

Analisis Tingkat Kepuasan Nasabah Baru Pada Produk Tabungan Sabar Dan Tabah Di BMT NU Cabang Sumpersari

Retna Anggitaningsih^{1*}, Desty Agilia Putri Nursaadah², Nafihatus Sholiha³

¹ Perbankan Syariah, UIN Kiai Achmad Siddiq

^{1*}retnaiaain1974@gmail.com, ²dstyaglia@email.com, ³vivinaviatus@email.com

Abstract

As an economic institution, BMT here plays a strategic role in empowering small communities who do not have access to conventional banking. BMT NU Sumpersari Branch is the first BMT NU branch established in Jember Regency, here BMT NU itself offers several products to the community, one of which is the most popular savings product. BMT NU not only competes with other microfinance institutions, but also with conventional financial institutions which are also starting to focus on the micro sector. Therefore, as a financial institution that is engaged in meeting the needs of the community in the field of financial services, BMT NU must provide quality services to meet customer expectations, while adhering to the sharia principles that are the basis of its operations. This study aims to analyze the Efforts of Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) NU Sumpersari Branch in Innovating Customers to Save. This type of research in this case uses a qualitative approach. Where qualitative research is termed scientific research that emphasizes the natural character of data. The results of this study are descriptive analysis in the form of written or spoken words from the actors observed. In collecting data, this researcher uses primary data and secondary data, for primary data, which includes interviews, observations, and documentation directly on the parties / staff of BMT NU and customers.

Keywords: BMT NU, marketing strategy, easy access to services

Abstrak

Sebagai lembaga ekonomi, BMT disini berperan strategis dalam memberdayakan masyarakat kecil yang tidak memiliki akses ke perbankan konvensional. BMT NU Cabang Sumpersari merupakan cabang BMT NU yang pertama kali didirikan di kab Jember ini, disini BMT NU sendiri menawarkan beberapa produk pada masyarakat yaitu salah satunya produk tabungan yang paling diminati. BMT NU ini tidak hanya bersaing dengan lembaga keuangan mikro lainnya, tapi juga dengan lembaga keuangan konvensional yang mana juga mulai berfokus pada sektor mikro. Oleh karena itu, sebagai lembaga keuangan yang bergerak untuk memenuhi kebutuhan masyarakat di bidang jasa keuangan, BMT NU harus memberikan pelayanan yang berkualitas untuk memenuhi ekspektasi nasabah, dengan tetap berpegang pada prinsip syariah yang menjadi dasar operasionalnya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Upaya Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) NU Cabang Sumpersari dalam Menginovasi Nasabah untuk Menabung. Jenis penelitian dalam hal ini menggunakan pendekatan kualitatif. Dimana penelitian kualitatif diistilahkan dengan penelitian ilmiah yang menekankan pada karakter alamiah suatu data. Hasil penelitian ini bersifat analisis deskriptif yaitu berupa kata-kata tertulis atau lisan dari pelaku yang diamati. Dalam mengumpulkan data peneliti ini menggunakan data primer dan data sekunder, untuk data primer yaitu mencakup wawancara, observasi, dan dokumentasi secara langsung pada pihak/staf BMT NU dan nasabah. Dalam melakukan wawancara peneliti menggunakan beberapa informan yaitu juru tabungan BMT NU dan masyarakat nasabah BMT NU Cabang Sumpersari. Sedangkan untuk teknik observasi disini peneliti melakukan pengamatan secara langsung di KSPPS BMT NU Cabang Sumpersari hal hal yang berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk memperoleh keterangan langsung data yang dihasilkan dalam wawancara. Dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran juga membantu perusahaan dalam menyiapkan perubahan lingkungan dan persaingan dipasar. Dalam menyusun strategi pemasaran perusahaan harus menganalisis terlebih dahulu keunggulan dan kelemahannya sehingga dapat mengambil langkah yang tepat dalam meningkatkan keberhasilan. Salah satu bentuk strategi perusahaan ialah kepuasan pelanggan dalam pelayanan yang di berikan. Kemudahan dalam layanan yang diberikan kepada nasabah sangat penting untuk meningkatkan kualitas nasabah. Adanya prinsip syariah menjadikan lembaga keuangan lebih terpercaya dan amanah. Sehingga masyarakat membangun kepercayaan dan kepuasan yang berpengaruh positif terhadap keputusan masyarakat dalam memilih produk tabungan.

Kata kunci : BMT NU, strategi pemasaran, kemudahan akses layanan

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi dan pertumbuhan ekonomi yang semakin pesat, lembaga keuangan memegang peran penting dalam menunjang perkembangan usaha, terutama bagi pelaku usaha kecil dan mikro. Sayangnya, masih banyak

masyarakat, khususnya di kalangan ekonomi menengah ke bawah, yang kesulitan mengakses layanan perbankan konvensional akibat keterbatasan modal, persyaratan administratif yang ketat, serta kurangnya pemahaman terhadap sistem perbankan. Baitul Maal wa Tamwil (BMT) disini merupakan lembaga keuangan berbasis syariah yang mana menggabungkan antara konsep maal dan tamwil dalam satu kegiatan. Konsep maal berfokus pada penghimpunan dan penyaluran dana zakat, infak, serta sedekah (ZIS) secara produktif. Sementara itu, konsep tamwil bertujuan untuk menjalankan bisnis produktif yang mengacu pada laba, dengan fokus pada masyarakat menengah ke bawah, khususnya sektor usaha mikro.

Sebagai lembaga ekonomi, BMT disini berperan strategis dalam memberdayakan masyarakat kecil yang tidak memiliki akses ke perbankan konvensional. BMT NU Cabang Sumbersari merupakan cabang BMT NU yang pertama kali didirikan di kab Jember ini, disini BMT NU sendiri menawarkan beberapa produk pada masyarakat yaitu salah satunya produk tabungan yang paling diminati. BMT NU ini tidak hanya bersaing dengan lembaga keuangan mikro lainnya, tapi juga dengan lembaga keuangan konvensional yang mana juga mulai berfokus pada sektor mikro. Oleh karena itu, sebagai lembaga keuangan yang bergerak untuk memenuhi kebutuhan masyarakat di bidang jasa keuangan, BMT NU harus memberikan pelayanan yang berkualitas untuk memenuhi ekspektasi nasabah, dengan tetap berpegang pada prinsip syariah yang menjadi dasar operasionalnya. Salah satu strategi layanan yang diterapkan oleh BMT NU Cabang Sumbersari disini untuk meningkatkan motivasi menabung para nasabah adalah dengan sistem antar jemput atau pemasaran secara langsung. Layanan antar jemput ini memberikan akses kemudahan, dimana nasabah tidak perlu datang langsung ke BMT NU Cabang Sumbersari untuk membuka atau menyetorkan tabungan. Sebagai gantinya yaitu, petugas juru tabungan akan mendatangi nasabah untuk mempermudah proses tersebut.

METODE

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Upaya Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) NU Cabang Sumbersari dalam Menginovasi Nasabah untuk Menabung. Jenis penelitian dalam hal ini menggunakan pendekatan kualitatif. Dimana penelitian kualitatif diistilahkan dengan penelitian ilmiah yang menekankan pada karakter alamiah suatu data. Hasil penelitian ini bersifat analisis deskriptif yaitu berupa kata-kata tertulis atau lisan dari pelaku yang diamati. Dalam mengumpulkan data peneliti ini menggunakan data primer dan data sekunder, untuk data primer yaitu mencakup wawancara, observasi, dan dokumentasi secara langsung pada pihak/staf BMT NU dan nasabah.

Dalam melakukan wawancara peneliti menggunakan beberapa informan yaitu juru tabungan BMT NU dan masyarakat nasabah BMT NU Cabang Sumbersari. Sedangkan untuk teknik observasi disini peneliti melakukan pengamatan secara langsung di KSPS BMT NU Cabang Sumbersari hal hal yang berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk memperoleh keterangan langsung data yang dihasilkan dalam wawancara. Dan untuk data sekunder disini penulis memperoleh dari websait, jurnal penelitian sebelumnya dan dokumen perusahaan BMT NU Caban Sumbersari.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa produk tabungan tabah dan sabar merupakan produk tabungan yang paling banyak diminati oleh para nasabah terbukti dari jumlah nasabah dari tahun ke tahun produk tabah dan sabar tetap menjadi produk tabungan yang best seller. Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan, ada beberapa upaya yang dilakukan oleh BMT NU Cabang Sumbersari untuk menarik minat masyarakat terhadap produk tabungan di BMT NU Cabang Sumbersari :

A. STRATEGI PEMASARAN YANG DILAKUKAN OLEH BMT NU CABANG SUMBERSARI

Perbankan harus memiliki strategi pemasaran efektif dan efisien, sehingga mendukung kegiatan operasional perusahaan untuk menguasai segmen pasar, serta pula memiliki daya tarik untuk memasarkan produk agar dapat menarik nasabah atau konsumen serta bersaing dengan perbankann lainnya.¹ Strategi pemasaran merupakan rencana yang komperensif dan terintegrasi dalam bidang pemasaran untuk memeberikan panduan dalam menjalankan berbagai aktivitas guna mencapai tujuan suatu perusahaan. Dengan kata lain strategi pemasaran mencakup tujuan, kebijakan, serta aturan yang mengarahkan upaya pemasaran perusahaan secara berkelanjutan pada setiap tingkatannya. Selain itu strategi pemasaran juga membantu perusahaan untuk menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan dan persaingan dipasar. Oleh karna itu dalam menyusun strategi pemasaran perusahaan harus menganalisis terlebih dahulu keunggulan dan kelemahannya agar dapat mengambil langkah yang tepat.²

Strategi pemasaran dengan bauran pemasaran 7P yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*), orang-orang (*people*), bukti fisik (*physical evidence*) dan proses (*processes*).³

1. Produk (*product*)

¹ Putri Silviana Gita Adelia, Putra Andika Rendy, M.F. Hidayatullah.(2024).Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Produk Pembiayaan KPR di Bank BTN KC Jember. *Journal Of Indonesian Social Society (JISS)*, 2(1), 17-21.

² Tjiptono, F. (1995). *Strategi pemasaran*.

³ Ahmadio M.F Hidayatullah, Ayu Indahwati, Nurul Setianingrum.(2023). Strategi Pemasaran Produk MitraGuna di Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 1, (2836-2842).

Untuk strategi produk di BMT NU Cabang Sumbersari adalah dengan menyiapkan berbagai macam inovasi produk tabungan yaitu tabah (tabungan mudharabah), sabar (simpanan lebar), sajadah (simpanan berjangka wadhiah), sahara (simpanan haji dan umroh), sidik fathonah (simpanan pendidikan fathonah)

2. Harga (*price*)

Strategi harga yang ditetapkan oleh BMT NU JATIM Cabang Sumbersari yaitu sesuai dengan sistem pembagian berdasarkan prinsip syariah dan dinyatakan dalam nisbah yang disepakati oleh kedua belah pihak. Untuk hara pembukaan rekening atau tabungan baru adalah setoran awal Rp. 120.000 (Rp. 110.000 untuk saldo awal, Rp.10.000 untuk biaya admin) dan untuk setoran selanjutnya minimal Rp.2.500 untuk tabungan tabah, Rp 5.000 untuk tabungan sabar, Rp 500 untuk tabungan sidik fathonah, untuk tabungan sajadah dan sahara setoran selanjutnya sesuai kemampuan masing-masing nasabah, untuk produk tabungan di BMT NU bebas biaya bulanan/admin. Dimana dalam strategi harga tersebut tidak terlalu mahal dan tidak terlalu murah dibandingkan lembaga keuangan konvensional. Tujuan dari penetapan strategi harga disini yaitu untuk mendapatkan laba/keuntungan maksimal dan tidak merugikan nasabah.

3. Tempat (*place*)

Strategi tempat yang dilakukan oleh BMT NU Cabang Sumbersari adalah dengan mencari lokasi yang strategis yaitu dekat dengan pasar, sekolahan, masjid, dan industri bakau. Dengan strategi yang strategis ini BMT NU dapat dengan mudah untuk mempromosikan produknya.

4. Promosi (*promotion*)

Strategi promosi yang dilakukan oleh BMT NU Cabang Sumbersari disini yaitu dengan dilakukan secara online maupun offline. Promosi secara offline disini yaitu staf BMT NU turun langsung kelapangan (masyarakat) yaitu dengan membagikan selebaran brosur, mengadakan sosialisasi masyarakat, mendatangi ibu-ibu pasar, arisan. Sedangkan untuk promosi secara online pihak BMT NU biasanya memanfaatkan sosial media untuk melakukan promosi baik lewat whatsapp, ig, ataupun tiktok guna mengikuti perkembangan teknologi ini.

5. Orang-Orang (*people*)

Sumber daya manusia (SDM) disini juga terlibat dalam proses pemasaran di BMT NU Cabang Sumbersari karena dapat mempengaruhi ketertarikan nasabah untuk menabung. Staf atau juru pemasaran yang rapi dalam berpakaian, memiliki sikap ramah, sopan dan berbicara dengan baik akan sangat dihargai oleh nasabah daripada yang berpakaian dengan lusuh, wajah yang cemberut dan kurang sopan dalam berbicara.

6. Bukti Fisik (*Physical Evidence*)

Segala bentuk bukti fisik menjadi pendukung dalam BMT NU, seperti desain produk, gedung/tempat usaha, logo dan penataan display produk. Faktor lainnya yang perlu diperhatikan dalam melakukan usaha ialah branding perusahaan (BMT NU), suasana, dan tata letak perusahaan.

7. Proses (*Process*)

Proses yang dimaksud yaitu yang berkaitan dengan bagaimana proses pembuatan suatu produk maupun pelayanan jasa yang dilakukan oleh BMT NU Cabang Sumbersari agar usaha yang dijalankan dapat berjalan dengan baik.

Selain itu pihak BMT NU Cabang Sumbersari juga lebih transparan dalam hal pengembangan pemasaran produk, seperti saat melakukan pemasaran produk, memberikan informasi, syarat, dan ketentuan dengan sangat detail tanpa harus menyembunyikan apapun. Selain itu pihak BMT NU Cabang Sumbersari biasanya membagikan dan sharing kegiatan atau aktivitas ke NU an lainnya baik ditingkat majlis wakil cabang maupun ditingkat ranting melalui media sosial.

Tak hanya itu BMT NU Cabang Sumbersari juga menjunjung kejujuran terhadap nasabah. Jika hubungan antara nasabah dan pihak BMT NU terjalin dengan baik maka dapat dengan mudah membangun kepercayaan para nasabah, karna hubungan yang baik dapat melahirkan suatu kejadian saling menguntungkan nantinya yang berkaitan dengan masa depan BMT NU sendiri. Semakin kuat suatu hubungan terjalin maka semakin kecil atau semakin sulit jua peluang untuk hubungan tersebut berakhir (antara nasabah dan pihak BMT NU).⁴

B. KEMUDAHAN AKSES LAYANAN DI BMT NU CABANG SUMBERSARI

Menurut rambat lupiyoadi kualitas pelayanan dapat diukur dari seberapa jauh antara harapan pelanggan dengan layanan nyata yang mereka peroleh. Semakin dekat kenyataan layanan dengan harapan pelanggan maka layanan tersebut semakin berkualitas. Dalam lembaga keuangan syariah kualitas pelayanan yang baik juga mencerminkan penerapan prinsip-prinsip syariah yang dijunjung tinggi. KSPPS BMT NU Cabang Sumbersari telah menunjukkan komitmennya dalam memberikan layanan yang sesuai dengan prinsip syariah seperti transparansi, keadilan dan integritas. Hal ini dapat membangun kepercayaan dan kepuasan nasabah yang mana dapat berpengaruh positif terhadap keputusan masyarakat dalam memilih produk tabungan Tabah dan Sabar. Nasabah merasa yakin bahwa dana mereka dapat dikelola dengan baik

⁴ Masruroh, E., & Sugiono, S. (2022). Upaya Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) NU Dalam Membangun Kepercayaan Dan Loyalitas Nasabah (Studi Kasus: BMT NU Cabang Grujugan Bondowoso). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(1), 561-570.

dan sesuai dengan prinsip syariah, sehingga dapat menambah nilai tinggi bagi nasabah dalam menentukan lembaga keuangan syariah sebagai tempat menabung.⁵

BMT NU Cabang Subersari Jember menyediakan berbagai layanan untuk mempermudah akses bagi para nasabahnya. Salah satu layanan unggulan yang ada di BMT NU adalah layanan antar jemput tabungan, yang mana petugas juru tabungan BMT NU Cabang Subersari mengunjungi nasabah dirumah atau tempat usaha mereka untuk membantu melakukan transaksi tabungan, dalam hal ini layanan di BMT NU lebih unggul dibandingkan dengan lembaga konvensional. Layanan ini sudah dirancang agar nasabah dapat menabung tanpa harus datang langsung ke kantor BMT NU. Selain itu BMT NU Cabang Subersari juga menghadirkan berbagai produk simpanan berbasis syariah salah satunya yaitu simpanan haji dan umroh. Produk-produk ini dikembangkan sesuai dengan prinsip syariah sehingga menjadi pilihan yang ideal bagi masyarakat yang ingin menabung untuk keperluan ibadah. Dalam upaya untuk meningkatkan kepuasan serta loyalitas nasabah BMT NU Cabang Subersari terus berusaha untuk meningkatkan kualitas layanan dan produk yang ditawarkan. Berdasarkan penelitian kualitas pelayanan petugas BMT NU serta mutu produk yang disediakan itu dapat mempengaruhi tingkat loyalitas nasabah di BMT NU Cabang Subersari.

Dalam bekerja staf atau juru tabungan di BMT NU Cabang Subersari semaksimal mungkin harus profesional dalam menjalankan tugasnya yaitu dengan datang tepat waktu atau konsisten, sehingga para nasabah puas dengan layanan dan kinerja pihak BMT NU Cabang Subersari. Metode layanan antar jemput ini dapat dijadikan sebagai media untuk membangun kepercayaan calon nasabah terhadap BMT NU Cabang Subersari. Karena pihak BMT NU Cabang Subersari dapat bertemu langsung dengan nasabah maupun non nasabah yang ada disekililing mereka, yang mana hal itu merupakan kesempatan pihak BMT NU Cabang Subersari untuk memperlihatkan pada nasabah layanan yang diterapkan oleh pihak BMT NU disitu juga dapat langsung memberikan pemahaman tentang bagaimana sistem keuangan syariah pada para nasabah maupun non nasabah sekaligus promosi produk tabungan tersebut pada calon nasabah.⁶

C. SISTEM BAGI HASIL PRODUK TABUNGAN TABAH DAN SABAR PADA MINAT NASABAH DI BMT NU CABANG SUMBERSARI

Berdasarkan hasil dari penelitian kepada penabung di BMT NU Jawa Timur Cabang Subersari, dapat disimpulkan bahwa bagi hasil produk tabah dan sabar terhadap minat penabung dinyatakan memiliki pengaruh yang signifikan, dalam artian bahwa semakin tinggi nilai bagi hasil produk tabah dan sabar maka semakin tinggi juga minat penabung untuk menyimpan dan menabung di BMT NU Jawa Timur Cabang Subersari Kabupaten Jember.⁷ Sistem bagi hasil yang kompetitif itu dapat menjadi daya tarik utama dalam perbankan syariah dibandingkan dengan sistem bunga pada bank konvensional. Untuk meningkatkan daya tarik minat nasabah pada produk tabungan tabah dan sabar di BMT NU Cabang Subersari yaitu pihak BMT NU dapat dapat menyesuaikan skema bagi hasil yang menarik daripada lembaga keuangan syariah lainnya. Kedua yaitu tingkatkan kualitas layanan dan kemudahan akses pada produk tabungan untuk meningkatkan loyalitas nasabah terhadap BMT NU Cabang Subersari.

KESIMPULAN

Dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran juga membantu perusahaan dalam menyiapkan perubahan lingkungan dan persaingan dipasar. Dalam menyusun strategi pemasaran perusahaan harus menganalisis terlebih dahulu keunggulan dan kelemahannya sehingga dapat mengambil langkah yang tepat dalam meningkatkan keberhasilan. Salah satu bentuk strategi perusahaan ialah kepuasan pelanggan dalam pelayanan yang di berikan. Kemudahan dalam layanan yang diberikan kepada nasabah sangat penting untuk meningkatkan kualitas nasabah. Adanya prinsip syariah menjadikan lembaga keuangan lebih terpercaya dan amanah. Sehingga

⁵ Faruq, U., & Jennah, N. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Menabung pada Produk Tabungan Mudharabah di KSPPS BMT NU Cabang Camplong. *Mabny: Journal of Sharia Management and Business*, 3(01), 22-34.

⁶ Masruroh, E., & Sugiono, S. (2022). Upaya Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) NU Dalam Membangun Kepercayaan Dan Loyalitas Nasabah (Studi Kasus: BMT NU Cabang Grugugan Bondowoso). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(1), 561-570.

⁷ Nafis, N., & Muttaqin, I. (2015). Pengaruh Bagi Hasil Produk Tabah Terhadap Minat Penabung Di BMT NU Jawa Timur Cabang Klampis Bangkalan. *Al-Insyiroh: Jurnal Studi Keislaman*, 1(2), 1-15.

masyarakat membangun kepercayaan dan kepuasan yang berpengaruh positif terhadap keputusan masyarakat dalam memilih produk tabungan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih disampaikan kepada pihak-pihak yang telah mendukung terlaksananya penelitian ini sehingga dapat menyelesaikan penelitian dengan lancar dan secara maksimal sesuai dengan apa yang telah diharapkan oleh peneliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Putri Silviana Gita Adelia, Putra Andika Rendy, M.F. Hidayatullah.(2024).Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Produk Pembiayaan KPR di Bank BTN KC Jember. *Journal Of Indonesian Social Society (JISS)*.
- Tjiptono, F. (1995). *Strategi pemasaran*.
- Ahmadiono M.F Hidayatullah, Ayu Indahwati, Nurul Setianingrum.(2023). Strategi Pemasaran Produk Mitraguna di Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*.
- Masruroh, E., & Sugiono, S. (2022). Upaya Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) NU Dalam Membangun Kepercayaan Dan Loyalitas Nasabah (Studi Kasus: BMT NU Cabang Grjugan Bondowoso). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*.
- Faruq, U., & Jennah, N. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Menabung pada Produk Tabungan Mudharabah di KSPPS BMT NU Cabang Camplong. *Mabny: Journal of Sharia Management and Business*.
- Masruroh, E., & Sugiono, S. (2022). Upaya Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) NU Dalam Membangun Kepercayaan Dan Loyalitas Nasabah (Studi Kasus: BMT NU Cabang Grjugan Bondowoso). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*.
- Nafis, N., & Muttaqin, I. (2015). Pengaruh Bagi Hasil Produk Tabah Terhadap Minat Penabung Di BMT NU Jawa Timur Cabang Klampis Bangkalan. *Al-Insyiroh: Jurnal Studi Keislaman*.