
AL-MANSYUR

JURNAL EKONOMI DAN BISNIS SYARIAH

E-ISSN: 2809-3224;

e-mail: almansyur@stainumalang.ac.id

ANALISIS MINAT NASABAH PADA PRODUK SIMPANAN BERJANGKA / DEPOSITO MUDHARABAH DI BMT UGT SIDOGIRI CAPEM KARANGPLOSO MALANG

Sholihatin Khhofsah, M.E

STAI Nahdlatul Ulama (STAINU) Malang
Jl. Raya Kepuharjo 18 A Karangploso Malang
Email: sholiha92@gmail.com

Rianik

STAI Nahdlatul Ulama (STAINU) Malang
Jl. Raya Kepuharjo 18 A Karangploso Malang
Email: rianik89@gmail.com

Abstract: Meningkatnya perkembangan koperasi syariah di Indonesia yang cukup signifikan menunjukkan kepercayaan dan minat masyarakat sangat tinggi dengan keberadaan lembaga keuangan syariah. Salah satu lembaga keuangan syariah tersebut adalah baitul mal wa tamwil. Penghimpunan dana oleh BMT diperoleh melalui simpanan salah satunya produk simpanannya adalah mudharabah. Nasabah dalam memilih dan menggunakan produk lembaga keuangan akan dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu tingkat bagi hasil yang tinggi dan transparan, pelayanan yang ramah, aman karena terhindar dari riba dan lainnya. Berdasarkan hal tersebut diatas maka focus penelitian ini adalah tentang faktor yang mempengaruhi minat nasabah pasar sayur karangploso pada produk deposito mudharabah dan strategi yang digunakan BMT UGT Sidogiri dalam meningkatkan minat Nasabah pada Produk simpanan berjangka dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan observasi, wawancara dan dokumentasi.

Hasil penelitian di BMT UGT Sidogiri caoem Karangploso Malang adalah bahwa faktor yang mempengaruhi minat nasabah pasar sayur karangploso pada produk deposito mudharabah yaitu faktor reigius, keberkahan karena terhindar dari riba, pendapatan yang diperoleh mendorong nasabah untuk melakukan investasi, pengetahuan produk atau informasi yang diberikan jelas dan menarik, bagi hasil yang halal dan transparan, dan lokasi yang strategis. Sedangkan hasil dari strategi yang dilakukan oleh BMT UGT Sidogiri capem Karangploso Malang dalam meningkatkan minat Nasabah pada produk deposito mudharabah adalah dengan sebar brosur, blunding produk, menyampaikan produk secara langsung kepada nasabah yang nabung setiap hari.

Dari hasil diatas diketahui bahwa analisi minat nasabah pada produk deposito mudharabah perlu dikaji. Pengetahuan produk simpanan berjangka yang kurang dipahami oleh nasabah, inovasi produk yang sesuai dengan kebutuhan nasabah menjadi penentu meningkatnya minat nasabah dalam menggunakan produk di BMT UGT Sidogiri.

Keywords: Minat, Deposito, Mudharabah, strategi

A. Pendahuluan

Deposito *mudharabah* merupakan investasi dana berdasarkan akad *mudharabah* yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan akad antara nasabah penyimpan dan Bank Syariah dan/atau UUS.¹ Yang mana dalam pengelolaannya dana tersebut bisa di dimanfaatkan untuk disalurkan oleh pihak Lembaga Keuangan kepada nasabah lain yang membutuhkan dana modal usaha untuk dikelola dan dimanfaatkan sehingga bisa membantu perputaran perekonomian negara. Selain itu, pihak nasabah itu sendiri akan mendapatkan keuntungan bagi hasil dari pengelolaan dana tersebut. Mengacu dalam sistem operasionalnya yang menerapkan prinsip syariah, yaitu bagi hasil. Maka pada umumnya akad yang digunakan menggunakan dua akad yaitu *Mudharabah* dan *Musyarakah*.² *Mudharabah* merupakan perjanjian kerjasama yang dilakukan oleh dua pihak atau lebih yang

¹Ismail, *Perbankan syariah*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2011) 91

²Andri Soemitra, *Bank dan Kelembagaan Keuangan Syariah*, (Jakarta: PT. FajarInterpratama Mandiri, 2017),39

mana salah satunya sebagai penyedia dana dan yang lainnya sebagai pengelola usaha yang kemudian hasilnya dibagi sesuai kesepakatan. Sedangkan *musyarakah* yaitu perjanjian kerjasama yang dilakukan oleh dua pihak atau lebih yang sama-sama berkontribusi dalam modal dan juga usaha sehingga jika hasil usaha tersebut untung dibagi bersama atau jika rugi ditanggung bersama sesuai proporsi modal masing-masing. Deposito *Mudharabah* ini penarikannya hanya dilakukan pada jangka atau rentang waktu sesuai kesepakatan yang terjadi antara nasabah dan pihak Bank.³ Jangka waktu yang telah ditentukan oleh BMT adalah 1, 3, 6, 12 dan 24 bulan yang mana semakin lama jangka waktu yang diambil maka proporsi bagi hasil akan semakin besar. Maka nasabah tinggal memilih rentang waktu atau jangka tempo yang dikehendaki, sebagai contoh tabel berikut :

Tabel 1
Prosentase Nisbah Simpanan Berjangka (Deposito) pada BMT UGT
Sidogiri adalah sebagai berikut:⁴

Jangka Waktu (Bulan)	Nisbah / Bagi Hasil	
1	50% Anggota	50% BMT
3	52% Anggota	48% BMT
6	55% Anggota	45% BMT
9	57% Anggota	43% BMT
12	60% Anggota	40% BMT
24	70% Anggota	30% BMT

Hal yang perlu dilakukan dalam rangka menarik minat nasabah yaitu BMT UGT Sidogiri capem Karangploso Malang dituntut agar mampu mengenali perilaku masyarakat yang disekitar. Dengan memahami perilaku nasabah akan memudahkan dalam merancang strategi agar *loyalitas* nasabah semakin meningkat. Merupakan sifat manusiawi jika

³Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2017), 38

⁴Redaksi BMT UGT Sidogiri, “Produk dan Jasa Simpanan BMT UGT Sidogiri”, dalam <https://bmtugtnusantara.co.id/home> (22 Maret 2021)

nasabah menginginkan sesuatu yang menguntungkan untuk diri mereka. Nasabah dalam rangka mempertimbangkan, memilih hingga menggunakan produk atau jasa lembaga keuangan akan dipengaruhi oleh beberapa faktor. Tingkat nisbah bagi hasil yang tinggi dan transparansi dalam bagi hasil akan membuat nasabah tertarik melakukan deposito, selain itu keamanan menabung di bank syariah karena terhindar dari riba juga menjadi pertimbangan melakukan investasi. Salah satu strategi menarik yang membedakan BMT UGT Sidogiri capem Karangploso Malang dengan yang lainnya yaitu penawaran bagi hasil dengan program Simpanan Wadiah Berjangka *Bundling* Produk, atau di singkat dengan SWB2P, dimana bagi hasil bisa berupa emas perhiasan, kendaraan bermotor (mobil, sepeda motor), Handphone, alat elektronik (televisi, kulkas), peralatan rumah tangga dan lain-lain sesuai kesepakatan bersama sehingga memiliki daya tarik lebih dari pesaingnya.⁵ Bukan hanya bagi hasil yang membuat nasabah tertarik untuk melakukan deposito tetapi terdapat alasan lain seperti standar pelayanan yang baik dan memuaskan, nasabah merasa nyaman dan aman mempercayakan dana investasinya di bank syariah karena akad yang jelas dan terbebas dari riba dima mereka yakin dana yang mereka investasikan akan dikelola secara syariah dengan menggunakan prinsip islam, Sebagaimana yang terdapat pada ayat Al-Qur'an surat Al-Baqarah: 278, sebagai berikut:⁶

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا آتُوا اللَّهَ مَا بَقِيَ مِنْ رِبَاكُمْ إِن كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ

Artinya :

"Hai orang-orang yang beriman, bertaqwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa-sisa riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang yang beriman"

Selain itu juga warkat deposito bisa digunakan sebagai agunan di seluruh cabang BMT dan tidak dikenakan biaya administrasi dalam proses pengajuan deposito.⁷ Hal yang sangat menarik pada pelayanan di BMT UGT Sidogiri capem Karangploso Malang adalah fasilitas "*Jemput Bola*", dimana nasabah dimanjakan oleh petugas dari BMT untuk melakukan transaksi dengan cara petugas menghampiri nasabah dan melakukan transaksi ditempat nasabah. Fasilitas inilah yang sangat mempengaruhi minat nasabah untuk sering melakukan transaksi, berikut ini adalah data yang menunjukkan laju pertumbuhan

⁵Shofil Anwar (AOAP BMT UGT Sidogiri), *wawancara*, Malang, 28 Desember 2020.

⁶ Al-Qur'an, 2 (Al-Baqarah): 278.

⁷M.Tajuddin (Teller BMT UGT Sidogiri), *wawancara*, Malang, 28 Januari 2021.

nasabah di BMT UGT Sidogiri capem Karangploso Malang. Adapun data yang peneliti dapatkan, dari jumlah tabungan dan deposito pada tahun 2018 sampai tahun 2020 adalah sebagai berikut:

Tabel 2
Laju Pertumbuhan Nasabah pada Produk Simpanan BMT UGT
Sidogiricapem Karangploso Malang:⁸

Tahun	Tabungan (Jumlah Anggota)	Deposito (Dalam Rupiah)
2018	1.537	Rp. 301.000.000
2019	1.714	Rp. 387.500.000
2020	1.851	Rp. 473.000.000

Berdasarkan dari hasil laju pertubuhan BMT yang cukup *signifikan* ini, penulis ingin menganalisa lebih dalam dan memberikan batasan penelitian tentang produk simpanan berjangka (*Deposito Mudharabah*) pada BMT UGT Sidogiri capem Karangploso Malang, apa saja yang dapat mempengaruhi minat nasabah pada produk simpanan berjangka atau Deposito, sehingga penelitian ini akan fokus terhadao **Analisis Minat Nasabah Pada Produk Simpanan Berjangka / Deposito Mudharabah di BMT UGT Sidogiri Capem Karangploso Malang**".

B. Metode Penelitian

Metode dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian lapangan atau studi kasus yang sasaran penelitiannya berupa manusia, peristiwa, latar dan dokumen. Metode pengumpulan data atau teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi (pengamatan), wawancara dan dokumentasi. Untuk metode analisa data dilakukan secara deskriptif kualitatif yaitu dengan cara penyusunan data dari umum ke khusus.

C. Hasil dan Pembahasan

- Analisis Factor yang mempengaruhi minat nasabah pasar sayur Karangploso pada produk simpanan berjangka atau Deposito *Mudharabah* di BMT UGT Sidogiri Capem Karangploso Malang**

⁸M.Mukhlis (Kacab BMT UGT Sidogiri), *wawancara*, Malang, 15 Februari 2021

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung masyarakat dan mendorong masyarakat untuk menyimpan dananya di BMT UGT Sidogiri adalah untuk keamanan, untuk mencari halal dan berkahnya, ataupun untuk mendapatkan keuntungan dari jumlah uang yang disimpannya. Namun tanpa adanya pengetahuan dan faktor-faktor lainnya yang dimiliki oleh masyarakat tentang BMT, maka hal tersebut dinilai percuma.

Berdasarkan hasil penelitian pada nasabah BMT UGT Sidogiri di area pasar sayur Karangploso Malang, terdapat 5 faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan produk simpanan berjangka / deposito *mudharabah*, dalam hal ini menjadi pembahasan peneliti mengenai factor yang mempengaruhi minat nasabah pasar sayur Karangploso pada produk simpanan berjangka atau Deposito *Mudharabah* di BMT UGT Sidogiri Capem Karangploso Malang, peneliti menjelaskan dan menjawab tentang beberapa data yang sudah ditemukan, baik dari observasi, wawancara, dan dokumentasi. Berangkat dari sini, peneliti mencoba mendeskripsikan data-data yang telah ditemukan berdasarkan logika dan diperkuat dengan teori-teori yang sudah ada yang kemudian diharapkan bisa menemukan sesuatu yang baru, antara lain sebagai berikut:

a. Religius / agama

Pemahaman prinsip-prinsip agama dan kehalalan produk menjadi pemicu utama untuk mengambil keputusan melakukan pilihan. Sebagian besar nasabah yang muslim mempunyai keyakinan terhadap produk dan jasa yang baik dan halal akan membawa keberkahan dan manfaat yang baik. Terbebasnya dari unsur ribawi akan mempengaruhi minat nasabah untuk bertransaksi, karena unsur ribawi dilarang didalam Islam. Dengan pemahaman tersebut, nasabah akan merasa nyaman dan memperoleh keberkahan jika menginvestasikan hartanya untuk dikelola oleh BMT, karena sudah pasti pengelolaannya berdasarkan prinsip / akad syariah islam. Usaha-usaha yang diaplikasikan menjadi bagian yang tidak dapat terpisahkan dari BMT sebagai lembaga pendukung dan peningkatan kegiatan ekonomi masyarakat kecil dengan berlandaskan hukum-hukum syariah Islam.⁹

Jumlah nasabah di BMT UGT Sidogiri pada tahun 2020 terdapat 1.851 nasabah yang aktif dan mayoritas beragama islam. Terdapat 45

⁹ Mustaring, "Eksistensi Baitul Maal Dan Peranannya Dalam Perbaikan Ekonomi Rumah Tangga Dalam Era Masyarakat Ekonomi Asean" Jurnal Supremasi, ISSN 1412-517X, Volume XI, No. 2 (Oktober, 2016), 122.

nasabah yang menggunakan produk simpanan berjangka, meski jumlah nasabah yang menggunakan produk simpanan berjangka / deposito *mudharabah* sedikit akan tetapi jumlah tersebut setiap tahun mengalami peningkatan meski tidak signifikan, hal ini menunjukkan minat nasabah terhadap produk tersebut bisa dikatakan mengalami peningkatan.

Setelah dilakukan wawancara dengan menambahkan pertanyaan kepada para responden tentang produk simpanan berjangka / deposito *mudharabah*, mereka menyatakan bahwa mereka mengetahui apabila bank syariah menghindarkan nasabahnya dari perkara riba. Mayoritas nasabah di area pasar sayur Karangploso adalah seorang muslim yang membuat mereka memiliki minat yang tinggi terhadap bank syariah dikarenakan masalah riba. Mereka takut akan riba, takut usahanya tidak berkah untuk dirinya dan keluarganya, dan nasabah meyakini kalo BMT sebagai lembaga pendukung yang kegiatan ekonominya berlandaskan hukum-hukum syariah islam.

b. Pendapatan Nasabah

Pendapatan nasabah sangat berpengaruh terhadap pilihan nasabah untuk melakukan deposito. Pendapatan nasabah sangat berpengaruh terhadap aktivitas ekonomi nasabah. Jika pendapatan nasabah besar dan berlebih, maka akan ada keinginan kuat untuk investasi atau mengembangkan dananya agar bisa lebih besar dan berkembang. Menurut Keynes, besarnya tabungan seseorang bukan tergantung pada tinggi rendahnya tingkat suku bunga, namun tergantung besar kecilnya pendapatan seseorang. Semakin besar pendapatan maka semakin besar jumlah tabungan yang dilakukan masyarakat.¹⁰

Nasabah di area pasar sayur Karangploso Malang mayoritas adalah berprofesi sebagai pedagang, mereka membutuhkan modal untuk perputaran usahanya. Jika hasil usaha yang diperoleh hanya cukup untuk perputaran usaha dan kebutuhan keluarganya, maka mereka tidak mau melakukan *saving* untuk investai, namun jika pendapatan mereka besar, mereka akan menabung dan melakukan investasi yang halal dan berkah untuk mengembangkan hartanya.

Dari hasil wawancara terhadap responden yang merupakan nasabah BMT UGT Sidogiri di area pasar sayur Karangploso, disimpulkan bahwa pendapatan memang menjadi tolak ukur nasabah berminat atau

¹⁰ Sadono Sukirno, *Makroekonomi Teori Pengantar*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016), 300

tidak untuk menggunakan produk simpanan berjangka / deposito *mudharabah*. Faktor pendapatan tidak tetap, pendapatan hanya dari keuntungan perputaran usaha, pendapatan hanya dari pemberian suami dan pendapatan yang hanya cukup untuk makan sehari-hari mengambil peran penting yang menentukan minat dan pilihan nasabah untuk menggunakan produk simpanan berjangka / deposito *mudharabah*. Dari hasil wawancara tersebut maka sesuai dengan teori Keynes yang menyatakan semakin tinggi pendapatan seseorang maka semakin tinggi minat menabung seseorang, dan ini ditunjukkan oleh nasabah di area pasar sayur Karangploso Malang yang lebih memilih menabung daripada berinvestasi deposito *mudharabah* dikarenakan menabung bisa sewaktu-waktu bisa diambil ketika mereka membutuhkan modal untuk perputaran usahanya.

c. Pengetahuan produk

Produk yang ditawarkan adalah salah satu faktor yang menjadikan masyarakat berminat untuk menggunakan jasa dalam perbankan. Pengetahuan produk yaitu kumpulan berbagai macam informasi mengenai produk. Pengetahuan seseorang akan menentukan tindakan atau pengambilan keputusan setelah konsumen mempelajari produk, merk dan pelayanan yang dianggap memuaskan. Oleh karena itu meskipun jasa perbankan telah dikemas secara menarik dan disertai layanan yang profesional, namun apabila bank tidak mengkomunikasikan dengan calon nasabah maka mereka akan ragu-ragu untuk membelinya, karena ketidaktahuannya mengenai produk yang akan digunakannya sehingga hal itu akan berpengaruh pada keputusan memilih produk yang dibeli. Setiap orang pasti memiliki kriteria tertentu dalam memilih produk perbankan mana yang cocok untuk digunakannya. Segala keputusan seseorang dalam memilih produk tersebut pastinya berdasarkan dari kebutuhan masing-masing, serta penilaian manfaat dan pemahaman sistem ban Hal ini terjadi pula pada nasabah BMT UGT Sidogiri di area pasar sayur Karangploso Malang. Sebagian besar nasabah tidak memahami produk investasi, salah satunya deposito *mudharabah*.

Dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti pada nasabah BMT UGT Sidogiri capem Karangploso Malang, bahwasanya minat nasabah terhadap produk simpanan berjangka / deposito *mudharabah* dipengaruhi oleh pengetahuan produk, dimana pengetahuan nasabah tentang produk memang harus jelas dan membawa manfaat bagi nasabahnya dikemudian hari. Disini bisa diartikan bahwa calon nasabah ketika akan menginginkan atau tertarik dengan produk

produk simpanan berjangka / deposito *mudharabah* tentunya harus tahu dulu mengenai produk tersebut seperti apa, apa manfaat bagi dirinya, menguntungkan atau tidak, membawa keberkahan dalam kehidupannya, kenapa produk tersebut bisa membuat dirinya tertarik ingin memilikinya. Pengetahuan konsumen mempengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan produk¹¹.

Dalam kenyataannya banyak sekali nasabah yang kurang memahami beberapa produk yang ada di BMT, kebanyakan nasabah adalah pedagang sayur yang kurang aktif untuk mencari info tentang produk-produk yang dimiliki BMT. Dengan wawancara yang dilakukan dengan beberapa nasabah akhirnya mereka mulai tertarik dengan produk simpanan berjangka / deposito *Mudharabah*. Dari 20 nasabah yang peneliti wawancarai ada 3 nasabah yang langsung ikut bergabung menggunakan produk simpanan berjangka / deposito *Mudharabah*. Hal ini menunjukkan bahwa teori yang menyampaikan bahwa pengetahuan konsumen mempengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan produk. Akan tetapi bukan hanya pengetahuan tentang produk perbankan, faktor produk yang ditawarkan juga harus sesuai dengan yang dibutuhkan beberapa nasabah juga menjadikan minat masyarakat terhadap produk di BMT UGT Sidogiri. Beberapa nasabah menyatakan kalau tabungan syariah saat ini yang sesuai dengan kebutuhannya, dikarenakan bisa diambil sewaktu-waktu untuk perputaran usahanya.

1) Bagi hasil

Bagi hasil di BMT UGT Sidogiri menggunakan prinsip syariah, yaitu nisbah, bukan bunga yang diyakini haram riba hukumnya, nisbah adalah bagi hasil yang halal karena akad di awal yang jelas. Untuk pembagian nisbah deposito *mudharabah* jauh lebih besar dibanding tabungan umum syariah, disampaikan secara transparan setiap bulannya sesuai dengan porsi yang telah disepakati oleh kedua belah pihak. Bagi hasil merupakan sistem dimana pemilik dana dan pengelola usaha berbagi keuntungan atas hasil usaha yang dikelola, dan ketika ada kerugian maka ditanggung bersama secara adil dan sesuai kesepakatan.¹²

Dalam kenyataannya BMT UGT Sidogiri sudah menerapkan prinsip bagi hasil sesuai syariah islam, dalam proses pembagian keuangtungan akan dibagi sesuai porsi yang disepakati di awal akad, dan ketika mengalami kerugian akan ditanggung bersama secara adil dan sesuai

¹¹ Agustina Shinta, *Manajemen Pemasaran* (Malang: UB Press, 2011), 46.

¹² Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), 26

kesepakatan bersama, selama ini nasabah tidak pernah menerima kerugian karena manajemen di BMT UGT Sidogiri yang terbilang sudah profesional. Sedangkan untuk laporan bagi hasilnya dilaporkan secara transparan. Sesuai dengan teori yang disampaikan bahwa minat nasabah menggunakan produk simpanan berjangka ini bukan semata-mata karena bagi hasil yang besar, tapi karena keberkahan harta nasabah yang dikelola menggunakan prinsip syariah.

2) Lokasi

Faktor lokasi ini mempengaruhi minat nasabah BMT UGT Sidogiri capem Karangploso Malang, karena berdasarkan penelitian yang telah peneliti lakukan bahwasanya geografis disini adalah letak atau posisi Lokasi BMT UBT Sidogiri capem Karangploso Malang sangat strategis dan mudah dijangkau oleh nasabah karena letaknya disekitar pasar sayur Karangploso yang merupakan nasabah terbesarnya, berada dipinggir jalan raya Karangploso, mudah untuk dijangkau oleh calon nasabah ataupun oleh nasabah. Lokasi berhubungan dengan keputusan yang dibuat oleh perusahaan mengenai dimana operasi dan sifatnya akan ditempatkan. Yang paling penting dari lokasi adalah tipe dan tingkat interaksi yang terlibat¹³

Dalam kenyataannya lokasi kantor BMT UGT Sidogiri sangat strategis dan memenuhi standart kelayakan. Menentukan lokasi merupakan keputusan penting yang bertujuan untuk menarik nasabah agar datang ke tempat tersebut dengan dalam pemenuhan kebutuhannya. Lokasi mempunyai fungsi yang strategis karena dapat ikut menentukan tercapainya tujuan badan usaha. Lokasi yang tepat dalam mendirikan suatu usaha adalah salah satu hal yang sangat menentukan keuntungan bagi perusahaan, pengusaha akan selalu mencari lokasi yang strategis, yang mudah dilihat dan dijangkau oleh konsumen. Sesuai dengan teori yang disampaikan karena lokasi yang strategis berada disekitar pasar sayur Karangploso Malang maka nasabah akan sebih *intens* untuk melakukan transaksi di BMT UGT Sidogiri.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi minat nasabah di area Karangploso Malang dalam menggunakan produk simpanan berjangka / deposito *mudharabah* adalah lokasi yang mana jarak tempuh BMT UGT Sidogiri yang cukup dekat, di area pasar sayur Karangploso Malang dan bisa ditempuh dengan jalan kaki maka peluang nasabah untuk menabung dan

¹³ Muhammad Adam, *Manajemen pemasaran Pemasaran Jasa Teori dan aplikasi*, (Bandung: Alfabeta.,2015), 31

berinvestasi sangat besar, apalagi ada layanan ekstra *jemput bola* yang menjadikan nilai lebih pada BMT UGT Sidogiri capem Karangploso Malang.

2. Analisis Strategi yang digunakan BMT UGT Sidogiri Capem Karangploso Malang dalam meningkatkan minat Nasabah pada produk simpanan berjangka atau Deposito Mudharabah.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti di BMT UGT Sidogiri Capem Karangploso Malang yang membahas mengenai strategi yang digunakan dalam meningkatkan minat menabung, sesuai dengan apa yang sudah di sampaikan oleh bapak Mukhlis selaku kacab di BMT UGT Sidogiri capem karangploso Malang melalui wawancara, maka strategi yang digunakan di BMT UGT Sidogiri menggunakan strategi bauran pemasaran yang mana strategi tersebut meliputi 4P, yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*).¹⁴

Yang pertama adalah produk (*product*), yang membahas tentang produk simpanan berjangka / deposito *mudharabah* yang ada di BMT UGT Sidogiri capem Karangploso Malang. Tabungan simpanan berjangka ini setoran dan penarikannya berdasarkan jangka waktu tertentu. Akad berdasarkan prinsip syariah *mudharabah musyarakah* dengan nisbah sesuai jangka waktu yang diinginkan. Keuntungan / bagi hasil yang diperoleh nasabah lebih besar dan kompetitif dari tabungan umum syariah, warkatnya bisa digunakan sebagai jaminan / agunan pinjaman, pencairan warkat mudah setelah jatuh tempo dan tanpa dipungut biaya administrasi. Salah satu produk simpanan berjangka ini adalah Simpanan Wadiah Berjangka *Bundling* Produk atau lebih dikenal dengan SWB2P, merupakan simpanan dengan jangka waktu dan nilai tertentu yang bisa mendapatkan barang sesuai yang diinginkan anggota dengan cara pembiayaan. Maksudnya adalah dengan melakukan deposito SWB2P ini nasabah bisa memilih sendiri kebutuhan produk yang diinginkan dengan menyesuaikan nominal simpanan yang akan dikehendaki untuk di depositokan. Ini salah satu strategi produk yang digunakan oleh BMT UGT Sidogiri untuk menarik minat nasabah untuk menggunakan produk simpanan berjangka atau deposito *mudharabah*.

Yang kedua adalah harga (*price*), yang dimaksud harga disini adalah nominal yang diinvestasikan untuk deposito sangat terjangkau oleh

¹⁴ Philip Kotler, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta : Erlangga, 2006), 58

nasabah, setoran minimum mulai dari Rp. 500.000 sampai tak terhingga, dan jangka waktu yang diberikan juga sangat fleksibel mulai dari 1 bulan, 2 bulan, 3 bulan, 6 bulan, 9 bulan, 12 bulan dan 24. Hal ini memudahkan nasabah untuk membuat pilihan jika menempatkan dananya untuk berinvestasi. Tentu saja kemudahan-kemudahan ini sangat berperan besar dalam menarik minat nasabah terhadap produk simpanan berjangka / deposito *mudharabah*.

Yang ketiga adalah tempat (*Place*), masalah tempat atau lokasi BMT UGT Sidogiri capem Karangploso Malang sudah tidak diragukan lagi keberadaannya. Lokasinya sangat strategis, dekat dengan jalan raya Karangploso yang mudah untuk dijangkau oleh calon nasabah ataupun oleh nasabah dan berada di area wilayah pasar sayur karangploso Malang yang merupakan nasabah terbesar BMT UGT Sidogiri. Tentu saja factor lokasi ini berpengaruh besar dalam menarik minat nasabah dalam menggunakan produk simpanan berjangka di BMT.

Yang keempat adalah promosi (*promotion*), untuk promosi ini BMT UGT Sidogiri capem Karangploso Malang menggunakan metode sebar brosur, baik itu berupa fliyer, pamphlet maupun brosur digital. Cara efektif yang dilakukan marketing mengingat nasabah sebagian besar adalah pedagang sayur yang kurang memahami produk dan kurang aktif dalam menanyakan produk, maka marketing akan menawarkan langsung / menjelaskan secara langsung produk Deposito *mudharabah* atau produk-produk yang lain kepada nasabah yang menabung secara rutin setiap hari. Hal ini sangat efektif digunakan karena strategi jemput bola yang digunakan untuk menjalin komunikasi dan mendekatkan secara emosional antara nasabah dan petugas dari BMT UGT Sidogiri. Strategi sangat efektif digunakan oleh manajemen BMT UGT Sidogiri untuk menarik minat nasabah dalam menggunakan produk simpanan berjangka di BMT UGT Sidogiri capem Karangploso Malang.

Dari penelitian yang diperoleh dengan melakukan wawancara dengan Bapak Mukhlis selaku kacab dan para staf BMT UGT Sidogiri capem Karangploso Malang, bisa disimpulkan bahwa strategi yang sangat efektif dan sesuai dengan karakter nasabah di area pasar sayur Karangploso Malang dalam menggunakan produk simpanan berjangka / deposito *mudharabah* adalah dengan mengemas produk sesuai kebutuhan nasabah. Seperti halnya dengan adanya produk Simpanan Wadiah Berjangka *Bundling* Produk atau lebih dikenal dengan SWB2P. Produk simpanan ini selalu diadakan setiap 3 bulan sebelum hari raya idul fitri, dengan asumsi pada saat hari raya banyak nasabah yang membutuhkan barang yang bisa digunakan untuk memenuhi

kebutuhan di hari raya. Seperti halnya kebutuhan untuk membeli perhiasan, sepeda motor, mobil, HP, kulkas atau barang-barang elektronik lainnya. Dengan adanya program SWB2P ini diharapkan mempermudah dan menarik nasabah dalam menggunakan produk simpanan berjangka / deposito mudharabah. Penyampaian tentang produk secara langsung kepada nasabah merupakan nilai lebih yang dimiliki BMT, dikarenakan profesi nasabah mayoritas sebagai pedagang yang sangat sibuk sehingga sangat minim mendapatkan pengetahuan tentang produk, disamping itu nasabah juga enggan bertanya ke kantor BMT, melihat brosur baik digital ataupun non digital.

D. Kesimpulan

Factor yang mempengaruhi minat nasabah pasar sayur Karangploso pada produk simpanan berjangka atau Deposito *Mudharabah* di BMT UGT Sidogiri Capem Karangploso Malang adalah faktor religius, pendapatan, pengetahuan produk yang ditawarkan oleh BMT dan ketentuan bagi hasil yang didapatkan nasabah serta BMT. Strategi yang digunakan BMT UGT Sidogiri Capem Karangploso Malang dalam meningkatkan minat Nasabah pada produk simpanan berjangka atau Deposito *Mudhararabah* dengan memaksimalkan strategi marketing 7 P.

Daftar Rujukan

- Sukirno, S., *Makroekonomi Teori Pengantar*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016)
- Shinta, A., *Manajemen Pemasaran* (Malang: UB Press, 2011)
- Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013)
- Adam, M., *Manajemen pemasaran Pemasaran Jasa Teori dan aplikasi*, (Bandung: Alfabeta., 2015)
- Kotler, P., *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta : Erlangga, 2006)
- Mustaring, “Eksistensi Baitul Maal Dan Peranannya Dalam Perbaikan Ekonomi Rumah Tangga Dalam Era Masyarakat Ekonomi Asean”. Dalam: *Jurnal Supremasi*, ISSN 1412-517X, Volume XI, No. 2 (Oktober, 2016)