



The Effectiveness of Wadiah Term Savings with Prizes (SAJADAH) in Increasing Customers of BMT NU East Java Jatibanteng Branch

Sri Yuniati¹ M. Munir² Siti Rahmania³

¹ Sekolah Tinggi Agama Islam Ahmad Sibawayhie Situbondo East Java Indonesia 68365

² Sekolah Tinggi Agama Islam Ahmad Sibawayhie Situbondo East Java Indonesia 68365

³ Sekolah Tinggi Agama Islam Ahmad Sibawayhie Situbondo East Java Indonesia 68365



ABSTRACT

ARTICLE INFO

SAJADAH is used by BMT NU East Java to increase the number of customers, but in practice this product has shortcomings in the form of no monthly profit sharing. This research aims to analyze the level of effectiveness of SAJADAH in increasing the number of customers. A qualitative approach is used so that open data can be obtained. Searching for data using direct interviews will produce more valid data. Apart from that, data produced from interviews can be validated using data from observations. The research results show that SAJADAH is effective in increasing the number of customers and total savings managed. Data shows a significant increase in the number of customers from 3 people in 2022 to 24 people in 2023 and in 2024 there will be an additional 5 people, with a total balance collected of IDR. 1,911,000,000. Giving direct gifts is able to attract customer interest which results in an increase in numbers. This study also notes that the obstacle faced is the public's perception of the high initial deposit nominal, so further education and outreach is needed to explain the advantages and flexibility of prayer mat products.

Keywords:

*Effectiveness,
Marketing Strategy,
Service Quality*

* Alamat email: sriyuniati1995@gmail.com¹, munirradit93@gmail.com², sitirahmania260@gmail.com³

Articel Submitted : 17 June 2024

Accepted : 28 June 2024

Revised : 20 June 2024

Published : 30 June 2024



Efektivitas Simpanan Berjangka Wadiah Berhadiah (SAJADAH) Dalam Meningkatkan Nasabah BMT NU Jawa Timur Cabang Jatibanteng

Sri Yuniati¹ M. Munir² Siti Rahmania³

¹ Sekolah Tinggi Agama Islam Ahmad Sibawayhie Situbondo Jawa Timur Indonesia Indonesia 68365

² Sekolah Tinggi Agama Islam Ahmad Sibawayhie Situbondo Jawa Timur Indonesia Indonesia 68365

³ Sekolah Tinggi Agama Islam Ahmad Sibawayhie Situbondo Jawa Timur Indonesia Indonesia 68365



Abstrak

SAJADAH digunakan BMT NU Jawa timur untuk meningkatkan jumlah nasabah namun pada prakteknya produk tersebut terdapat kekurangan berupa tidak adanya bagi hasil tiap bulannya dengan adanya hal tersebut penelitian ini bertujuan menganalisa tingkat keefektifan SAJADAH dalam meningkatkan jumlah nasabah. Pendekatan kualitatif digunakan agar keterbukaan data bisa didapat, pencarian data dengan wawancara secara langsung akan menghasilkan data yang lebih valid selain itu data yang dihasilkan dari wawancara dapat divalidasi menggunakan data dari observasi. Hasil penelitian menunjukkan SAJADAH efektif dalam meningkatkan jumlah nasabah dan total simpanan yang dikelola. Data menunjukkan peningkatan signifikan jumlah nasabah dari 3 orang pada tahun 2022 menjadi 24 orang pada tahun 2023 dan pada tahun 2024 terdapat penambahan 5 orang, dengan total saldo yang dihimpun sebesar Rp. 1.911.000.000. pemberian hadiah langsung mampu menraik minat nasabah yang berakibat pada peningkatan jumlah. Studi ini juga mencatat bahwa kendala yang dihadapi adalah persepsi masyarakat tentang nominal setoran awal yang tinggi, sehingga diperlukan edukasi dan sosialisasi lebih lanjut untuk menjelaskan keuntungan dan fleksibilitas dari produk sajadah.

Informasi Artikel

Kata kunci:

Efektivitas, Strategi Pemasaran, Kualitas Layanan

* Alamat email: sriyuniati1995@gmail.com¹, munirradit93@gmail.com², sitirahmania260@gmail.com³

Artikel diserahkan : 17 Juni 2024

Diterima : 28 Juni 2024

Direvisi : 20 Juni 2024

Dipublikasi : 30 Juni 2024

Pendahuluan

Perkembangan perbankan di Indonesia telah mengalami perjalanan yang sangat panjang sampai saat ini, sejak zaman penjajahan belanda perbankan telah beroperasi di Indonesia. Seiring dengan berjalannya waktu, perbankan mulai merambah ke dunia perbankan syariah. Lembaga keuangan syariah ini beroperasi pada produk-produk yang disesuaikan akan al-Qur'an dan hadits. Didalam pengoperasiannya yakni dengan meminjamkan uang serta jasa yang lain dengan dibayarkan dan didistribusikan melalui prinsip-prinsip syariah. (Muhammad, 2014).

Lembaga keuangan bank merupakan lembaga yang sudah umum terdengar di masyarakat, namun sebagian dari mereka kurang memahami adanya dampak bunga yang besar ketika melakukan pinjaman ke lembaga keuangan. Tidak banyak dari masyarakat yang mengetahui bahwa terdapat lembaga keuangan non bank. Salah satunya seperti BMT (Baitul Maal wa Tamwil). Baitul Mal wat Tamwil (BMT) merupakan salah satu jenis Lembaga Keuangan Mikro (LKM) berbasis syariah yang terdiri dari dua istilah yakni baitul maal dan baitul tamwil. Istilah baitul maal lebih mengacu kepada upaya untuk menghimpun dan menyalurkan dana non-profit, sedangkan istilah baitul tamwil mengacu pada upaya untuk menghimpun dan menyalurkan dana komersial. (Setiawan, 2017) Peran BMT sebagai lembaga keuangan yang bertugas untuk mengumpulkan dana dari masyarakat yang mempercayakan dananya untuk disimpan di BMT kemudian menyalurkan dana tersebut kepada masyarakat yang melakukan pinjaman di BMT. (Soemitra, 2017)

Baitul Mal wat Tamwil (BMT) hadir sebagai solusi alternatif bagi masyarakat yang membutuhkan akses keuangan namun terkendala oleh sistem perbankan konvensional yang mengandung unsur riba. BMT beroperasi berdasarkan prinsip syariah Islam, menawarkan produk dan layanan keuangan yang bebas riba dan sesuai dengan ajaran agama guna menarik minat masyarakat, yang berfokus pada dua hal. Pertama, berfokus pada penghimpunan dan penyaluran dana nonprofit, seperti zakat, infaq, dan sedekah. Dana ini kemudian dikelola dan disalurkan kepada mereka yang membutuhkan, seperti fakir miskin, anak yatim piatu, dan kaum duafa. Kedua, Berfokus pada penghimpunan dan penyaluran

dana komersial, seperti tabungan dan deposito. Dana ini kemudian digunakan untuk membiayai berbagai usaha mikro dan kecil masyarakat melalui skema akad syariah, seperti wadiah, mudharabah, musyarakah, dan qardh al-hasan. BMT NU Jawa Timur menawarkan berbagai pilihan produk tabungan dengan akad yang beragam untuk memenuhi kebutuhan dan menarik minat para nasabah untuk menabung di lembaga keuangan tersebut. Salah satu inovasi yang menarik untuk dikaji yakni pada akad wadiah dalam produk simpanan berjangka wadiah berhadiah (SAJADAH) yang dirancang untuk menarik minat masyarakat dengan menawarkan hadiah langsung tanpa diundi sebagai daya tarik utama. Produk SAJADAH ini menggunakan akad wadiah yad dhamanah, di mana dana yang disimpan tidak akan mendapatkan bagi hasil, tetapi nasabah memperoleh hadiah langsung saat membuka simpanan. Hasil dari pemanfaatan barang titipan tersebut tidak wajib dibagi hasil dengan pemberi titipan tetapi penerima titipan boleh memberikan bonus kepada si pemberi titipan namun tidak boleh dijanjikan sebelumnya kepada pemilik barang. (Thian, 2021).

Dalam akad wadiah, penerima titipan (LKS) tidak diwajibkan untuk membagikan keuntungan dari pengelolaan dana titipan kepada nasabah (pemberi titipan). Namun, LKS diperbolehkan untuk memberikan bonus kepada nasabah sebagai bentuk penghargaan. Bonus ini tidak boleh dijanjikan kepada nasabah di awal akad, melainkan diberikan secara sukarela oleh LKS. Dalam konteks BMT NU Jawa Timur Cabang Jatibanteng, keberhasilan produk SAJADAH dalam menarik nasabah dapat diukur melalui peningkatan jumlah nasabah dan total simpanan yang dikelola. Hal ini menjadi penting untuk menjaga keberlangsungan operasional dan mencapai visi misi lembaga. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas produk SAJADAH dalam meningkatkan jumlah nasabah di BMT NU Jawa Timur Cabang Jatibanteng. Analisis ini penting dilakukan untuk mengetahui sejauh mana produk SAJADAH mampu menarik minat masyarakat dan berkontribusi pada pertumbuhan jumlah nasabah, serta dapat memberikan rekomendasi yang berguna bagi pengelola BMT dan pemangku kepentingan lainnya.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Efektivitas

Istilah efektif berasal dari kata bahasa Inggris *effective*, yang berarti berhasil atau sesuatu yang dikerjakan berhasil dengan baik. Kamus ilmiah populer menggambarkan efektivitas sebagai akurasi dalam pemanfaatan, hasil guna atau menunjang tujuan. Efektifitas pada dasarnya menekankan pada hasil yang dicapai. Seperti yang dikemukakan oleh Gibson (2001), Efektivitas adalah pencapaian tujuan dan sarana yang telah disepakati untuk mencapai tujuan usaha bersama. Tingkat tujuan dan sasaran ini menandakan tingkat efektivitas. Tercapainya tujuan dan sasaran tersebut bergantung pada tingkat pengorbanan yang dikeluarkan. Efektifitas adalah kemampuan untuk memilih tujuan yang tepat atau peralatan yang tepat untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan, menyangkut melakukan pekerjaan yang benar. Mengambil dari berbagai perspektif tentang efektivitas, dapat disimpulkan efektivitas merupakan suatu komponen penting dalam mencapai tujuan atau sasaran yang telah ditentukan dalam setiap organisasi, kegiatan atau program yang dijalankan. (Hani Handoko, 2003)

2. SAJADAH (Simpanan Berjangka Wadiah Berhadiah)

a. Pengertian SAJADAH

Tabungan SAJADAH (Simpanan Berjangka Wadiah Berhadiah) merupakan tabungan dengan keuntungan yang dapat dinikmati pada awal pembukaan tabungan dengan mendapat hadiah langsung tanpa diundi. Dengan menggunakan akad Wadiah Yad Dhamanah, produk ini merupakan simpanan yang penarikannya dapat dilakukan sesuai kesepakatan bersama diawal. Simpanan ini mempunyai beberapa ketentuan diantaranya, syarat pembukaan rekening ini penabung harus menabungkan uangnya minimal sebesar Rp. 5.000.000, dengan kurun waktu minimal 12 bulan (1 tahun) dan maksimal 36 bulan (3 tahun), penabung tidak diperkenankan mengambil uangnya sebelum tanggal jatuh tempo dan pemberian hadiah diawal pembukaan tabungan boleh diambil berupa uang tunai atau barang seharga dengan uang tunai sesuai kesepakatan.

b. Akad Wadiah Yad Dhamanah

Wadi'ah dalam bahasa Arab disebut sebagai penitipan dalam artian meninggalkan. Secara istilah wadi'ah adalah sesuatu (dalam bentuk barang) yang ditinggalkan oleh

seseorang kepada orang lain untuk dijaga. Dalam pasal 19 ayat (1) huruf a Undang-Undang No 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah menyebutkan bahwa akad wadi'ah adalah akad penitipan barang atau uang antara pihak yang mempunyai barang atau uang dengan pihak yang diberi kepercayaan dengan tujuan untuk menjaga keselamatan, keamanan, serta keutuhan barang titipan tersebut.

Wadi'ah yad Al-Dhamanah ini merupakan perjanjian atau kerjasama antara dua belah pihak, yaitu pemilik uang atau barang memberikan hak kepada penyimpan untuk memanfaatkan uang atau barangnya sehingga penyimpan bertanggung jawab atas kerusakan atau kehilangan uang atau barang tersebut. Uang atau barang yang memberikan keuntungan menjadi hak penyimpan (Bank). Penyimpan (Bank) dapat memberikan bonus kepada pemilik barang atau uang. (Simorangkir, 2000)

c. Hadiah

Menurut KBBI, hadiah merupakan pemberian bisa berupa kenang-kenangan, penghormatan, dan penghargaan. Dalam terminologi hadiah merupakan satu hal menghimpun uang dengan pemerluan penjelasan yang rinci pada beberapa sumber dapat dikatakan bahwasanya yang mirip dengan hadiah yakni imbalan, athaya, serta bonus. Secara sederhana hadiah dapat diartikan sebagai pemberian dari seseorang kepada orang lain tanpa adanya pergantian dengan maksud memuliakan Dalam dunia perbankan pemberian hadiah dikatakan menjadi suatu hal yang diberikan oleh lembaga keuangan pada pihak nasabah untuk sebuah penghargaan. (Hendi Suhendi, 2001)

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan suatu penelitian yang digunakan untuk meneliti pada objek yang alamiah. (Sugiyono, 2006)

Penelitian ini dilakukan pada BMT NU Jawa Timur Cabang Jatibanteng. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengamatan kualitatif, ditandai dengan tanpa adanya perhitungan statistik atau metode numerik. Tujuan utama dari penelitian ini untuk

mengetahui seberapa efektif produk SAJADAH mampu menarik minat masyarakat dan berkontribusi pada pertumbuhan jumlah nasabah.

Pada dasarnya, pengamatan kualitatif memerlukan keterlibatan langsung dengan objek (responden) melalui interaksi, pengamatan aktivitas mereka, dan upaya untuk memahaminya. Bentuk observasi ini identik dengan penelitian lapangan dan didukung oleh data yang valid dari lembaga, penelitian ini melibatkan pengamatan langsung di lapangan untuk menyelidiki masalah yang relevan dengan penelitian, dicapai melalui melakukan wawancara, pengobservasian dan pengamatan secara langsung dengan pihak yang terlibat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Efektivitas Produk SAJADAH terhadap jumlah Nasabah

Pada dasarnya pencapaian tujuan selalu berkaitan dengan efektivitas, yang mengacu pada korelasi antara output dan tujuan yang ingin dicapai. Seperti pada perkembangan jumlah nasabah tentu tidak terjadi secara kebetulan melainkan di dukung oleh sistem pemasaran yang baik. Upaya pemasaran memiliki peran penting dalam memikat nasabah untuk terlibat dalam produk tertentu. Pendekatan pemasaran untuk mempromosikan produk tabungan SAJADAH melibatkan jangkauan nasabah potensial yang menunjukkan minat pada produk tersebut serta pengenalan hadiah langsung diawal pembukaan tabungan tanpa diundi pada tabungan tersebut sehingga dapat menarik minat para nasabah untuk bergabung. Sebagaimana seperti hasil wawancara dengan pengelola BMT NU Jawa Timur Cabang Jatibanteng Bagian Tabungan “Untuk pemasaran produk tabungan SAJADAH, saya bersilaturahmi pada nasabah yang berpotensi untuk bergabung pada produk tersebut seperti nasabah yang memiliki usaha dagang, PNS dan nasabah yang memiliki lahan pertanian yang lumayan. Tekadang saya memasarkan produk ini pada malam hari diluar jam kerja BMT NU Jawa Timur agar lebih lama bersilaturahmi pada nasabah” (Darto, 2024)

Dari hasil wawancara tersebut BMT NU Jawa Timur Cabang jatibanteng mempromosikan produk tabungan SAJADAH lebih memprioritaskan nasabah yang memiliki potensi unuk bergabung pada produk sajadah. Pemasaran yang dilakukan pengelola yaitu dengan cara bersilaturahmi ke rumah nasabah, yang terkadang dilakukan

pada malam hari agar lebih efektif dan mampu menarik minat nasabah, sehingga jumlah nasabah tabungan SAJADAH di BMT NU Jawa Timur Cabang Jatibanteng dapat meningkat. Dari hasil analisis dapat diketahui pertumbuhan jumlah nasabah tabungan SAJADAH di BMT NU Jawa Timur Cabang Jatibanteng sebagai berikut:

Tabel 1

Jumlah Nasabah Tabungan SAJADAH BMT NU Jawa Timur Cabang Jatibanteng Tahun 2022- 2024

NO	Tahun	Jumlah Nasabah SAJADAH
1	2022	3
2	2023	24
3	2024	5
Total		32

Sumber: Hasil wawancara dengan pengelola Bagian Tabungan BMT NU Jawa Timur Cabang Jatibanteng pada 17 Januari 2024.

Dari data di atas diketahui bahwa perkembangan jumlah nasabah produk tabungan SAJADAH selama awal berdirinya BMT NU Jawa Timur Cabang Jatibanteng tahun 2022 menunjukkan kondisi Peningkatan. Peningkatan tersebut terlihat di setiap tahunnya yang sangat signifikan. Sementara itu pada tahun 2024 bulan januari masih terdapat 5 nasabah yang bergabung pada produk tersebut. Jumlah nasabah yang ada pada BMT NU Jawa Timur Cabang Jatibanteng tidak terlalu banyak dikarenakan cabang tersebut masih terbilang cabang baru BMT NU Jawa Timur.

Peningkatan jumlah nasabah juga bertujuan untuk mencapai target dalam meningkatkan jumlah aset. Peningkatan jumlah aset diperoleh melalui banyaknya dana yang berhasil dihimpun melalui produk tabungan SAJADAH. Berikut dapat dilihat besarnya jumlah dana yang berhasil dihimpun:

Tabel 2

Jumlah Saldo Tabungan SAJADAH

No	Tahun	Jumlah Saldo
1	2022	Rp. 270.000.000,-
2	2023	Rp. 1.446.000.000,-
3	2024	Rp. 195.000.000,-
Total		Rp. 1.911.000.000,-

Sumber: Hasil wawancara dengan pengelola Bagian Tabungan BMT NU Jawa Timur Cabang Jatibanteng pada 17 Januari 2024.

Pada tabel diatas diketahui setiap tahunnya BMT NU Jawa Timur Cabang Jatibanteng mendapat tambahan aset melalui dana yang dihimpun dari produk tabungan SAJADAH. Paling banyak terjadi pada tahu 2023 sebesar Rp. 1.446.000.000 didukung dari jumlah nasabah Tabungan SAJADAH yaitu 24. Setiap tahunnya nasabah tabungan SAJADAH cenderung meningkat sehingga mempengaruhi jumlah dana yang dihimpun, hal ini karena produk tabungan SAJADAH memiliki nominal yang cukup besar dengan minimal tabungan 5 juta dalam kurun waktu minimal 1 tahun.

Pencapaian tujuan yang telah dicapai BMT NU Jawa Timur Cabang Jatibanteng melalui produk SAJADAH yakni berupa peningkatan jumlah nasabah serta saldo tabungan SAJADAH dari tahun 2022- 2024. Hal ini menunjukkan bahwa produk SAJADAH dapat dikatakan efektif dalam meningkatkan jumlah nasabah.

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Efektivitas Produk SAJADAH

Promosi merupakan sarana yang digunakan perusahaan dalam upaya untuk menginformasikan, membujuk dan mengingatkan konsumen langsung atau tidak langsung tentang produk dan merk yang mereka jual. (Kotler dan Keller, 2009). Sedangkan menurut Alma (2006) promosi adalah sejenis komunikasi yang memberi penjelasan dan menyakinkan calon konsumen mengenai barang dan jasa dengan tujuan untuk memperoleh perhatian, mendidik, mengingatkan dan menyakinkan calon konsumen.

Promosi merupakan salah satu unsur yang mempunyai peranan penting dalam

menyampaikan informasi mengenai produk yang dikeluarkan oleh suatu perusahaan kepada konsumen. Promosi mempunyai tujuan yang beraneka ragam, antara lain adalah untuk menarik pelanggan baru, mempengaruhi pelanggannya untuk mencoba produk baru, strategi promosi yang dilakukan diharapkan mampu memberikan kontribusi baik kepada perusahaan maupun kepada konsumen atau nasabah.

BMT NU Jawa Timur Cabang Jatibanteng menerapkan promosi pada produk tabungan SAJADAH dengan system pemberian hadiah diawal, yang mana anggota yang bersedia bergabung akan mendapatkan hadiah langsung tanpa harus diundi pada awal pembukaan tabungan, hadiah yang didapatkan sesuai dengan besarnya simpanan yang di tabung di produk Tabungan SAJADAH tersebut. Hadiah yang dimaksud seperti, Motor, umroh, kulkas, televisi, uang tunai, dan berbagai hadiah menarik lainnya sesuai keinginan dari nasabah. Hal ini dapat menarik minat dan meningkatkan jumlah nasabah di BMT NU Jawa Timur Cabang Jatibanteng. Selain promosi tersebut, kualitas layanan juga menjadi hal yang sangat penting untuk meningkatkan minat nasabah. Kualitas layanan yang ada di BMT NU Jawa Timur Cabang Jatibanteng sudah cukup memenuhi standar pelayanan yang ada, sehingga cukup mudah menarik minat nasabah untuk bergabung menjadi anggota BMT.

Kualitas layanan bukan hanya berperan dalam menarik minat anggota untuk bergabung di BMT, namun juga sangat berperan penting dalam menentukan kepuasan nasabah. Karena kepuasan nasabah menjadi peran penting dalam kemajuan BMT NU Jawa Timur Cabang Jatibanteng dan juga meningkatkan nasabah untuk bergabung.

Hasil wawancara dengan staff Tabungan yang ada di BMT NU Jawa Timur Cabang Jatibanteng mengatakan bahwa “untuk tabungan sajadah sendiri memang sepi dalam peminat karena masyarakat yang ada di sekitar ini masih memikirkan bali untuk menyimpan uang mereka di Produk Tabungan sajadah karena juga memperhatikan beberapa hal yang diantaranya yaitu nominal yang terbilang cukup besar, selain itu Cabang disini masih baru berdiri di tahun 2022 sehingga untuk mencari nasabah SAJADAH masih cukup sulit. Masyarakat disekitar sini juga lebih memfokuskan kepada usaha mereka jika

mempunya sejumlah uang yang besar dijadikan untuk membeli bahan bertani disawah.” (Darto, 2024)

Staff Tabungan di BMT NU Jawa Timur Cabang Jatibanteng menyampaikan bahwa produk Tabungan SAJADAH masih kurang diminati oleh masyarakat sekitar. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, salah satunya adalah nominal simpanan yang dianggap cukup besar oleh calon nasabah. Selain itu, BMT NU Jawa Timur Cabang Jatibanteng baru berdiri pada tahun 2022 sehingga masih menghadapi tantangan dalam menarik nasabah untuk produk Tabungan SAJADAH. Masyarakat di wilayah tersebut lebih cenderung menggunakan uang mereka untuk kegiatan usaha, khususnya membeli bahan-bahan pertanian untuk sawah mereka, daripada menyimpannya di tabungan. Dari hasil wawancara dengan salah satu nasabah Tabungan SAJADAH (Siti Nuraini, 2024), menyatakan bahwa pengalamannya dengan produk Tabungan SAJADAH sangat baik. “Saya pertama kali tertarik karena adanya hadiah langsung yang ditawarkan saat membuka tabungan. Saya memilih hadiah kulkas karena sesuai dengan kebutuhan saya saat itu.” Beliau juga menyampaikan kepuasannya terhadap pelayanan yang diberikan oleh BMT NU Jawa Timur Cabang Jatibanteng, “Saya sangat puas. Pelayanannya ramah dan cepat. Setiap kali saya datang, pegawainya selalu membantu dengan sigap. Hal ini membuat saya semakin yakin untuk tetap menabung di sini.” Beliau juga memberikan saran untuk produk Tabungan SAJADAH tersebut “Sebenarnya sudah cukup baik. Mungkin kalau bisa, hadiah yang ditawarkan lebih bervariasi lagi agar lebih menarik bagi nasabah baru.”

Ibu Siti Nuraini, salah satu nasabah tabungan SAJADAH, menyatakan bahwa pengalamannya dengan produk Tabungan SAJADAH sangat baik. Ia tertarik dengan adanya hadiah langsung saat membuka tabungan dan memilih hadiah kulkas yang sesuai dengan kebutuhannya. Ibu Siti Nuraini merasa sangat puas dengan layanan yang diberikan BMT NU Jawa Timur Cabang Jatibanteng, yang menurutnya ramah dan cepat. Setiap kali datang, pegawai selalu membantu dengan sigap, membuatnya semakin yakin untuk terus menabung di sini. Namun, ia menyarankan agar hadiah yang ditawarkan

lebih bervariasi untuk menarik lebih banyak nasabah.

Sebagian besar nasabah tertarik dengan hadiah langsung yang diberikan saat pembukaan Tabungan. Hal ini menunjukkan bahwa insentif langsung efektif dalam menarik minat awal dari calon nasabah. Selain itu, nasabah secara umum merasa sangat puas dengan layanan yang ramah dan profesional dari BMT NU Jawa Timur Cabang Jatibanteng, di mana pelayanan yang cepat dan responsif menjadi faktor penting dalam mempertahankan kepuasan nasabah.

Namun, tantangan utama yang dihadapi BMT NU Jawa Timur Cabang Jatibanteng adalah menarik nasabah baru untuk produk Tabungan SAJADAH. Produk ini masih kurang diminati karena nominal simpanan yang dianggap besar oleh masyarakat sekitar dan status cabang yang masih baru sejak 2022. Masyarakat lebih memilih menggunakan uang mereka untuk kebutuhan pertanian daripada menabung dengan nominal besar. Hal ini dapat dikaitkan dengan teori kepuasan pelanggan menurut yang menyatakan bahwa kepuasan adalah hasil dari persepsi pelanggan terhadap kinerja layanan yang memenuhi atau melebihi harapan mereka (Kotler, 2000). Dalam hal ini, meskipun pelayanan memenuhi ekspektasi, kendala nominal dan kebutuhan ekonomi masyarakat menghambat pertumbuhan produk Tabungan SAJADAH.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas produk Simpanan Berjangka Wadiah Berhadiah (SAJADAH) dalam meningkatkan jumlah nasabah di BMT NU Jawa Timur Cabang Jatibanteng. Hasil penelitian menunjukkan bahwa jumlah nasabah produk SAJADAH mengalami peningkatan signifikan dari tahun 2022 hingga 2024. Pada tahun 2022, jumlah nasabah hanya tiga orang, meningkat menjadi 24 orang pada tahun 2023, dan mencapai tambahan lima orang pada awal tahun 2024, sehingga total menjadi 32 nasabah. Peningkatan ini juga tercermin dalam jumlah saldo yang berhasil dihimpun, yang meningkat dari Rp. 270.000.000 pada tahun 2022 menjadi Rp. 1.446.000.000 pada tahun 2023, dan Rp. 1.950.000.000 pada awal tahun 2024 dengan total keseluruhan sebesar Rp. 1.911.000.000.

Strategi promosi produk SAJADAH yang melibatkan pemberian hadiah langsung tanpa diundi pada awal pembukaan tabungan terbukti efektif dalam menarik minat nasabah. Hadiah yang ditawarkan bervariasi, seperti motor, umrah, kulkas, televisi, dan uang tunai, sesuai dengan besarnya simpanan nasabah. Kepuasan nasabah terhadap layanan yang diberikan oleh BMT NU Jawa Timur Cabang Jatibanteng cukup tinggi, dengan banyak nasabah yang merasa bahwa layanan yang ramah dan cepat menjadi faktor penting dalam mempertahankan kepuasan dan kepercayaan mereka terhadap BMT.

Namun, produk SAJADAH masih menghadapi tantangan, terutama karena nominal simpanan yang dianggap besar oleh masyarakat sekitar dan status cabang yang masih baru sejak 2022. Masyarakat lebih cenderung menggunakan uang mereka untuk kegiatan usaha seperti pertanian daripada menabung di produk SAJADAH. Untuk meningkatkan minat nasabah, BMT NU Jawa Timur Cabang Jatibanteng dapat mempertimbangkan untuk menawarkan variasi hadiah yang lebih beragam dan meningkatkan upaya promosi yang lebih intensif. Selain itu, perlu adanya edukasi kepada masyarakat mengenai manfaat menabung di produk SAJADAH dibandingkan dengan penggunaan uang untuk kebutuhan sehari-hari.

Secara keseluruhan, produk SAJADAH telah menunjukkan efektivitas dalam meningkatkan jumlah nasabah dan jumlah dana yang dihimpun, namun masih perlu beberapa perbaikan strategi promosi dan peningkatan variasi hadiah untuk menarik lebih banyak nasabah baru.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2006). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Darto. (2024). Hasil Wawancara Pribadi: 17 Januari 2024, Pengelola Bagian Tabungan BMT NU Jawa Timur Cabang Jatibanteng.
- Gibson, J. L., Ivancevich, J. M., & Donnelly, J. H. (2001). *Organizations: Behavior, Structure, Processes*. McGraw-Hill.
- Handoko, Hani. (2003). *Manajemen Edisi Kedua*. Yogyakarta: BPFE.

- Kotler, Philip. (2000). Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium. Jakarta, Prehallindo.
- Kotler, Philip. (2009). Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT. Indeks.
- Muhammad. (2014). Manajemen Dana Bank Syariah. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Setiawan, F. (2017). Baitul Mal wat Tamwil (BMT): Solusi Alternatif Keuangan Syariah. Duta Media.
- Simorangkir. (2000). Pengantar Lembaga Keuangan Bank dan Non Bank. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nuraini, Siti. (2024). Hasil Wawancara Pribadi: 17 Januari 2024, Nasabah Tabungan SAJADAH BMT NU Jawa Timur Cabang Jatibanteng.
- Soemitra, A. (2017). Bank dan Lembaga Keuangan Syariah Edisi Kedua. Prenada Media.
- Suhendi, Hendi. (2001). Fikih Muamalah. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Sugiyono. (2006). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Alfabeta.
- Thian, A (2021). Pengelolaan Dana dalam Akad Wadiah Yad Dhamanah.
- Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah