

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Rincian Hasil Wawancara dengan BMT ELTAMANI

Narasumber : Solichin

Jabatan : Marketing

Waktu : Sabtu, 28 Mei 2016

1. Bagaimana pelaksanaan pengembangan produk-produk yang dilakukan oleh BMT ELTAMANI?

“Pelaksanaan yang dilakukan oleh BMT ELTAMANI biasanya sih menysasar ke pedagang-pedagang kecil ya mas... hmmm nah dengan cara seperti itu kan si masyarakat tertarik, mereka ngasih tau ke orang-orang lain. Karena kan mereka lebih mudah ya itu yang mereka pilih. Gitu mas... jadi lebih mudah ya lebih mereka pilih”.

2. Bagaimana pengaruh strategi marketing BMT El-tamani dan BMT UMY dalam kaitannya menarik minat calon nasabah baru?

“Dari strategi yang ada sih sampai saat ini cukup bagus ya.. tapi kan tetap harus berkembang mas ke depannya. Jadi biar lebih bagus bagitu mas....”

3. Produk apasajakah yang diunggulkan oleh BMT ELTAMANI sehingga nasabah tertarik untuk menabung di BMT tersebut?

“Kita ke produk pinjaman ya mas.. karena kan liat dari sekitarnya ini kita berada di lingkungan masyarakat yang menengah ke bawah, jadi mereka lebih suka kalo ga ada pake cara yang ribet gitu mas, jadi lebih simple. Kan kelebihan BMT disitu ya... ga ribet gitu”

4. Bagaimana lembaga BMT ini dalam menerapkan teori pemasaran unsur promosi nya?

“Promosi jelas kita ada mas.. promosi untuk nasabah ya kita gunakan yang menarik ya.. tiap lembaga profit juga ya pasti ada promosinya mas..”.

5. Strategi apasajakah yang digunakan untuk menarik minat calon nasabah?

“Strategi kita ya.... Hmm. Kita sasarannya ke pedagang-pedagang kecil mas nah yang kita buat itu ya seperti tanpa bunga ya jelas, terus promosi-promosi, sama potongan biaya administrasi. Tapi kan kita lebih dari itu mas kita menggunakan kekeluargaan biar strategi kita lebih tepat sasaran gitu mas...

6. Kendala apasajakah yang dihadapi dalam melakukan pemasaran terhadap produk-produknya?

“Kendalanya sih biasanya ya sama marketing marketing Bank sih ya mas..terus kadang persaingan antar BMT, terus ada nasabah yang kadang susah buat di tagih utang nya mas, jadinya kan ya kredit macet mas”

7. Dengan lembaga BMT yang tidak begitu luas jaringan serta purna layanannya yg terbatas jika dibandingkan dengan Bank Umum, bagaimana caranya agar dapat tetap menarik bagi nasabahnya?

“Ya... kita kembali lagi ke promosi tadi mas, kita menawarkan kemudahan kepada nasabah kita. Dengan seperti itu kan nasabah akan tetap sama kita. Tentu bukan itu aja sih ya masih banyak lagi, seperti kekeluargaan mas. Terus pelayanan yang kita kasih itu bagus mas, terus plafon nya ga tinggi gitu bagus, sedangkan kalo Bank kan besar mas, pakai jaminanan lagi...”

Rincian Hasil Wawancara dengan nasabah BMT ELTAMANI

Narasumber : Andre Daka

Asal : Patimuan, Cilacap

Waktu : Senin, 30 Mei 2016

1. Bagi bapak produk produk yang ada di BMT ELTAMANI ini bagus? Buat ke depannya bagaimana?

“Bagus sih mas buat saya mah... da kan butuh nya yang mudah gampang. Dan bisa terbebas dari riba. Dan kita bisa mengembangkan nilai-nilai islam di masyarakat dengan edukasi yang ada mas..”

2. Adanya promosi dari BMT bapak terpengaruh ga untuk bergabung jadi anggota?

“ada promosi dari mulut ke mulut yang lebih efektif dari media cetak, dari internet. Karna saya orang kampung saya tau infonya dari mulut ke mulut, yang penting saya nabung dapat untung”

3. Produk apasajakah yang menarik untuk bapak dari BMT ini?

“Produk yang menarik bagi saya adalah pinjaman uang untuk nasabah, dan deposito untuk nabung...”

4. Bagaimana lembaga ini menerapkan promosinya?

“dengan pelayanan yg baik ramah baik dan menggunakan sistem jemput bola, jadi adanya kemudahan”

5. Kenapa anda tetap tertarik untuk menjadi anggota BMT dan tidak menjadi nasabah Bank saja?

“karena bunga di BMT lebih tinggi di banding bank, adanya sistem jemput bola jadi mempermudah. Cukup telepon maka akan datang sendiri”.

Rincian Hasil Wawancara dengan BMT UMY

Narasumber : Muhammad Itsnan K., SP.

Jabatan : Marketing

Waktu : Senin, 30 Mei 2016

1. Bagaimana pelaksanaan pengembangan produk-produk yang dilakukan oleh BMT UMY?
“Pelaksanaannya sih sama ya mas.. kita pake sistem anggota ya mas kalo BMT bukan nasabah, jadi ya dari situ kan anggota tadi merasa senang dengan kemudahan gitu mas. Kita juga menyasar bukan sama mahasiswa aja, sama kita juga terjun ke pasar-pasar gitu mas... ya.. lancar sih mas alhamdulillah kalo untuk pelaksanaannya. Nah.. kita kalo mau ngembangin produk mas.. kita bikin dulu seperti apa, terus kita laporkan ke DPS dulu baru di sana digodok dulu seperti apa, kalo lolos ya kita jadiin produk baru mas...BMT UMY juga membranding tentang dakwah, jadi kita menonjolkan syari, nah masyarakat juga kan ada yang pengen seperti itu mas.. ”.
2. Bagaimana pengaruh strategi marketing BMT UMY dalam kaitannya menarik minat calon nasabah baru?
“Kita kalo di lingkungan kampus kan suka nyebarin brosur-brosur biar mahasiswa pada baca, itu disebarinnya 2 kali dalam seminggu. Dari situ kan mahasiswa pada banyak tertarik mas untuk bergabung jadi anggotakemudian ke pedagang pedagang sekitaran kampus ini mas.. kalo kita udah menggunakan silaturahmi, jadi mereka juga enak gitu mas sama kita, walaupun ada yang nawarin lebih murah juga kalo udah enak sama kita ya... balik lagi sama kita. Ke tempat lain ga di ambi mas..”
3. Produk apasajakah yang diunggulkan oleh BMT UMY sehingga nasabah tertarik untuk menabung di BMT tersebut?
“Kita ke produk talangan atau pinjaman sih mas.. karena kan kalo mahasiswa yang butuh dana cepat gitu itu mudah. Kayak kalo mahasiswa mau bayaran gitu mas kalo belum ada

uangnya kan kita bisa talangin dulu. Ya bisa kayak gitu kalo buat mahasiswa yang aktif jelas ya mas. Buat di pasar pun kan kayak mbah-mbah gitu kan tau nya ga ada bunga sama cepet aja minjem uang nya.. hehehe..”

4. Bagaimana lembaga BMT ini dalam menerapkan teori pemasaran unsur promosi nya?

“Promosi kita contohkan kalo buat mitra tidak dipungut biaya administrasi.. ya itu kan kita menerapkan promosinya mas..”.

5. Strategi apasajakah yang digunakan untuk menarik minat calon nasabah?

“BMT itu kan hadir bagi orang-orang yang ga kesentuh sama bank gitu ya mas.. starteginya kita ke usaha-usaha mikro itu yang lebih mudah mas.. Strategi yang kita gunain ya seperti strategi Open Table, itu jadi kita nyebarin brosur-brosur tiap hari jumat di masjid masjid, jadi keliling gitu masjidnya mas. Disitu siapa saja bisa ngambil brosurnya bisa baca-baca. Terus kan kita memberikan edukasi juga kepada masyarakat, disitu kan masyarakat bisa menilai mas, bahwa kita ada nilai tambah gitu mas...keunggulan juga misalkan cukup sms untuk pengambilan uangnya mas, jadi simple gitu mas..”

6. Kendala apasajakah yang dihadapi dalam melakukan pemasaran terhadap produk-produknya?

“Kendalanya competitor lebih banyak mas.. mereka dengan modal yang kuat sih ya, besar juga. Ya kayak kita buat promosi kan ga bisa besar besaran mas.. terus kan kalo misalkan kita ke masyarakat yang belum paham ngerti tentang syariah kan susah juga mas.. misalkan kita mau memberikan pinjaman, yang mereka mau itu ya uang mas.. jadi di pikiran mereka kalo pinjem itu kan uang. Nah disitu kendalanya untuk mereka ngerti tuh agak susah gitu mas.. yang akhirnya kalo kita penjamin uang kan takutnya kredit macet mas. Sedangkan kan ditambah kita gak minjem uang mas.. kalo dia butuh apa, ya kita kasih dalam bentuk barang yang dia pengen..”.

7. Dengan lembaga BMT yang tidak begitu luas jaringan serta purna layanannya yg terbatas jika dibandingkan dengan Bank Umum, bagaimana caranya agar dapat tetap menarik bagi nasabahnya?

“Ada keunggulan yang kita berikan ke masyarakat atau ke mitra kita sih mas, ya kayak tadi pinjaman mudah tidak berbelit, terus bisa jemput bola kalo mau nabung, pelayanan cepat, tidak pakai jaminan dan lain-lain mas...”.

Rincian Hasil Wawancara dengan nasabah BMT UMY

Narasumber : Dani

Asal : Kuningan

Waktu : Senin, 30 Mei 2016

1. Bagi anda produk produk yang ada di BMT UMY ini bagus? Buat ke depannya bagaimana?
“produk pinjaman atau talangan saya paling suka, karena kan namanya juga mahasiswa jadi bisa nyicil, lebih mudah persyaratan mudah cukup kartu mahasiswa krs dan kk. Seperti pinjaman pembelian aptop. Membantu talangan pembayaran krs, karna saya suka telat ga punya uang.”
2. Adanya promosi dari BMT anda terpengaruh ga untuk bergabung jadi anggota?
“biasa saja sih kalo saya, karna bank lebih banyak bonus nya. Tapi dengan persyaratan mudah ya saya jadi tertarik... mudah memberikan cicilan tidak perlu survei, adanya afiliasi pertemanan”
3. Produk apasajakah yang menarik untuk anda dari BMT ini?
“Produk dana talangan yang paling menarik bagi saya, karena saya suka ga punya uang jadi dana talangan yang jadi pilihan...”
4. Bagaimana lembaga ini menerapkan promosinya?
“Dengan kalangan kampus dengan memasang banner spanduk jadi mudah melihat bagi nasabah, terutama bagi saya pedagang burjo..”
5. Kenapa anda tetap tertarik untuk menjadi anggota BMT dan tidak menjadi nasabah Bank saja?
“karena bagi hasilnya yang tinggi untuk pedagang burjo seperti saya..”.

Hasil wawancara dengan Dosen Pemasaran

Narasumber : Ragil Satria Wicaksana

Waktu : Senin 30 Mei

1. Assalamua'alaikum pak..

“Walaikum Salam mas.. pripun mas? Ko tumben hehe...”

2. Apa kabarnya pak...?

“Alhamdulillah baik mas.. saya baru balik dari Jambi mas... gimana mas?”

3. Maaf pak ganggu waktunya sebentar bisa pak?

“Walaaaahhhh mas.... Kados lih sinten loh mas.. hehe. Monggo mas, menawi kulo saged bantu mas..”

4. Mau tanya seputaran pemasaran sama sampeyan pak

“Mnopo nggeh mas sing badhe ditangletke saking pemasaran... Cakupan pembahasan tentang pemasaran sangat luas.. ngoten mas..”

5. Strategi pemasaran produk untuk menarik minat calon nasabah

“Oalaaaahh... nggeh mas paham.. hehe. ..”

Tujuan dari penelitian ini kemana mas? Menguji teori pemasaran yang digunakan? Kalo hanya menguji teori insyaallah sudah banyak referensi yang bisa digunakan mas.. sifat penelitiannya insyaallah replikasi bisa mas...

Begini mas... kalo soal strategi pemasaran tentu pola yang dipakai antar lembaga tidak semuanya beda.. pasti ada kesamaan. Namun secara garis besar metode marketing yang digunakan sekarang oleh bank syariah lebih banyak menggunakan direct selling mas.. hal tersebut mengacu pada beberapa alasan klasik. Seperti lebih murah untuk operasionalnya, sasaran pemasaran jadi lebih efektif, dan lebih mudah untuk diimplementasikan...”

6. Ilmu apalagi yang bisa saya dapatkan

“Kalau ditanya tentang tentang strategi pemasaran itu jawabannya juga sederhana mas... yaitu sekumpulan teknik maupun metode pemasaran yang digunakan oleh bank syariah maupun BMT untuk menjual produk yang dimiliki. Bicara soal pemasaran juga gak berhenti di seputaran efektivitas penyerapan pasarnya aja mas... atau kita sebut dalam Bahasa lainnya animo publik. Mungkin itu yang bisa saya sampaikan.. senang bisa berbagi mas....”