat dinyatakan bahwa pemasaran produk simpanan anggota (SIAGA) di BMT NU Jawa Timur Cabang Jenggawah 85% penabung jenggawah harus dipancing dengan produk simpanan dan pembiayaan lainnya. Tidak langsung mengenalkan produk simpanan anggota (SIAGA) tetapi memasarkan ke orang-orang yang memang sudah lama menjadi anggota dan percaya bahwa uangnya aman jika di BMT NU Jawa Timur Cabang Jenggawah. Dan juga bisa dari memasarkan produk pembiayaan karena 10% dana pencairan itu masuk ke simpanan anggota. Dan juga adanya sistem cicilan yang bisa meningkatkan minat anggota untuk produk SIAGA, karena bagi mereka Rp 100.000,00 itu cukup besar, maka diadakannya sistem cicilan. Produk SIAGA bisa dipasarkan kepada orang-orang yang mempunyai niat untuk menyimpan uangnya beberapa tahun kedepan atau dalam waktu dekat tidak membutuhkan uang tersebut.

Peneliti melakukan wawancara kepada bapak Imam Ma'arif selaku Kepala Cabang BMT NU Jawa Timur Cabang Jenggawah pada tanggal 24 Mei 2023 mengenai dalam strategi pemasaran di BMT NU apa faktor utamanya, beliau menyatakan bahwa:

⁴⁴ Siti Mutmainnah, diwawancarai oleh penulis, Jember, 28 Mei 2023.

Untuk awal tumbuhnya instansi di sebuah lembaga mau tidak mau memang harus banyak-banyak bersilaturahmi. Dan juga kami koordinasi ke beberapa MWC, ranting dan juga ke muslimat. Jadi kalo berbicara tentang masalah SIAGA kayaknya masih belum untuk menyebarkan itu. Karena memang tidak menutup kemungkinan harus ada beberapa olah kata atau bahkan olah kalimat. Dalam hal ini penyampaianya yang sekiranya itu tidak rumit dan ribet tapi bisa dipahami secara baik oleh penerima tentang SIAGA.⁴⁵

Pertanyaan serupa oleh Bapak Yusuf selaku Pegawai/Staff bagian penarik tabungan pada tanggal 28 Mei 2023, beliau menyatakan bahwa:

Faktor utamanya yaitu memperkenalkan produk SIAGA dan menjelaskan agar mereka benar-benar paham bahwa SIAGA ini tabungan jangka panjang dan juga bagi hasilnya lebih besar dari produk simpanan lainnya yang ada di BMT NU Jawa Timur. Tapi memang minus nya tidak bisa di ambil sewaktu-waktu.⁴⁶

Hasil dari wawancara di atas dapat diketahui bahwa faktor utama pemasaran yaitu harus banyak-banyak bersilaturahmi dan juga koordinasi ke beberapa MWC, ranting dan muslimat. Dari awal memperkenalkan produk SIAGA dan menjelaskan bahwa SIAGA itu ada tiga, SIAGA Pokok, SIAGA Wajib dan SIAGA Khusus. Pada produk ini juga bagi hasilnya lebih besar dari produk lainnya yaitu 70% dan produk SIAGA adalah tabungan jangka panjang, Dengan penjelasan yang tidak rumit atau gampang di mengerti.

Dalam pelaksanaan pendaftaran simpanan anggota (SIAGA) di BMT NU Jawa Timur Cabang Jenggawah, peneliti melakukan wawancara dengan Bapak Imam Ma'arif selaku Kepala Cabang BMT NU Jawa Timur Cabang Jenggawah Jember, beliau menyatakan bahwa:

⁴⁵ Imam Ma'arif, diwawancarai oleh penulis, Jember, 24 Mei 2023.

⁴⁶ Yusuf, diwawancarai oleh penulis, Jember, 28 Mei 2023.

Saat ada anggota yang akan mendaftar produk simpanan anggota (SIAGA), saya menjelaskan terlebih dahulu tentang simpanan anggota (SIAGA) itu bagaimana, bahwa masyarakat yang berminat menjadi anggota sekaligus pemilik BMT NU dengan bagi hasil yang menguntungkan yaitu 70% dari SHU menggunakan akad *musyarakah*. SIAGA ini ada tiga, yaitu terdiri dari SIAGA Pokok yang dibayar satu kali sebesar Rp 100.000,00, sedangkan SIAGA Wajib perbulan Rp 20.000,00 dan SIAGA Khusus dibayar kapan saja dengan setoran minimal Rp 100.000,00. SIAGA Pokok dan wajib hanya bisa ditarik saat berhenti dari keanggotaan sedangkan SIAGA Khusus bisa ditarik sesuai dengan ketentuan yang berlaku.⁴⁷



Gambar 4.1
Dokumentasi Pendaftaran Mitra Sebagai Anggota BMT NU
Jawa Timur Cabang Jenggawah

2. Cara meningkatkan produktivitas pada produk SIAGA di BMT NU **Jawa Timur Cabang Jenggawah.**

Cara untuk meningkatkan produktivitas pada produk SIAGA , disampaikan pada wawancara oleh Bapak Imam Ma'arif selaku Kepala Cabang BMT NU Jawa Timur Cabang Jenggawah pada tanggal 24 Mei 2023, beliau menyatakan bahwa:

⁴⁷ Imam Ma;arif, diwawancarai oleh penulis, Jember 24 Mei 2023.

Karena jalan satu-satunya promosi, yang jelas berkembang tapi perkembangannya dikatakan tidak signifikan dalam artian berkembang. Ketika ada orang paham jika SIAGA ini bagus dan juga uangnya aman di BMT dan lain sebagainya. Cuma perkembangannya tidak signifikan. Salah satunya jalur bagaimana untuk meningkatkan produktifitas SIAGA itu biasanya kami promosi di pembiayaan. Semakin banyak orang pinjam semakin banyak 10% yang dimasukkan kepada SIAGA, contoh kecil saja seandainya pinjamannya Rp 1.000.000,00 yang masuk di tabungan 10% (Rp 100.000,00). Dan masih di imbangi lagi dengan LASISMA, contohnya jika cair pinjamannya Rp 1.800.000,00 itu pasti 10% (Rp 180.000,00) yang masuk ke simpanan anggota (SIAGA) karena berkelompok 5 orang jadi tinggal dikalikan Rp 180.000,00 dikali 5 hasilnya Rp 900.000,00 yang masuk ke simpanan anggota (SIAGA) dan di tambah lagi perbulannya Rp 20.000,00 dikalikan 12 berarti positif per orang Rp 240.000,00 ini masih dikali 5 orang jadinya yang masuk ke simpanan anggota (SIAGA) berkelompok (5 orang) Rp 1.200.000,00 setiap tahun. Mau tidak mau kita harus gembor-gembor pembiayaan. Dengan beberapa ketentuan, jika berbicara tentang pinjaman berarti tidak boleh ada paksaan karena kalo sudah paksaan, berarti kita memaksa kehendak kita untuk bagaimana kita untung. Tetapi di sisi lain orang yang bersangkutan tidak mau pinjam. Biasanya kalo pinjaman saya tidak terlalu memaksa, tetapi kalo tabungan saya paksa. Karena dari paksaan menabung itu kita berarti memaksa uang orang tersebut aman di kita, selain itu kita juga ada beberapa target yang harus kita capai jempunan atau secara finansial.⁴⁸

Pernyataan serupa oleh Bapak Yusuf selaku Pegawai/Staff bagian

penarik tabungan BMT NU Jawa Timur Cabang Jenggawah Jember pada wawancara 28 Mei 2023, beliau mengatakan bahwa:

Kadang kita loby ke orang, kalo di BMT NU Jawa Timur ini ikan masih berbadan koperasi, koperasi itu dananya dari rakyat dan untuk rakyat jadi kompromi dengan penabung “Ini BMT NU kurang modal anda kalo mau investasi atau tanam saham bisa di produk SIAGA”. Seharusnya kalo di koperasi itu ada prosedurnya, biasanya per penabung punya kewajiban perbulannya itu Rp 20.000,00 di BMT NU Jawa Timur. Minimal punya investasi SIAGA Pokok Rp 100.000,00, jadi seharusnya semua penabung itu punya investasi minimal Rp 100.000,00. tapi kalo tetap dilanjut menabung minimal per bulan Rp 20.000,00 ini dinamakan SIAGA

⁴⁸ Imam Ma'arif, diwawancarai oleh penulis, Jember 24 Mei 2023.

Wajib. Di produk SIAGA ini kan memang ada tiga, SIAGA Pokok, SIAGA Wajib dan SIAGA Khusus, di SIAGA Khusus ini memang sudah khusus untuk orang yang sudah mampu, jadi ada orang yang menabung SIAGA tetapi seperti menabung tiap hari (TABAH). Kalo nabung khusus saja meskipun banyak tapi bagi hasilnya sedikit karena yang dihitung bagi hasilnya lebih besar itu SIAGA Wajib. Jika SIAGA Wajib dan SIAGA Pokok terpenuhi maka bagi hasil banyak. Biasanya saya melakukan cicilan tabungan untuk produk simpanan anggota(SIAGA) karena bagi mitra Rp 100.000 itu cukup banyak jadi mereka tiap minggu nabung ke saya Rp 20.000 nanti jika sudah Rp 100.000 maka langsung di input oleh teller.⁴⁹

Berdasarkan hasil wawancara di atas, meningkatkan produktifitas produk SIAGA adalah salah satunya promosi di pembiayaan dan LASISMA yaitu 10% dari pinjaman akan masuk ke SIAGA. Contohnya yaitu jika cair pinjaman Rp 1.000.000,00 maka 10% yang akan masuk di SIAGA adalah Rp 100.000,00 begitu juga dengan LASISMA jika cair pinjamannya Rp 1.800.000,00 maka 10% nya yaitu Rp 180.000,00 yang masuk ke SIAGA, karena LASISMA per kelompok ada 5 orang jadi Rp 180.000,00 di kalikan 5 yaitu hasilnya Rp 900.000,00 dan ditambah lagi perbulannya Rp 20.000,00 di kalikan 12 (1 tahun) hasil per orang adalah Rp 240.000,00 , Rp 240.000,00 masih dikalikan 5 (5 orang) hasilnya Rp 1.200.000,00 setiap tahun. Dan cara lainnya yaitu memasarkan ke orang-orang yang mau ber investasi atau tanam saham di BMT NU Jawa Timur. Ada juga sistem cicilan tabungan untuk produk SIAGA karena jika langsung Rp 100.000,00 ada anggota yang keberatan, sistem ini bisa menarik minat anggota untuk produk SIAGA.

⁴⁹ Yusuf, diwawancarai oleh penulis, Jember, 28 Mei 2023.

Dalam pernyataan wawancara Bapak imam Ma'arif selaku Kepala Cabang BMT NU Jawa Timur Cabang Jenggawah mengenai faktor yang mempengaruhi produktifitas pada produk SIAGA di BMT NU Jawa Timur Cabang Jenggawah , pada tanggal 24 Mei 2023, beliau menyatakan bahwa:

Bagi hasil adalah faktor utama, faktor yang paling besar menurut saya. Karena SIAGA ini investasi atau tanam modal jadi orang minatnya karena bagi hasil tersebut. Orang yang benar-benar ngerti dan jelas jika SIAGA ini bagi hasilnya besar dan beliau mempunyai uang lebih mungkin akan lebih tertarik ke produk SIAGA.⁵⁰

Pernyataan serupa oleh Bapak Yusuf selaku Pegawai/Staff bagian penarik tabungan, diwawancarai pada tanggal 28 Mei 2023, beliau menyatakan bahwa:

Salah satunya bagi hasil yang tinggi jadi orang pasti minat. Kalo misalkan tidak ada bagi hasil mungkin tidak ada yang nabung . karena pasti orang mikir kalo nabung ada hasilnya pasti orang semangat ,tapi kalo tidak ada hasilnya lebih baik nabung yang biasa (TABAH).⁵¹

Berdasarkan wawancara di atas, faktor utama dan faktor yang berpengaruh besar yaitu bagi hasil, karena ini kelebihan dari produk SIAGA di bandingkan produk BMT NU Jawa Timur yang lainnya. Bagi hasil sebesar 70% tetapi pengambilannya tidak bisa kapan saja karena ada ketentuannya.

⁵⁰ Imam Ma'arif, diwawancarai oleh penulis, Jember 24 Mei 2023.

⁵¹ Yusuf, diwawancarai oleh penulis, Jember, 28 Mei 2023.

C. Pembahasan Temuan

1. Strategi Pemasaran Pada Produk Simpanan Anggota (SIAGA) di BMT NU Jawa Timur Cabang Jenggawah.

Berdasarkan temuan yang dilakukan oleh peneliti bahwasannya strategi pemasaran pada produk simpanan anggota (SIAGA) yaitu adanya tahap awal untuk memperkenalkan lebih dalam dan menjelaskan tentang SIAGA yaitu simpanan anggota yang mana bagi hasil 70% karena produk ini seperti investasi atau tanam modal. Maka dari itu pengambilannya tidak bisa sewaktu-waktu. Dan strategi lainnya adalah dipancing dengan simpanan dan pembiayaan yang ada di BMT NU, tahap ini bisa berpengaruh jika mitra sudah lama menjadi anggota dan sudah percaya jika uang di simpan di BMT NU. Dengan adanya tahap sosialisasi bersama anggota MWC dan muslimat.

Hal ini sesuai dengan teori Kloter yang mengungkapkan bahwa strategi pemasaran yaitu harus menarik minat mitra dengan menawarkan berbagai produk, dan melakukan dengan media promosi yang dilakukan dengan cara sosialisasi. Dengan kata lain dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran ada beberapa tahap dari mulai memperkenalkan produk dengan menjelaskan produk tersebut.⁵²

Dari hasil temuan tersebut, strategi pemasaran menurut Muhammad Idris bahwa strategi bauran pemasaran karena

⁵² Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), 4.

mengkombinasikan maksimal sehingga memunculkan hasil yang diinginkan.

2. Meningkatkan produktifitas pada produk SIAGA di BMT NU Jawa Timur Cabang Jenggawah.

Berdasarkan temuan yang dilakukan peneliti bahwasannya cara meningkatkan produktifitas dan faktor utama yang mempengaruhi produktifitas pada produk simpanan anggota (SIAGA) adalah promosi pada produk pembiayaan. Semakin banyak orang pinjam semakin banyak juga 10% yang masuk di simpanan anggota(SIAGA) . dan ada pemasukan dari LASISMA, produk ini juga mengambil 10% dari tiap orang untuk di masukkan di simpanan anggota (SIAGA). Dengan memasarkan *door to door* karena bisa memberi penjelasan terhadap produk simpanan anggota (SIAGA).

Dari hasil di atas bahwasannya produk simpanan anggota juga ada pemasukan melalui produk pembiayaan 10% dari dana pinjaman. Agar stabilitas keuangan tetap terjaga dengan baik. Dan keseimbangan keuangan BMT NU Jawa Timur Cabang Jenggawah tidak mengalami adanya pengeluaran yang tinggi tetapi pemasukan rendah.

Hasil penelitian terdahulu dari Kurtz mengungkapkan bahwa strategi pemasaran dengan strategi *door to door* dilakukan untuk berhadapan langsung dengan nasabah, akan terjalin komunikasi yang hidup dan akan langsung berinteraksi dengan nasabah.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Strategi yang dilakukan BMT NU Jawa Timur Cabang Jenggawah dalam memasarkan produk simpanan anggota (SIAGA) saat ini adalah dengan cara memperkenalkan dan menjelaskan produk simpanan anggota (SIAGA) kepada mitra atau anggota yang sudah lama menjadi anggota atau mitra BMT NU Jawa Timur Cabang Jenggawah karena sudah mempercayai dan merasa aman jika uangnya disimpan di BMT NU Jawa Timur Cabang Jenggawah. Dan juga dari pembiayaan dan LASISMA karena pencairan dana 10% akan masuk ke simpanan anggota (SIAGA).

Untuk meningkatkan produktifitas di BMT NU Jawa Timur Cabang Jenggawah faktor utama adalah dengan cara promosi pembiayaan dan factor utama minat anggota untuk mendaftar produk SIAGA di BMT NU Jawa Timur Cabang Jenggawah. Karena 10% dari dana pinjaman akan masuk ke SIAGA. Selain pembiayaan personal, pembiayaan LASISMA juga bisa meningkatkan produktifitas BMT NU Jawa Timur Cabang Jenggawah.

Hambatan-hambatan yang dihadapi BMT NU Jawa Timur Cabang Jenggawah dalam memasarkan produk simpanan anggota (SIAGA) yaitu kurangnya pemahaman pada produk simpanan anggota (SIAGA). Dan pengambilan dana SIAGA ini tidak bisa sewaktu-waktu karena ada ketentuannya.

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan bahwa BMT NU Jawa Timur Cabang Jenggawah telah melakukan strategi pemasaran yang sesuai dengan ketentuan pemasaran yang berlaku. Dan produk simpanan anggota (SIAGA) juga memiliki keunggulan yaitu bagi hasil yang lebih besar dari produk simpanan lainnya (70%). Hanya saja BMT NU Jawa Timur perlu lebih meningkatkan dan melakukan inovasi terhadap strategi pemasaran agar mitra atau anggota BMT NU meningkat. Dalam meningkatkan produktifitas faktor utamanya adalah pembiayaan.

B. Saran

1. Adapun saran yang peneliti tunjukkan bagi pihak BMT NU Jawa Timur Cabang Jenggawah Jember adalah perlunya diadakan sosialisasi lebih dalam mengenai produk simpanan anggota (SIAGA) kepada masyarakat umum agar lebih mengetahui dan memahami tentang produk simpanan anggota (SIAGA). Menambah Pegawai/Staff untuk *marketing* agar mendorong peningkatan jumlah mitra. Dan Pegawai/Staff bagian lainnya juga aktif dalam memasarkan produk. Dengan adanya program cicilan perhari Rp 5.000,00 dan lebih aman jika di catat oleh kepala cabang, teller dan juru tabungan, jika sudah Rp 100.000,00 bisa langsung di input oleh bagian teller.
2. Adapun bagi peneliti selanjutnya, saran yang dapat diberikan dengan penelitian ini agar dapat melakukan kajian yang sama hingga dapat mengembangkan penelitian tujuan yang ingin diteliti dan lebih memfokuskan terhadap apa yang diteliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Abdullah. *Metodologi Penelitian dan Penulisan Karya Ilmiah*. Cirebon: STAIN Cirebon Press, 2007.
- Asih, Rusmini. “Strategi Pemasaran Produk Tabungan Mudharabah (TABAH) dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Lembaga KSPP BMT NU Jawa Timur Cabang Wringin” Skripsi, UIN KHAS Jember, 2021.
- Astuti, Rini. “ Analisis Strategi pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Emas Pegadaian syariah” Skripsi, UIN KHAS Jember, 2019.
- Asnawati, Nur. *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*. Malang: UIN Malang Press, 2009.
- Assauri, Sofyan. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2007.
- Awwalin, Robihul. “Strategi Pemasaran Produk Tabungan Umum Syariah untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada BMT Masalah Cabang Wagir Malang” Skripsi, UIN KHAS Jember, 2020.
- Fadillah, Putri Mega. “Pengaruh Adaptabilitas Pemasaran dan Positioning Terhadap Keputusan Pengambilan Produk Pembiayaan pada BMT UGT SIDOGIRI Cabang Pembantu Rambipuji” Skripsi, UIN KHAS Jember, 2020.
- Hasibuan. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT.Bhumi Aksara, 2023.
- Hauque-Fawzi, Marissa Grace. *Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi*. Tangerang: Pascal Books, 2022.
- Idris, Muhammad. “ Strategi Pemasaran Produk Dalam Rangka Menarik Minat Masyarakat Di BMT NU Cabang Tanah Merah” Skripsi, UIN KHAS Jember, 2020.
- Kasmir. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana, 2004.
- Laksana, Fajar. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008.
- Nurfadillah. “ Strategi Pemasaran Dalam meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Qurban” Skripsi, UIN KHAS Jember, 2019.
- Ningsih, Wanti. “ Strategi Marketing Dalam Meningkatkan Pembiayaan Usaha Mikro (Studi Kasus di Bank BRI Syariah KCP Metro)” Skripsi, UIN KHAS Jember, 2020.

Pitaloka, Sindi Diah. “ Analisis Strategi Pelaksanaan Pembiayaan Arrum Bpkb dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah di PT. Pegadaian (Persero) Ups Simpang Lima Banyuwangi” Skripsi, UIN KHAS Jember, 2020.

Putri, Maya Reskiah. “Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Pada PT Bank Syariah Jember” Skripsi, UIN KHAS Jember, 2020.

Rizkyana, Eva. “ Analisis Pemasaran Pembiayaan Ijarah Multijasa Untuk Muamalat Kantor Cabang Jember Biaya Pendidikan di Bank” Skripsi, UIN KHAS Jember, 2020.

Sedarmayanti. *Sumber Daya Manusia dan Produktifitas Kerja*. Bandung: Mandar Maju, 2001.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2013.

Sukesi. *Konsep dan Peningkatan Produktivitas*. Surabaya: Unit Pelaksanaan Teknis Pengembangan Tenaga Kerja Dinas Tenaga Kerja Transmigrasi Kependudukan Provinsi Jawa Timur, 2012.

Swastha, Basu. *Menejemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 1990.

Masyudi, Artikel BMT Nu Jawa Timur, diakses 8 April 2023 melalui <https://bmtnujatim.com>.

Tim Penyusun. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember: IAIN Jember Press. 2019.

Wahjono, Imam Sentot. *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Matrik Penelitian

Judul	Variabel	Sub Variabel	Indikator	Sumber Data	Metodologi Penelitian	Fokus masalah
<i>Strategi Pemasaran Pada Produk Simpanan Anggota (SIAGA) untuk meningkatkan produktifitas di BMT NU Jawa Timur Cabang Jenggawah.</i>	Strategi Pemasaran Meningkatkan Produktifitas.	Produk SHU Faktor Utama	<ol style="list-style-type: none"> Strategi Pemasaran: Diharapkan anggota BMT NU Jawa Timur Cabang Jenggawah dalam produk SIAGA lebih banyak peminatnya. Meningkatkan Produktifitas: agar stabilitas keuangan terjaga. 	<ol style="list-style-type: none"> Kepala Cabang Pegawai/Staff Bagian Tabungan Mitra(Anggota) 	<ol style="list-style-type: none"> Pendekatan Penelitian: Kualitatif. Jenis Penelitian: Deskriptif. Subyek Penelitian: Purporsive. Lokasi Penelitian: BMT NU Jawa Timur Cabang Jenggawah. Teknik Pengumpulan Data: <ol style="list-style-type: none"> Observasi Wawancara Dokumentasi Teknik Analisis Data: Deskriptif. Keabsahan Data: Triangulasi Sumber. 	<ol style="list-style-type: none"> Bagaimana strategi pemasaran pada produk simpanan anggota (SIAGA) di BMT NU Jawa Timur Cabang Jenggawah? Bagaimana meningkatkan produktifitas di BMT NU Jawa Timur Cabang Jenggawah?

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN PENULIS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Safira Ayu Amelia

Nim : E20191092

Prodi/Jurusan : Perbankan Syariah

Alamat : Desa Sumberrejo, Kec. Ambulu, Kab. Jember.

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Strategi Pemasaran Pada Produk Simpanan Anggota (SIAGA) Untuk Meningkatkan Produktifitas Di BMT NU Jawa Timur Cabang Jenggawah Jember.”** adalah benar-benar hasil karya saya kecuali kutipan-kutipan yang disebut sumbernya.

Apabila terdapat kesalahan di dalamnya, maka sepenuhnya akan menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dan dapat digunakan sebagaimana mestinya.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R






Jember, 09 Juni 2023


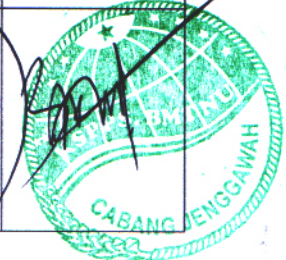


Safira Ayu Amelia

E20191092


Jurnal Kegiatan Penelitian

No	Hari dan Tanggal	Nama	Wawancara	TTD
1	Rabu, 24/05/2023	Imam Ma'arif (Kepala Cabang)	Wawancara terkait strategi pemasaran pada produk Simpanan Anggota (SIAGA).	
2	Rabu, 24/05/2023	Imam Ma'arif (Kepala Cabang)	Wawancara terkait cara meningkatkan produktifitas pada produk Simpanan Anggota (SIAGA).	
3	Minggu, 28/05/2023	Yusuf (Pegawai Penarik Tabungan)	Wawancara terkait strategi pemasaran pada produk Simpanan Anggota (SIAGA).	
4	Minggu, 28/05/2023	Yusuf (Pegawai Penarik Tabungan)	Wawancara terkait cara meningkatkan produktifitas pada produk Simpanan Anggota (SIAGA).	
5	Minggu, 28/05/2023	Muhammad Yasin (Mitra)	Wawancara terkait pemasaran produk Simpanan Anggota (SIAGA).	

6	Minggu, 28/05/2023	Siti Mutmainah (Mitra)	Wawancara terkait pemasaran produk Simpanan Anggota (SIAGA).	
7	Senin, 05/06/2023	Imam Ma'arif (Kepala Cabang)	Wawancara terkait faktor utama untuk meningkatkan produktifitas.	



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
 Jember, 10 Juni 2023
 KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
 Mengetahui
 Kepala Cabang BMT NU Jawa
 Timur Cabang Jenggawah Jember


 Imam Ma'arif



Badan Hukum : 188.4/11/BH/XVI.26/435.113/2007 NPWP : 02.599.962.4-608.000
Ijin Usaha Simpan Pinjam P2T/21/09.06/02/11/2016, Pengesahan PAD : P2T/7/09.02/01/11/2016
Akta Nolaris No : 10 tgl. 04.05.2007, Akta (Perubahan) No : 14 Tgl 12.11.2014 & No : 21 Tgl.18.12.2015

Alamat Kantor :

Depan Kantor Kecamatan Jenggawah
Desa Wonojati Kecamatan Jenggawah
Kabupaten Jember Kode Pos :68171
HP. 0812 8001 9967
website : www.bmtnujatim.com
e_mail : bmtnujenggawah67@gmail.com

SURAT KETERANGAN

Nomor : 2404/C-67/006/KSPPS/BMTNU/2023

Yang Bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Imam Ma'arif
NIP : 2404.261120.0702
Jabatan : Kepala Cabang
Unit Kerja : KSPPS. BMT NU Jawa Timur Cabang Jenggawah

• Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa berikut :

Nama : Safira Ayu Amelia
NIM : E20191092
Fakultas : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Jurusan : Perbankan Syari'ah
Universitas : Universitas Negeri Kiyai Haji Achmad Shiddiq

Bahwa yang bersangkutan benar-benar telah selesai melaksanakan Penelitian di KSPPS. BMT NU Jawa Timur Cabang Jenggawah selama 132 hari terhitung dari tanggal 01 Februari 2023 sampai tanggal 12 Juni 2023 dengan judul:

“Strategi Perbankan Syari'ah pada Produk Simpanan Anggota (SIAGA) untuk Meningkatkan Produktifitas Di BMT NU Jawa Timur Cabang Jenggawah.”

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SHIDDIQ
J E M B E R

Jenggawah, 12 Juni 2023

Kepala Cabang BMT NU Cabang Jenggawah



Imam Ma'arif

NIP. 2404.261120.0702

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Nomor : B-23.PS/Un.22/7.d/PP.00.9/06/2023

Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa :

Nama : Safira Ayu Amelia
NIM : E20191092
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul : Strategi pemasaran pada produk simpanan anggota (SIAGA) untuk meningkatkan produktifitas di BMT NU Jawa Timur Cabang Jenggawah.

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dengan menggunakan aplikasi Turnitin, dengan tingkat kesamaan dari Naskah Publikasi Tugas Akhir pada aplikasi Turnitin kurang atau sama dengan 30%.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 12 Juni 2023

An. Dekan

Kepala Bagian Akademik

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Syahid Mulyadi

DOKUMENTASI PENELITIAN





UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJJ AHMAD SIDDIQ
JEMBER

BIODATA PENULIS



Nama : Safira Ayu Amelia

Tempat, Tanggal Lahir: Jember, 26 September 2001

Jenis Kelamin : Perempuan

Alamat : Desa Sumberrejo, Kec. Ambulu, Kab. Jember.

Agama : Islam

No. Hp : 081913851822

Alamat Email : safiraamelia154@gmail.com

Riwayat Pendidikan

TK/RA : TK Dharma Wanita Ambulu

MI/SD : SD Negeri 04 Sumberrejo

MTs/SMP : SMP Negeri 02 Ambulu

SMA/SMK/MA : MA Negeri 1 Jember

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id
Perguruan Tinggi : UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember