

LAMPIRAN

Hasil Wawancara

Hari / Tanggal : Rabu, 14 Januari 2015

Bagian : AO / Marketing

Sumber Data : Bapak Rizal Rosyadi Abdullah. A.Md

1. Media cetak apa saja yang digunakan untuk memasarkan produk pembiayaan?

Jawab : Selama ini kami dalam melakukan pemasaran, media cetak yang digunakan yaitu brosur. Itu paling sering digunakan, karena brosur kan mudah dalam membawanya untuk disampaikan ke calon nasabah.

2. Media elektronik apa saja yang digunakan untuk memasarkan produk pembiayaan?

Jawab: Melalui radio sudah pernah, tapi sekarang jarang memasarkan produk lewat radio.

3. Bagaimana Strategi pemasaran pada BTM AMMAN dalam menawarkan produk pembiayaan ke masyarakat?

Jawab: Yang pasti BTM AMMAN menjalin hubungan kerjasama dengan pengusaha sukses, mempererat hubungan dengan AUM (Amal Usaha Muhammadiyah) kemudian memperkenalkan produk BTM AMMAN, memberikan pelayanan yang cepat dan mudah.

4. Langkah apa saja yang digunakan BTM AMMAN dalam melaksanakan pemasaran agar lebih optimal?

Jawab: untuk langkah pemasaran agar optimal, kami melaksanakan langkah seperti memberi pelayanan yang efisien. Kemudian menjaga perilaku dan penampilan didepan nasabah, itu sangat penting sekali karena kami kan marketing jadi harus menjaga tutur kata, sopan santun didepan nasabah. Lalu kami juga harus bisa mempertahankan produk pembiayaan yang telah kami tawarkan walaupun sebenarnya banyak persaingan dengan produk yang sama ya, tapi itu tidak membuat kami merasa kalah dalam pemasaran.

5. Kendala-kendala apa saja yang ditemukan ketika melaksanakan pemasaran?

Jawab: Pertama, anggaran biaya promosi yang terbatas, sehingga kami kurang dalam melakukan promosi ke masyarakat. Kedua, kurangnya SDM (Sumber Daya Manusia). Ini sangat berpengaruh dalam kinerja pemasaran BTM AMMAN, seperti pemasaran kurang optimal karena marketing merasa lelah sedangkan harus memenuhi target yang ada.

6. Bagaimana BTM AMMAN menghadapi kendala tersebut?

Jawab: untuk menghadapi keterbatasan biaya, kami selalu menyisihkan uang dari pendapatan BTM AMMAN. Lalu, untuk masalah SDM, marketing sudah ada jadwal kunjungan tempat untuk melakukan jemput bola, jadi ya mengikuti jadwal sudah dibuat dengan baik.

7. Siapa saja yang menjadi sasaran utama dalam Pemasaran produk Pembiayaan pada BTM AMMAN?

Jawab: sasaran utama dalam pemasaran produk pembiayaan yaitu pedagang pasar, pengusaha mikro seperti warung-warung di sekolah dan didesa, home industry, dan petani.

8. Bagaimana pemasaran dengan menggunakan strategi produk, harga, tempat dan promosi pada BTM AMMAN?

Jawab: untuk strategi produk, kami baru akan mengeluarkan produk baru dan sedang proses, dan baru dipelajari oleh karyawan BTM AMMAN khususnya para marketing. Untuk harga, kami menawarkan harga yang murah dan terjangkau dibandingkan dengan BMT lain atau lembaga keuangan lainnya walaupun produk yang ditawarkan sama dengan produk yang kami tawarkan. Dalam strategi tempat, kami memasarkan produk pembiayaan pada wilayah yang potensial dengan pengusaha dan mendorong mengembangkan usahanya itu menjadi lebih berkembang. untuk strategi promosi, kami selalu menawarkan produk dengan personal selling, dalam pemasaran ini kami mengenalkan secara pribadi untuk menginformasikan produk BTM AMMAN.

9. Menurut Anda, apakah pemasaran produk pembiayaan BTM AMMAN sudah berjalan optimal?

Jawab: menurut kami sudah optimal, karena setiap bulan nasabah selalu bertambah dan selalu mengajukan pembiayaan.

10. Menurut anda, produk pembiayaan BTM AMMAN apa saja yang unggul dan banyak diminati oleh nasabah pembiayaan?

Jawab: kalau menurut saya, nasabah banyak yang tertarik dengan pembiayaan ijarah.

Hasil Wawancara

Hari / Tanggal : Kamis, 15 Januari 2015

Bagian : Kepala Bagian Pembiayaan

Sumber Data : Bapak Fatchan Amin. A.Md.S.Pd

1. Media cetak apa saja yang digunakan untuk memasarkan produk pembiayaan?

Jawab : Dengan menggunakan brosur, spanduk, bulletin, surat kabar, dan majalah. Dari media tersebut paling sering digunakan dalam pemasaran produk pembiayaan dengan brosur, karena lebih mudah untuk disampaikan ke masyarakat. Jika melalui periklanan dengan majalah, kami bekerja sama dengan majalah Sang Surya PDM Sleman, Majalah Suara Muhammadiyah, bulletin Darusallam milik Pemuda Muhammadiyah Kabupaten Magelang, Buletin Pijar Milik Ikatan Pelajar Muhammadiyah dan majalah Fortasi milik pelajar muhammadiyah se-Kebupaten Magelang.

2. Media elektronik apa saja yang digunakan untuk memasarkan produk pembiayaan?

Jawab: Untuk pemasaran dengan menggunakan media elektronik, kami kerjasama dengan radio Unima FM dan Gemilang FM.

3. Bagaimana Strategi pemasaran pada BTM AMMAN dalam menawarkan produk pembiayaan ke masyarakat?

Jawab: strategi pemasaran pada BTM AMMAN yaitu dengan menjalin hubungan kerjasama dengan mitra pengusaha, memberikan pelayanan yang cepat dan mudah. Kemudian, memperluas pangsa pasar.

4. Langkah apa saja yang digunakan BTM AMMAN dalam melaksanakan pemasaran agar lebih optimal?

Jawab: untuk langkah pemasaran agar optimal, kami melakukan beberapa langkah atau strategi bermacam-macam. Pertama pelayanan yang baik

atau prima. Kedua, komunikasi efektif dengan nasabah. Artinya, kami memberikan penjelasan tentang produk yang ada disini dengan bahasa yang mudah di mengerti. Ketiga, mempererat hubungan dengan tokoh muhammadiyah. Kemudian yang keempat para karyawan BTM AMMAN itu harus hafal dengan momentum masyarakat, momentum ini seperti contoh momen pertanian, momen pembangunan, momen ajaran tahun baru.

5. Kendala-kendala apa saja yang ditemukan ketika melaksanakan pemasaran?

Jawab: ketika melaksanakan pemasaran kami memang mendapatkan kendala, terutama dalam biaya pemasaran. Biaya pemasaran ini seperti anggaran promosi, karena biaya untuk promosi atau mengiklankan melalui media elektronik, media cetak seperti majalah tadi, itu membutuhkan biaya tidak sedikit. Kemudian, persaingan dengan lembaga keuangan lain yang fasilitas pemasarannya lebih canggih dibandingkan dengan media yang kami gunakan.

6. Bagaimana BTM AMMAN menghadapi kendala tersebut?

Jawab: untuk mengatasi terbatasnya biaya promosi pada BTM AMMAN, kami menyisihkan uang pada setiap bulannya dari pendapatan untuk biaya promosi. Untuk menghadapi persaingan, BTM AMMAN mempunyai cirri khusus dalam pemasaran seperti BTM itu lebih merekat dengan mitra, sudah seperti keluarga sendiri, karena BTM AMMAN lebih mengutamakan dengan sistem kekeluargaan.

7. Siapa saja yang menjadi sasaran utama dalam Pemasaran produk Pembiayaan pada BTM AMMAN?

Jawab: karena kami bergerak pada bisnis maka sasaran utama kami dalam pemasaran yaitu pedagang pasar, home industry, dan petani.

8. Bagaimana pemasaran dengan menggunakan strategi produk, harga, tempat dan promosi pada BTM AMMAN?

Jawab: untuk strategi produk, kami baru akan mengeluarkan produk baru dan sedang proses, dalam hal produk baru ini semua marketing harus paham betul tentang produk tersebut. Untuk harga, BTM AMMAN

menawarkan harga yang murah dibandingkan dengan BMT lain atau lembaga keuangan lainnya walaupun produk yang ditawarkan sama. Dalam strategi tempat, BTM AMMAN memasarkan produk pembiayaan pada wilayah yang potensial dengan pengusaha dan mendorong mengembangkan usahanya itu menjadi lebih berkembang. Kemudian, untuk strategi promosi, BTM AMMAN menggunakan penyebaran brosur yang disampaikan pada saat even muhammadiyah, pemasangan iklan dengan menempelkan informasi tentang BTM AMMAN ditempat yang strategi dan promosi dalam lembaga muhammadiyah seperti sekolah-sekolah muhammadiyah.

9. Menurut anda, apakah pemasaran produk pembiayaan BTM AMMAN sudah berjalan optimal?

Jawab: Dari sudut pandang mitra, kami sudah menjalankan pemasaran produk pembiayaan sudah berjalan optimal. Alhamdulillah, mereka sangat puas dan berterimakasih dengan layanan produk pembiayaan kami, sehingga mereka juga mempromosikan kepada teman-teman mereka tentang produk pembiayaan kami.

10. Menurut anda, produk pembiayaan BTM AMMAN apa saja yang unggul dan banyak diminati oleh nasabah pembiayaan?

Jawab: untuk tahun ini pembiayaan yang paling unggul yaitu pembiayaan ijarah.

Hasil Wawancara

Hari / Tanggal : Jum'at, 16 Januari 2015

Bagian : AO / Marketing

Sumber Data : Bapak Arif Yuniarto

1. Media cetak apa saja yang digunakan untuk memasarkan produk pembiayaan?

Jawab : Dengan selebaran brosur tentang pembiayaan, spanduk, bulletin yang di keluarkan setiap bulan.

2. Media elektronik apa saja yang digunakan untuk memasarkan produk pembiayaan?

Jawab: Melalui radio, ini sangat bermanfaat karena semua masyarakat pelosok bisa tahu tentang BTM AMMAN, produk yang dimiliki apa saja. Jadi semua kalangan masyarakat magelang, bisa mendengarkan dan mengetahui apa itu BTM AMMAN.

3. Bagaimana Strategi pemasaran pada BTM AMMAN dalam menawarkan produk pembiayaan ke masyarakat?

Jawab: Menjalin kerja sama dengan mitra terpercaya, memberikan pelayanan yang tepat, cepat dan mudah, dan promosi *Personal Selling* ini merupakan penjualan pribadi yang dilakukan marketing untuk menarik nasabah agar mau membeli produk kami. Promosi ini dilakukan dengan mencari nasabah yang potensial dalam usaha tetapi kekurangan dana.

4. Langkah apa saja yang digunakan BTM AMMAN dalam melaksanakan pemasaran agar lebih optimal?

Jawab: kami mengutamakan pelayanan yang bagus untuk nasabah agar nasabah tidak beralih ke lembaga keuangan lain. Kemudian berkomunikasi yang baik dalam berbicara dengan nasabah maupun calon nasabah, perilaku yang sopan dan tutur kata yang baik. Dan

yang paling penting harus memperluas pangsa pasar, tidak hanya didaerah sekitar kantor saja.

5. Kendala-kendala apa saja yang ditemukan ketika melaksanakan pemasaran?

Jawab: Pertama, anggaran biaya promosi yang terbatas, sehingga kami kurang dalam melakukan promosi ke masyarakat. Kedua, kurangnya SDM (Sumber Daya Manusia). Ketiga persaingan yang ketat dengan lembaga keuangan lainnya.

6. Bagaimana BTM AMMAN menghadapi kendala tersebut?

Jawab: kendala tersebut saling berkaitan, untuk itu kami harus merencanakan strategi pemasaran yang baru walaupun personil kami kurang dan biaya promosi juga terbatas. Untuk itu kami harus belajar trik-trik pemasaran yang lebih jitu agar pendapat juga meningkat., sehingga dapat menyisihkan uang untuk biaya promosi dari hasil pendapatan tersebut.

7. Siapa saja yang menjadi sasaran utama dalam Pemasaran produk Pembiayaan pada BTM AMMAN?

Jawab: petani, pedagang mikro, pengusaha kerajinan, dan AUM-AUM yang ada di magelang seperti sekolah muhammadiyah.

8. Bagaimana pemasaran dengan menggunakan strategi produk, harga, tempat dan promosi pada BTM AMMAN?

Jawab: strategi produk kami pasarkan sesuai dengan kebutuhan nasabah. Untuk harga, kami menawarkan harga yang murah dan terjangkau dibandingkan dengan BMT lain atau lembaga keuangan lainnya walaupun produk yang ditawarkan sama dengan produk yang kami tawarkan, kemudian menginformasikan nisbah bagi hasilnya. Untuk strategi tempat, yang past kami memasarkan produk pembiayaan pada tempat yang mempunyai potensial usaha. Untuk pemasaran dengan strategi promosi dengan melalui periklanan yang menggunakan brosur, spanduk, surat kabar yang dimuat dalam KR.

9. Menurut Anda, apakah pemasaran produk pembiayaan BTM AMMAN sudah berjalan optimal?

Jawab: Alhamdulillah sudah optimal, dengan bukti peningkatan jumlah nasabah yang melakukan pembiayaan disini.

10. Menurut anda, produk pembiayaan BTM AMMAN apa saja yang unggul dan banyak diminati oleh nasabah pembiayaan?

Jawab: kalau menurut saya, nasabah banyak yang tertarik dengan pembiayaan ijarah.

Hasil Wawancara

Hari / Tanggal : Senin, 20 Januari 2015

Bagian : Manajer BTM AMMAN

Sumber Data : Putro Prihatmanto, S.H

1. Media cetak apa saja yang digunakan untuk memasarkan produk pembiayaan?

Jawab : Dengan menggunakan brosur, bulletin yang setiap bulan diterbitkan, spanduk, surat kabar dan majalah muhammadiyah. Dari media cetak tersebut sangat optimal sekali untuk pemasaran produk BTM AMMAN.

2. Media elektronik apa saja yang digunakan untuk memasarkan produk pembiayaan?

Jawab: Untuk pemasaran dengan menggunakan media elektronik, kami kerjasama dengan radio Unima FM dan Gemilang FM. Saat ini kami juga mencoba pemasaran melalui media sosial, agar BTM AMMAN menjadi lebih maju dalam kegiatan pemasaran.

3. Bagaimana Strategi pemasaran pada BTM AMMAN dalam menawarkan produk pembiayaan ke masyarakat?

Jawab: strategi pemasaran pada BTM AMMAN yaitu dengan menjalin hubungan kerjasama dengan mitra pengusaha, memberikan pelayanan yang cepat dan mudah. Kemudian, memperluas pangsa pasar.

4. Langkah apa saja yang digunakan BTM AMMAN dalam melaksanakan pemasaran agar lebih optimal?

Jawab: secara internal dibuatkan target untuk memaksimalkan crew pemasaran seperti AO. Secara eksternal kita melakukan langkah-langkah dengan melakukan kerjasama dengan para AUM, tokoh muhammadiyah, warga pengajian muhammadiyah. Semua potensi kami maksimalkan baik internal maupun eksternal.

5. Kendala-kendala apa saja yang ditemukan ketika melaksanakan pemasaran?

Jawab: kendala dalam pemasaran yaitu biaya promosi kita relative masih sedikit sehingga kami dalam bersaing dengan lembaga-lembaga lain

memang tidak optimal karena dalam promosi memang menggunakan biaya besar.

6. Bagaimana BTM AMMAN menghadapi kendala tersebut?

Jawab: Ya, kami terus mengupayakan dan menyehatkan keuangan kita dari sisi pendapatan.

7. Siapa saja yang menjadi sasaran utama dalam Pemasaran produk Pembiayaan pada BTM AMMAN?

Jawab: pedagang kecil, pengusaha mikro yang ingin mengembangkan usaha yang ditekuninya.

8. Bagaimana pemasaran dengan menggunakan strategi produk, harga, tempat dan promosi pada BTM AMMAN?

Jawab: pemasaran dengan produk, kami membuat produk tersebut menjadi menarik sehingga masyarakat mau membeli produk yang kami pasarkan. Produk tersebut diperkenalkan oleh marketing kami dan menjelaskan agar masyarakat tahu tentang produk kami. Dari strategi harga, kami menawarkan dengan harga yang lebih murah, dari sisi strategi tempat kami memasarkan ditempat-tempat yang berpotensi dalam usaha-usaha bisnis. Untuk strategi promosi, dilakukan pada saat even-even muhammadiyah, pengajian muhammadiyah dan kegiatan sosial yang dilakukan oleh warga muhammadiyah.

9. Menurut anda, apakah pemasaran produk pembiayaan BTM AMMAN sudah berjalan optimal?

Jawab: Dari sudut pandang mitra, pemasaran produk pembiayaan sudah berjalan optimal. Respon nasabah senang dengan pelayanan yang kami berikan karena prosesnya mudah dan cepat.

10. Menurut anda, produk pembiayaan BTM AMMAN apa saja yang unggul dan banyak diminati oleh nasabah pembiayaan?

Jawab: untuk tahun ini pembiayaan yang paling unggul yaitu pembiayaan ijarah.

