

**STRATEGI LAYANAN SISTEM JEMPUT BOLA
DALAM MENINGKATKAN MOTIVASI MENABUNG
ANGGOTA PADA KSU BMT DANA MENTARI MUHAMMADIYAH
KC KARANGLEWAS PURWOKERTO**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:
NURUL AZIZAH
NIM. 1522202068

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PURWOKERTO
2019**

**STRATEGI LAYANAN SISTEM JEMPUT BOLA DALAM
MENINGKATKAN MOTIVASI MENABUNG ANGGOTA PADA KSU
BMT DANA MENTARI MUHAMMADIYAH KC KARANGLEWAS
PURWOKERTO**

**Nurul Azizah
NIM.1522202068**

E-mail: nurulazizah0705@gmail.com

Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto

ABSTRAK

Seiring dengan Perkembangan zaman di Indonesia, maka sistem perekonomian semakin berkembang. Salah satu faktor penting dalam perekonomian adalah pemasaran. Berbagai perusahaan menggunakan strategi pemasaran yang berbeda beda untuk meningkatkan barang atau jasanya termasuk perbankan maupun lembaga keuangan syariah seperti BMT. Kemunculan BMT sebagai organisasi yang relatif baru menimbulkan tantangan besar, dan juga berpegang teguh pada prinsip-prinsip syariah. BMT ini merupakan salah satu alternatif pengembangan ekonomi masyarakat sehingga perlu di tumbuhkan kembangkan sebagai salah satu alternatif lembaga perekonomian rakyat.

Permasalahan dalam penelitian ini yaitu bagaimana strategi layanan sistem jemput bola dalam meningkatkan motivasi menabung anggota pada KSU BMT Dana Mentari Muhammadiyah KC Karanglewas Purwokerto .Tujuan dari penelitian ini di lakukan untuk mengetahui bagaimana strategi layanan sistem jemput bola dalam meningkatkan motivasi menabung anggota pada KSU BMT Dana Mentari Muhammadiyah KC Karanglewas Purwokerto

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian lapangan (field research) yang bersifat deskriptif dengan menggunakan data primer dan skunder, selain itu metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dan metode analisa dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif .

Berdasarkan hasil penelitian strategi layanan sistem jemput bola yang dilakukan oleh BMT Dana Mentari Muhammadiyah KC Karanglewas Purwokerto menggunakan strategi-strategi yang terdiri dari komponen bauran pemasaran 7P (*7P Marketing Mix*) yaitu *product, price, promotion, place, people, process, dan physical evidence*.

**Kata Kunci :Strategi Sistem Jemput Bola, Motivasi MenabungAnggota,
Bauran Pemasaran 7P**

***THE STRATEGY SYSTEM PROACTIVE SERVICE IN INCREASING
MOTIVATION TO SAVE MEMBER OF KSU BMT DANA MENTARI
MUHAMMADIYAH KC KARANGLEWAS PURWOKERTO***

NurulAzizah

NIM.1522202068

E-mail: nurulazizah0705@gmail.com

*Islamic Banking Department, Faculty of Economics and Islamic Business
The State Islamic Institute (IAIN) Purwokerto*

ABSTRACT

Along with the times in Indonesia, the economic system is growing. One important factor in the economy is marketing. Various companies use different marketing strategies to improve their goods or services, including banking and Islamic financial institutions such as BMT. The emergence of BMT as a relatively new organization poses major challenges, and also holds fast to Islamic principles. BMT is an alternative community economic development so it needs to be developed and developed as an alternative to the people's economic institutions.

The problem in this research is how the service system proactive in increasing the motivation to save members at the KSU BMT Dana Mentari Muhammadiyah KC Karanglewas Purwokerto. The purpose of this study was conducted to find out how the service strategy of the proactive system in increasing the motivation to save members at KSU BMT Dana Mentari Muhammadiyah KC Karanglewas Purwokerto.

This research is included in the type of field research that is descriptive using primary and secondary data, in addition to the data collection method in this study using the method of observation, interviews, and documentation. And the method of analysis in this research is descriptive qualitative analysis.

Based on the research results of the proactive system service strategy conducted by BMT Dana Mentari Muhammadiyah KC Karanglewas Purwokerto using strategies consisting of 7P marketing mix components, namely product, price, promotion, place, people, process, and physical evidence.

***Keywords: Proactive System Strategy, Motivation to Save Members, 7P
Marketing Mix***

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iv
MOTTO	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI	viii
PERSEMBAHAN.....	xii
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xvi
DAFTAR TABEL.....	xix
DAFTAR GAMBAR.....	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Definisi Operasional.....	9
C. Rumusan Masalah	10
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	10
E. Sistematika Pembahasan	11
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Deskripsi Teori.....	12
1. Pengertian Strategi.....	12
2. Pengertian Pelayanan.....	17
3. Pengertian Motivasi.....	21
B. Kajian Pustaka.....	26
C. Landasan Teologis	31

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	33
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	34
C. Subjek dan Objek Penelitian	35
D. Sumber Data.....	35
E. Teknik Pengumpulan Data.....	35
F. Teknik Analisis Data.....	37
G. Uji Keabsahan Data.....	39

BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum BMT Dana Mentari Muhammadiyah Purwokerto	
1. Sejarah BMT Dana Mentari Muhammadiyah Purwokerto	41
2. Visi, Misi BMT Dana Mentari Muhammadiyah Purwokerto	44
3. Struktur Organisasi BMT Dana Mentari Muhammadiyah Purwokerto	45
4. Produk-Produk BMT Dana Mentari Muhammadiyah Purwokerto	58
5. Strategi Layanan Sistem Jemput Bola pada KSU BMT Dana Mentari Muhammadiyah KC Karanglewas Purwokerto	62
6. Pelayanan Sistem Jemput Bola Pada KSU BMT Dana Mentari Muhammadiyah KC Karanglewas Purwokerto	68

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	74
B. Saran-Saran	76

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia bisnis jasa keuangan di Indonesia saat ini mengalami kemajuan cukup pesat. Bukti perkembangan bisnis jasa keuangan di Indonesia ditandai dengan semakin bertambah pesat berdirinya lembaga-lembaga keuangan, salah satunya lembaga keuangan islam atau lebih dikenal Lembaga Keuangan Syariah (LKS). Lembaga keuangan syariah merupakan badan usaha yang kegiatannya di bidang keuangan syariah dan asetnya berupa aset-aset keuangan maupun non keuangan berdasarkan prinsip syariah. Salah satu pengembangan ekonomi ummat dengan mendirikan *Baitul Mal wat Tamwil* (BMT). BMT didirikan untuk mempromosikan dan mengembangkan prinsip-prinsip Islam dan transaksi keuangan serta bisnis lainnya.

Baitul Mal wat Tamwil (BMT) pada dasarnya merupakan pengembangan dari konsep ekonomi dalam Islam terutama dalam bidang keuangan. Istilah BMT adalah penggabungan dari *Baitul Mal* dan *Baitul Tamwil*. *Baitul Mal* adalah lembaga keuangan yang kegiatannya mengelola dana diperoleh dari zakat, infak dan sedekah atau sumber lain yang halal. Kemudian dana tersebut disalurkan kepada mustahik yang berhak atau untuk kebaikan. Adapun istilah *Baitul Tamwil* adalah menghimpun dan penyaluran dana masyarakat dan bersifat *profit motive* yang artinya dalam melakukan motif ekonomi para pelaku ekonomi pasti akan mempertimbangkan dari segi profit, apapun kegiatannya baik produksi atau jasa. Penghimpun dana diperoleh melalui simpanan pihak ketiga dan penyalurannya dalam bentuk pembiayaan atau investasi yang dijalankan berdasarkan prinsip syariat¹

Kegiatan jasa keuangan yang dikembangkan oleh BMT berupa penghimpunan dana dan menyalurkannya melalui kegiatan pembiayaan dari dan untuk anggota atau non anggota. Kegiatan ini dapat disamakan secara

¹ Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil (BMT)*, (Yogyakarta : UII Press, 2014), hlm 120

operasional dengan kegiatan simpan usaha dalam koperasi atau kegiatan perbankan secara umum. Namun demikian, karena merupakan lembaga keuangan Islam, BMT dapat disamakan dengan sistem perbankan atau lembaga keuangan yang mendasarkan kegiatannya dengan syariat Islam. Hal ini juga terlihat dari produk-produk jasanya yang kurang lebih sama dengan yang ada dalam perbankan Islam. Penghimpunan dana oleh BMT diperoleh melalui simpanan, yaitu dana yang dipercayakan oleh anggota kepada BMT untuk disalurkan ke sektor produktif dalam bentuk pembiayaan.²

Eksistensi lembaga keuangan BMT Dana Mentari Muhammadiyah di kalangan masyarakat sudah terjalin cukup lama, dimana lembaga ini mulai beroperasi pada tanggal 01 Oktober 1995 dan telah mengalami kemajuan yang cukup pesat, hal ini salah satunya di latar belakang oleh mayoritas umat muslim di Indonesia. Dewasa ini, dengan diwarnai pertumbuhan BMT atau lembaga keuangan yang setara dengan BMT yang terjalin cukup pesat, menjadikan keadaan tersebut berpengaruh pada timbulnya persaingan antar industri jasa keuangan yang sejenis. Persaingan yang terjadi tidak hanya terjalin pada tingkat bagi hasil yang ditawarkan suatu lembaga keuangan, sehingga lembaga keuangan akan sulit berkembang jika hanya bertumpu pada produk-produk yang mereka tawarkan saja, mereka harus melihat dari berbagai sisi yang mampu memberikan nilai lebih di mata anggota atau calon anggota, karena anggota merupakan asset yang sangat berharga bagi lembaga keuangan.³

Banyak cara atau aspek yang dapat ditempuh dalam upaya memberikan nilai lebih untuk menarik perhatian anggota dan calon anggota diantaranya yaitu:

1. Melakukan pengembangan dalam bidang teknologi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang semakin luas.

²Ibid., hal 121

³Wawancara dengan Indiyani Nurchasanah, Manajer Marketing BMT Dana Mentari Muhammadiyah, Pada tanggal 3 Desember 2018. Pukul 14.15 WIB

2. Meningkatkan pelayanan dan kenyamanan kepada anggota, baik dari segi cara pegawai melayani anggota sampai pada urusan kenyamanan ruangan menjadi target lembaga keuangan.
3. Menawarkan bunga (tingkat bagi hasil) yang bersaing (kompetitif).
4. Menawarkan berbagai macam kemudahan bagi anggota atau calon anggota.

Sedangkan faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan adalah pelayanan yang diharapkan anggota dan calon anggota terhadap pelayanan tersebut. Kualitas pelayanan adalah suatu kemampuan untuk memenuhi kebutuhan internal dan eksternal pelanggan secara konsisten sesuai dengan prosedur, dalam hal ini penyedia jasa dituntut untuk berusaha mengerti apa yang diinginkan pelanggan, sehingga mempunyai harapan mendapatkan kualitas pelayanan yang baik.⁴ Nilai kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan bank dan marketing dalam memenuhi harapan para anggota secara konsisten. Pelayanan ini sering disebut sebagai RATER yaitu *responsiveness* (cepat tanggap), *assurance* (kepercayaan), *tangibles* (tampilan), *emphaty* (perhatian), dan *reliability* (kehandalan).⁵

1. *Responsiveness* (cepat tanggap) yaitu kemampuan seorang marketer untuk membantu anggota memberikan jasa yang cepat dan benar sesuai yang diinginkan oleh anggota. Hal ini meliputi berbagai instrumen lain yaitu selalu sigap untuk melayani anggota, memberikan solusi atas kesulitan-kesulitan yang dihadapi anggota, dan berusaha semaksimalnya melayani anggota
2. *Assurance* (kepercayaan), yaitu adanya kesopanan kemampuannya keterampilan dari seorang marketer untuk menimbulkan rasa percaya dan yakin yang timbul dari anggota.

⁴https://books.google.co.id/books/about/Layanan_Prima_dalam_Praktik_Saat_ini. Diakses Tanggal 25 Februari 2019, Pukul 13.15 WIB

⁵Angga Dewi Anggraeni, "Pengaruh kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Divisi Pelayanan Klaim di PT. Jasa Raharja (PERSERO) Cabang Jawa Barat" Jurnal Manajemen Bisnis, Vol 2. No 1, Januari 2016

3. *Tangibles* (tampilan), yaitu fasilitas fisik mulai dari penampilan dan peralatan seperti contoh cara berpakaian seorang marketer harus sesuai dengan standar berpakaian suatu bank, selanjutnya kebersihan tempat kerja dalam perlengkapan pelayanan pada anggota.
4. *Empathy* (perhatian), yaitu sejauh mana tingkat pemahaman secara individu yang dijelaskan oleh seorang marketer kepada para anggotanya. Dalam kriteria ini seorang marketer harus memahami dengan keadaan atau masalah yang dihadapi oleh seorang anggota, dan berusaha untuk membantu, memahami, dan mendengarkan masalah dari anggota.
5. *Reliability* (kehandalan), yaitu konsistensi dan kehandalan pelayanan yang maksimal kepada anggota. Mempunyai kemampuan dalam memberikan pelayanan dan memberikan pelayanan terbaik sesuai dengan standar kepada anggota.

BMT Dana Mentari Muhammadiyah terus mengalami perkembangan dengan cara membuka cabang di berbagai kecamatan daerah Purwokerto, jumlah kantor cabang BMT Dana Mentari Muhammadiyah tercatat ada 6 kantor cabang yang salah satunya yaitu cabang Karanglewas. BMT Dana Mentari Muhammadiyah terus berproses dan berupaya mencari terobosan baru untuk memajukan perekonomian masyarakat. Karena adanya prinsip penentuan suka rela yang tidak memberatkan bagi calon anggota, kehadiran BMT ini menjadi angin segar bagi para anggotanya. Itu terlihat dari operasinya yang semula hanya terbatas di lingkungannya kemudian menyebar ke daerah lainnya⁶.

Akibat perubahan teknologi yang begitu cepat, berimbas juga terhadap perilaku masyarakat saat ini. Kebutuhan yang dulunya hanya sekunder atau tersier sekarang menjadi kebutuhan primer bagi masyarakat tertentu, sehingga perusahaan barang atau jasa harus mampu memberikan sebuah layanan untuk meningkatkan motivasi masyarakat dalam menabung. Terkadang ada masyarakat yang berkeinginan untuk menabung tetapi mereka tidak sempat

⁶ danamentaripurwokerto.blogspot.com (website resmi BMT Dana Mentari) Diakses pada tanggal 04 Desember 2018, pukul 11.50 WIB

menabung karena kesibukan mereka dalam berkerja sehingga BMT Dana Mentari Muhammadiyah KC Karanglewas terus mencari strategi layanan yang efektif dalam meningkatkan motivasi menabung di kalangan masyarakat yang sekarang ini semakin konsumtif. Dengan adanya sebuah layanan, suatu perusahaan akan mudah dalam mencapai tujuan yang sudah di rencanakan.⁷

Strategi layanan yang dilakukan oleh BMT Dana Mentari Muhammadiyah cabang Karanglewas dalam meningkatkan motivasi menabung anggota adalah dengan cara sistem layanan jemput bola atau melalui pemasaran langsung. Sistem layanan jemput bola merupakan salah satu fasilitas untuk memberikan kemudahan kepada anggota untuk menyimpan dana yang mereka miliki setiap harinya sebagai investasi di masa depan secara rutin. Dengan adanya layanan jemput bola yang diterapkan oleh BMT Dana Mentari Muhammadiyah cabang Karanglewas dapat meningkatkan motivasi anggota terhadap pentingnya menabung dan juga untuk memikirkan kebutuhan di hari yang akan datang, seperti anggota yang pada awalnya merasa malu menabung di lembaga perbankan jika menabung dengan nominal uang yang sedikit, maka dengan layanan jemput bola yang diterapkan BMT Dana Mentari Muhammadiyah cabang Karanglewas dapat menyimpan dana sehari-harinya meskipun dengan nominal yang sedikit, maka dari itu anggota bisa termotivasi untuk menabung. Berikut adalah Rekapitulasi Produk Simpanan Anggota di BMT Dana Mentari Muhammadiyah Cabang Karanglewas.⁸

⁷Wawancara dengan Wahyu Yulianto, Marketing BMT Dana Mentari Muhammadiyah, Padatanggal 6 Februari 2019, pukul 11.15 WIB

⁸Ibid.

**Rekapitulasi Produk Simpanan Anggota BMT Dana Mentari
Muhammadiyah Cabang Karanglewas
Tahun 2016-2018**

No	Jenis Produk	Rekening			Saldo		
		2016	2017	2018	2016	2017	2018
1	Simpanan Umat	2,466	2,603	2,855	5,346,435,505,00	6,131,554,885,72	7,042,532,371,89
2	Simpanan Pelajar	192	231	284	442,671,364,00	783,995,801,00	669,065,206,00
3	Simpanan Qurban	18	17	18	159,033,992,00	186,164,286,00	197,137,345,00

IAIN PURWOKERTO

Tabel 1.1

4	Simpanan Walimah	-	-	2	-	-	448,838,00
5	Simpanan Aqiqah	211	239	249	84,435,850,00	273,088,888,00	313,535,577,00
6	Simpanan Idul Fitri	-	1	1	-	12,832,247,00	58,663,00
7	Simpanan Ukhuwah	520	964	1,136	708,438,412,00	1,247,787,753,00	1,701,619,682,00
8	Simpanan Simba Kota	-	-	31	-	-	3,906,000,00
9	Simpanan Hari Tua	7	8	10	20,186,510,00	16,594,388,00	24,153,152,00
10	Simpanan Haji	2	6	7	1,315,005,00	6,345,424,00	19,674,279,00
11	Simpanan Ibu Bersalin	1	1	1	36,216,00	36,216,00	36,216,00
12	Simpanan Pembiayaan	468	639	745	58,308,950,00	61,666,550,00	67,929,129,00
13	Simpanan Penyertaan	15	16	21	122,050,000,00	143,150,000,00	185,310,000,00
14	Simpanan Pokok	2,356	2536	2820	24,675,000,00	26,580,000,00	29,830,000,00
15	Simpanan Wajib	12	190	550	4,925,000,00	6,873,000,00	16,155,000,00
	Jumlah	6,268	7,451	8,730	6,972,511,804,00	8,896,669,438,72	10,271,209,458,89

Sumber: IT BMT Dana Mentari Muhammadiyah Purwokerto (2019)

Pada tahun 2016 BMT Dana Menatri memiliki 12 jenis produk simpanan yang mana dari masing-masing simpanan tersebut mempunyai jumlah rekening yang berbeda-beda sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh anggota. Dari 12 jenis produk simpanan, simpanan yang banyak dipilih oleh anggota salah satunya yaitu simpanan umat dan simpanan pokok. Terlihat dari jumlah rekening untuk simpanan umat mencapai 2,466 rekening, sedangkan simpanan pokok 2,326 rekening. Alasan anggota mengapa banyak yang memilih simpanan umat atau simpanan pokok karena simpanan umat maupun simpanan pokok merupakan simpanan dana pihak ketiga yang digunakan oleh BMT dimana anggota akan mendapatkan bagi hasil dari pendapatan dana tersebut dan bisa diambil sewaktu-waktu, sehingga anggota tertarik atau termotivasi pada simpanan umat maupun simpanan pokok. Adapun jumlah rekening tahun 2016 dari 12 jenis produk simpanan mencapai 6,268 rekening.

Sedangkan pada tahun 2017 menunjukkan volume jumlah rekening anggota dari tahun 2016-2017, dilihat dari jumlah rekening anggota mencapai 7,415 rekening. Perbedaan jumlah rekening anggota yang masuk pada tahun

2016-2017 mencapai 1,183 rekening peningkatan jumlah rekening anggota yang signifikan ini karena dipengaruhi oleh bertambahnya satu jenis produk simpanan yaitu simpanan idul fitri..Selain dipengaruhi oleh bertambahnya satu jenis simpanan tersebut juga karena dari keseluruhan jenis simpanan masing-masing meningkat baik dari jumlah rekening maupun saldo itu sendiri.

Selanjutnya pada tahun 2018 jumlah simpanan mencapai 15 jenis produk simpanan yang artinya ditahun 2018 bertambah 2 jenis simpanan yaitu simpanan walimah dan simpanan simbakota. Selain mengalami tingkat kenaikan jumlah simpanan, tahun 2017-2018 juga mengalami peningkatan yang signifikan pada jumlah rekening anggota maupun jumlah saldo. Dilihat dari table tersebut menunjukkan bahwa peningkatan jumlah rekening mencapai 1,279.

Tetapi tidak seluruhnya yang tercatat di tabel rekapitulasi produk simpanan tersebut aktif sebagai anggota menabung dengan layanan sistem jemput bola yang ada di KSU BMT Dana Mentari Muhammadiyah KC Karanglewas, menurut Bapak Wahyu Yulianto selaku marketing BMT mengatakan bahwa anggota yang menabung dengan menggunakan layanan sistem jemput bola berkisar 65 % anggota dari jumlah rekening yang ada di tabel tersebut. Yang artinya 1 marketing bias memegang sekitar 935 anggota dari 5 jumlah marketing yang ada di BMT Dana Mentari Muhammadiyah.

Dalam memperhatikan tabel tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa upaya atau strategi layanan yang dilakukan oleh BMT Dana Mentari Muhammadiyah KC Karanglewas dalam memotivasi menabung anggota sudah baik, hal tersebut dapat dilihat dari tabel tahun 2016-2018 selalu mengalami peningkatan yang didasari oleh jumlah produk yang semakin variatif artinya jumlah dana pihak ketiga (DPK) tersebut juga mengalami kenaikan. Dari hasil tersebut juga menjadikan alasan peneliti kenapa memilih

BMT Dana Mentari Muhammadiyah Purwokerto karena dilihat dari presentase anggota menabung setiap tahunnya selalu mengalami peningkatan yang signifikan.

Hanya saja masalah yang sering timbul yaitu terkait dengan jam waktu pelayanan yang dilakukan oleh seorang marketing, marketing jemput bola harus siap kapanpun dan dimanapun anggota ingin berinteraksi. Tidak efektifitas pelayanan jemput bola adalah ketika adanya hal-hal yang tidak terduga pada marketing BMT seperti, ban bocor, kecelakaan, ada urusan mendadak yang tidak bisa ditinggalkan karena pada dasarnya marketing yang ada di BMT Dana Mentari masih merangkap menjadi marketing pembiayaan, dan ketika anggota BMT ingin berinteraksi diluar jam operasional kantor. Sehingga potensi anggota yang seharusnya bisa menambah *funding* atau *lending* tidak dapat dioptimalkan. Sedangkan apabila seorang marketing tidak mendatangi anggota tersebut sering adanya complain dari anggota.. Karena hal itulah biasanya para anggota akhirnya memilih menunda-nunda untuk menabung lagi di BMT.⁹

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis tertarik untuk meneliti tentang strategi layanan sistem jemput bola yang diterapkan BMT Dana Mentari Bumi Muhammadiyah yang merupakan strategi dalam meningkatkan motivasi menabung nasabah. Penulis tuangkan dalam bentuk proposal skripsi yang berjudul **“STRATEGI LAYANAN SISTEM JEMPUT BOLA DALAM MENINGKATKAN MOTIVASI MENABUNG ANGGOTA PADA KSU BMT DANA MENTARI MUHAMMADIYAH KC KARANGLEWAS PURWOKERTO”**

B. Definisi Operasioanal

Untuk menghindari timbulnya salah pengertian dalam memahami permasalahan dalam penelitian yang berjudul **“Strategi Layanan Sistem Jemput Bola dalam Meningkatkan Motivasi Menabung Anggota Pada**

⁹Wawancara dengan Indiyani Nurchasanah, Manajer Marketing BMT Dana Mentari Muhammadiyah, Pada tanggal 29 Januari 2019. Pukul 08.35 WIB

KSU BMT Dana Mentari Muhammadiyah KC Karanglewas Purwokerto”. Maka untuk memperjelas istilah – istilah kunci dalam pengambilan judul penelitian ini, penulis akan memberikan batasan istilah – istilah yang terkandung dalam judul tersebut sebagai berikut

1. Strategi adalah langkah-langkah yang harus dijalankan oleh suatu perusahaan untuk mencapai tujuan¹⁰. Strategi yang dimaksud adalah strategi untuk memudahkan anggota dalam menabung yaitu dengan layanan jemput bola.
2. Layanan jemput bola adalah pendekatan dimana dilakukan dengan cara petugas langsung mendatangi calon anggota di rumah atau di tempat-tempat mereka berusaha. Layanan yang dimaksud dengan layanan jemput bola dalam penelitian ini adalah suatu cara atau kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh marketing, khususnya BMT Dana Mentari Muhammadiyah KC Karanglewas dalam meningkatkan motivasi menabung anggota dengan menawarkan langsung kepada anggota yang berada di sekitar pasar agar memudahkan dalam menabung.
3. Motivasi adalah suatu modal dalam menggerakkan dan menegakan para karyawan agar dapat melaksanakan tugasnya masing-masing dalam mencapai sasaran dengan penuh kesadaran, bergairah dan bertanggung jawab.¹¹
4. Menabung adalah menyisihkan sebagian uang yang dimiliki untuk disimpan dalam jangka waktu tertentu. Menabung merupakan kegiatan yang tidak boleh kita lupakan, kegiatan ini penting. Menabung harus dibiasakan sejak dini. Menabung merupakan kegiatan yang sangat positif. Dengan menabung kita bisa menjadi pribadi yang lebih hemat dan tentu juga kita dapat belajar mengatur keuangan¹²

¹⁰Kasmir, *Kewirausahaan* (Jakarta:PT Raja Grafindo Persada, 2016), hlm. 186.

¹¹ M. Arifin, *Kepemimpinan dan Motivasi Kerja*, (Yogyakarta : Sukses Offset, 2010), hlm. 27-31

¹² Jamalul Lail dan Ari Maulana, *Program Sentono Menabung*, Jurnal Inovasi dan Kewirausahaan. Vol. 4 No. 1, 2015, hlm 54

5. BMT adalah lembaga keuangan non-bank yang beroperasi berdasarkan syariat dengan prinsip bagi hasil, didirikan oleh dan untuk masyarakat disuatu tempat atau daerah, BMT memiliki dua bidang kerja yaitu sebagai lembaga Mal (*Baitul Mal*) dan sebagai lembaga *Tamwil (BaitulTamwil)*¹³. Jadi BMT yang dimaksud disini adalah BMT Dana Mentari Muhammadiyah yang berada di Jl Patimura No 392, Karanglewas Lor, Purwokerto Barat Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah, 53136

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas maka rumusan masalah yang akan diteliti adalah, Bagaimana strategi layanan sistem jemput bola dalam meningkatkan motivasi menabung anggota pada KSU BMT Dana Mentari Muhammadiyah KC Karanglewas Purwokerto?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah, Mengetahui strategi layanan jemput bola dalam meningkatkan motivasi menabung anggota pada KSU BMT Dana Mentari Muhammadiyah KC Karanglewas Purwokerto

2. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini, diharapkan dapat bermanfaat sebagai:

- a. Secara Teoritis, sebagai kontribusi pengetahuan dalam memperkaya *khazanah* di perpustakaan IAIN Purwokerto pada umumnya dalam khususnya di perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
- b. Secara Praktis, diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran, motivasi evaluasi dan pertimbangan bagi para karyawan BMT Dana Mentari Muhammadiyah KC Karanglewas agar lebih meningkatkan lagi dari sistem pelayanannya.

¹³Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil (BMT)*, (Yogyakarta : UII Press, 2014), hlm 120

E. Sistematika Pembahasan

Adapun sistematika pembahasan dari penelitian ini terdiri dari 5 bab yang masing – masing dirincikan beberapa sub bab, yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah penelitian, definisi operasional, rumusan masalah, tujuan dan manfaat dari penelitian serta sistematika pembahasan

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menyajikan landasan teori dalam penelitian yang didasarkan pada teori-teori yang relevan, membahas telaah penelitian terdahulu.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang jenis penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel penelitian, metode analisa data yang digunakan serta menggambarkan kerangka berpikir dalam penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi gambaran objek penelitian, deskripsi variabel, hasil analisis data yang digunakan dan interpretasi hasil penelitian

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan hasil penelitian serta saran yang berisi keterbatasan dari penelitian yang telah digunakan dan saran bagi penelitian yang akan datang.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian serta pembahasan dengan membandingkan teori dengan praktek di KSU BMT Dana Mentari Muhammadiyah KC Karanglewas Purwokerto sebagaimana telah dijelaskan diatas, strategi pada layanan sistem jemput bola dalam meningkatkan motivasi menabung anggota pada KSU BMT Dana Mentari Muhammadiyah KC Karanglewas Purwokerto menggunakan strategi *marketing mix* / bauran pemasaran yang terdiri dari 7P (*product, price, place, promotion, people, process, physical evidence,*) yaitu sebagai berikut:

1. *Product* (produk), dalam strategi produk, BMT Dana Mentari Muhammadiyah lebih banyak menawarkan produknya untuk semua kalangan dan biasanya yang ditawarkan adalah masyarakat kelas menengah, dan kelas menengah kebawah, dari usia maupun pekerjaan, dan juga lebih banyak menawarkan produk yang banyak diminati oleh anggota
2. *Price* (Harga), dalam strategi harga BMT Dana Mentari Muhammadiyah dapat bersaing. Mengenai biaya administrasi yang diterapkan *standard* dan tidak terlalu rumit dan juga mengenai nisbah (bagi hasil) yang diberikan oleh BMT Dana Mentari Muhammadiyah tidak memberatkan oleh anggota,
3. *Place* (Tempat), Keberadaan BMT Dana Mentari Muhammadiyah ini memiliki banyak keunggulan yaitu dekat dengan pasar karanglewas, tepat berada di jalan raya sehingga keberadaan kantor mudah dilihat oleh anggota dan calon anggota, dan juga mempermudah marketing pada saat melakukan transaksi dengan layanan jemput bola karena tempatnya persis di samping pasar karanglewas.
4. *Promotion* (promosi), BMT Dana Mentari Muhammadiyah mengenai strategi promosi yaitu melalui berbagai media seperti *website*, brosur, dan mengikuti acara-acara seperti acara pengajian umum warga setempat dan arisan.

5. *People* (Orang), untuk menghadapi sifat orang yang berbeda-beda dalam strategi *people* (orang) marketing memfokuskan pada pelayanan sebaik mungkin kepada anggotanya. Para petugas selalu bersikap ramah, sabar, dan sopan dalam melayani anggotanya dan dapat memberikan penjelasan serta pemahaman mengenai produk BMT Dana Mentari Muhammadiyah, dan juga memberikan penjelasan mengenai layanan jemput bola dan motivasi kepada calon anggota sehingga anggota maupun calon anggota nyaman menggunakan produk maupun jasa. BMT Dana Mentari Muhammadiyah.
6. *Process* (Proses), BMT Dana Mentari Muhammadiyah melakukan usaha semaksimal mungkin dalam melayani anggotanya sehingga dapat memuaskan anggota, dan juga strategi yang dilakukan oleh marketing dalam memotivasi menabung anggota terstruktur sehingga bisa mendapatkan hasil yang optimal. Hal ini dilihat dari tabel 1.3 mengenai jumlah anggota menabung pada tahun 2015-2019 (per 20 Agustus 2019) yang selalu mengalami kenaikan.
7. *Physical evidence* (Lingkungan fisik), mengenai lingkungan fisik BMT Dana Mentari Muhammadiyah KC Karanglewas Purwokerto melakukan strategi dengan cara mendesain kantor senyaman mungkin dengan dilengkapi fasilitas-fasilitas yang mendukung kenyamanan bagi anggota.

Dari hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa strategi layanan sistem jemput bola yang dilakukan oleh marketing dalam meningkatkan motivasi menabung anggota pada KSU BMT Dana Mentari Muhammadiyah KC Karanglewas Purwokerto dapat dikatakan baik karena marketing selalu memberikan strategi layanan dengan semaksimal mungkin, dan juga dari hasil wawancara yang dilakukan dengan beberapa anggota menabung mengenai pelayanan yang dilakukan oleh semua karyawan KSU BMT Dana Mentari Muhammadiyah mengatakan bahwa pelayanan yang diberikan sangat memuaskan termasuk anggota menabung yang menggunakan layanan sistem jemput bola karena dengan adanya layanan tersebut bisa menabung tanpa harus ke kantor BMT.

B. Saran

Dari hasil penelitian yang penulis sudah teliti maka sarannya sebagai berikut :

1. Bagi KSU BMT Dana Mentari Muhammadiyah KC Karanglewas Purwokerto strategi layanan sistem jemput bola dalam meningkatkan motivasi menabung anggota haruslah lebih baik lagi dan diharapkan juga perlunya meningkatkan sistem website resmi KSU BMT Dana Mentari Muhammadiyah untuk mempermudah calon anggota ingin mengetahui tentang profil KSU BMT Dana Mentari Muhammadiyah lewat website resmi.
2. Bagi pembaca atau penulis selanjutnya, penelitian ini belum bisa dikatakan sempurna hasilnya. Oleh karena itu penulis menyarankan dalam penelitian ini dapat meneliti lebih dalam mengenai penelitian skripsi ini atau menambah variabel-variabel judul lain yang mungkin dapat dikaitkan dengan penelitian, hal ini bertujuan supaya lebih menyempurnakan variabel dan melengkapi kekurangan dalam skripsi ini.

IAIN PURWOKERTO

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Akbar, Purnomo Setiady dan Husaini Usman, 2006, *Metodologi Penelitian Sosial* Jakarta: Bumi Aksara
- Arifin M, 2010, *Kepemimpinan dan Motivasi Kerja*, Yogyakarta : Sukses Offset
- Arikunto Suharsimi, 2005, *Manajemen Penelitian* Jakarta: Rineka Cipta
- Azwar Saifuddin, 1998, *Metode Penelitian* , Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Bungin Burhan, 2009, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya*, Cetakan ketiga, Jakarta: Kencana
- Chandra Gregoriuss dan Fandy Tjiptono, 2016, *Service, Quality & Satisfaction*, Yogyakarta: Andi
- Fathoni, Abdurrahmat, 2006, *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*, Jakarta: Rineka Cipta
- Gunawan Imam, 2013, *Metode Penelitian Kualitatif Teori Dan Praktik*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Hadi Sutrisno, 2002, *Metodologi Research II*, Yogyakarta: Andi Offset
- Handoko, T Hani, *Manajemen*, 2001, Yogyakarta : BPFE
- Hasibuan Malayu S.P, 2007, *Dasar Dasar Perbankan*, Jakarta : Bumi Aksara
- Ismail , 2014, *Perbankan Syariah*, Jakarta : Kencana Prenadamedia Group
- Kasmir, 2016, *Kewirausahaan*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Muhammad , 2014, *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil (BMT)*, Yoyakarta : UII Press
- Nurnajamuddin Mahfud dan Murdifin Haming, 2007, *Manajemen Produksi Modern Operasi Manufaktur dan Jasa*, Jakarta : Bumi Aksara
- Purhantara Wahyu, 2010, *Metode Penelitian Kualitatif untuk Bisnis*, Yogyakarta: Graha Ilmu
- Ridwan Muhammad, 2014, *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil (BMT)*, Yoyakarta : UII Press

- Ruslan Rosadi, , 2003, *Manajemen Public Relation dan Media Komunikasi* , Jakarta : PT Raja Grafindo Persada
- Siswanto, 2015, *Pengantar Manejemen*, Jakarta : PT Bumi Aksara
- Solihin Ismail, 2012, *Manajemen Strtegik*, Bandung: Erlangga
- Sugiyono, 2016, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta CV
- Sunyoto Danang, 2015, *Keunggulan Bersaing competitive advantage*, Jakarta : PT Buku Seru
- Suyanto M, 2008, *Muhammad Business Strategy & Ethics Etika Dan Strategi Bisnis Nabi Muhammad SAW*, Yogyakarta: Cv Andi Offset
- Tjiptono Fandi, , 2012, *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*, Yogyakarta : Andi Offsethlm
- Tjiptono Fandy, 1997, *Strategi Pemasaran* Yogyakarta: Andi Offset
- Wankel Charles dan James A.F, Stoner, 1993, *Perencanaan dan Pengambilan Keputusan dalam Manajemen*, Jakarta : PT Rineka Cipta,
- Yaya Rizal Dkk, 2014, *Akuntansi Perbankan Syariah Teori Dan Praktik Kontemporer* , Jaka rta : Salemba Empat, Edisi 2

JURNAL DAN SKRIPSI

- Anggraeni, Angga Dewi, “*Pengaruh kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Divisi Pelayanan Klaim di PT. Jasa Raharja (PERSERO) Cabang Jawa Barat*” Jurnal Manajemen Bisnis, Vol 2. No 1, januari 2016
- Dewi Diniaty dan Agusrinal, *Perancangan Strategi Pemasaran Pada Produk Anyaman Pandan*, Jurnal Sains, Teknologi dan Industri, Vol. 11, No 2, hal 177-178
- Maulana Ari dan Jamalul Lail, *Program Sentono Menabung*, Jurnal Inovasi dan Kewirausahaan. Vol. 4 No. 1, 2015,
- Mustikawati Rr. Indah dan Tri Astuti, 2013, *Pengaryh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung Nasabah*, Jurnal Nominal Vol 2 no 1

PUBLIKASI ELEKTRONIK

danamentaripurwokerto.blogspot.com (website resmi BMT Dana Mentari)
Diakses pada tanggal 04 Desember 2018, pukul 11.50 WIB

Hasil wawancara dengan Ibu Indiyani Nurchasanah selaku Manajer Marketing di
BMT Dana Mentari Muhammadiyah Purwokerto

Hasil wawancara dengan Bapak Wahyu Yulianto selaku Marketing BMT Dana
Mentari Muhammadiyah Purwokerto

Hasil wawancara dengan Bapak Sobari Anggota Menabung BMT Dana Mentari
Muhammadiyah Purwokerto

Hasil wawancara dengan Ibu Riah Anggota Menabung BMT Dana Mentari
Muhammadiyah Purwokerto

Hasil wawancara dengan Ibu Rusmiasih Anggota Menabung BMT Dana Mentari
Muhammadiyah Purwokerto

Hasil wawancara dengan Ibu Sutinah Anggota Menabung BMT Dana Mentari
Muhammadiyah Purwokerto

[https://books.google.co.id/books/about/Layanan Prima dalam Praktik Saat ini.](https://books.google.co.id/books/about/Layanan_Prima_dalam_Praktik_Saat_ini)
Diakses Tanggal 25 Februari 2019, Pukul 13.15 WIB

IAIN PURWOKERTO