

**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**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nurul Azizah

NIM : 1522202068

Jenjang : S-1

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Perbankan Syariah

Program Studi : Perbankan Syariah

Judul Skripsi : **Strategi Layanan Sistem Jemput Bola Dalam Meningkatkan Motivasi Menabung Anggota Pada KSU BMT Dana Mentari Muhammadiyah KC Karanglewas Purwokerto**

Menyatakan bahwa naskah Skripsi berjudul ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 7 Oktober 2019



  
Nurul Azizah  
NIM. 1522202068



KEMENTERIAN AGAMA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : Jl. Jend. A. Yani No.40A Purwokerto 53126  
Telp. 0281-635624, 628250, Fax : 0281-636553, www.iainpurwokerto.ac.id

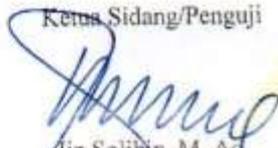
**PENGESAHAN**

Skripsi Berjudul

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

Yang disusun oleh Saudari Nurul Azizah NIM. 1522202068 Jurusan/Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto, telah diujikan pada hari Rabu, tanggal 16 Oktober 2019 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) oleh Sidang Penguji Skripsi

Ketua Sidang/Penguji

  
Lin Solihin, M. Ag.  
NIP. 197208052001121002

Sekretaris Sidang/Penguji

  
Muhammad Wildan S.E.Sy., M.Sy.  
MIDN. 2021088901

Pembimbing/Penguji

  
H. Chandra Warsito, S.E., S.TP., M.Si.  
NIP. 197903232011011007

Purwokerto 16 Oktober 2019

Mengetahui/Mengesahkan  
Dekan

  
Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.  
NIP. 197309212002121004

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth: Dekan Fakultas Ekonomi Bisnis Islam  
IAIN Purwokerto  
di-  
Purwokerto.

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari Nurul Azizah, NIM. 1522202068 yang berjudul :

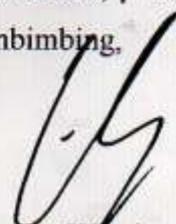
**STRATEGI LAYANAN SISTEM JEMPUT BOLA DALAM  
MENINGKATKAN MOTIVASI MENABUNG ANGGOTA PADA KSU  
BMT DANA MENTARI MUHAMMADIYAH KC KARANGLEWAS  
PURWOKERTO**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

*Wssalamu'alaikum Wr. Wb.*

Purwokerto, 7 Oktober 2019

Pembimbing,

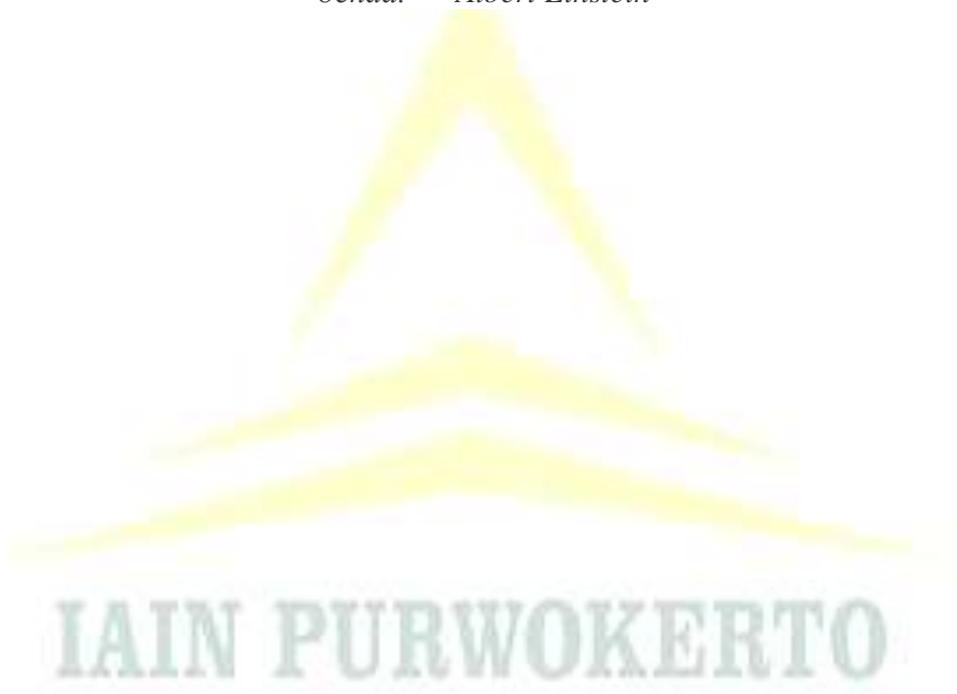
  
Chandra Warsito, S.E., S.TP., M.Si  
NIP. 197903232011011007

## **MOTTO**

*Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan, maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan) tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain), dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap.*

*(Q.S, Al-Insyirah: 6-8)*

*“Jika kamu ingin hidup bahagia, terikatlah pada tujuan, bukan orang atau benda.” – Albert Einstein*



**IAIN PURWOKERTO**

**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](mailto: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 tumbuh 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](mailto: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***

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

### Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba'	B	Be
ت	ta'	T	Te
ث	ša	ša	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥ	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	žal	ž	ze (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	šad	š	es (dengan titik di bawah)

ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	'el
م	Mim	M	'em
ن	Nun	N	'en
و	Waw	W	W
هـ	ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	ya'	Y	Ye

**Konsonan Rangkap karena *syaddah* ditulis rangkap**

متعددة	Ditulis	<i>muta'addidah</i>
عدة	Ditulis	<i>'iddah</i>

**Ta' Marbuṭah di akhir kata bila dimatikan tulis *h***

حكمة	Ditulis	<i>ḥikmah</i>
جزية	Ditulis	<i>Jizyah</i>

(Ketentuan ini tidak diperlukan pada kata-kata arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti zakat, shalat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya)

- a. Bila diikuti dengan kata sandang “*al*” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan *h*.

كرامة الأولياء	Ditulis	<i>karāmah al-auliya'</i>
----------------	---------	---------------------------

- b. Bila *ta' marbuṭah* hidup atau dengan harakat, *fathah* atau *kasrah* atau *dammah* ditulis dengan *t*.

زكاة الفطر	Ditulis	<i>zakāt al-fiṭr</i>
------------	---------	----------------------

**Vokal Pendek**

◌َ	<i>fathah</i>	Ditulis	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	Ditulis	I
◌ُ	<i>ḍammah</i>	Ditulis	U

**Vokal Panjang**

1.	<i>fathah</i> + alif	Ditulis	<i>ā</i>
	جاهلية	Ditulis	<i>ḡahiliyyah</i>
2.	<i>fathah</i> + ya' mati	Ditulis	<i>ā</i>
	تنسى	Ditulis	<i>tansā</i>
3.	<i>kasrah</i> + ya' mati	Ditulis	<i>ī</i>
	كريم	Ditulis	<i>karīm</i>
4.	<i>ḍammah</i> + wāwu mati	Ditulis	<i>ū</i>
	فروض	Ditulis	<i>furūḍ</i>

### Vokal Rangkap

1.	Fathah + ya' mati	Ditulis	Ai
	بينكم	Ditulis	Bainakum
2.	Fathah + wawu mati	Ditulis	Au
	قول	Ditulis	Qaul

### Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أأنتم	Ditulis	a'antum
أأعدت	Ditulis	u'iddat
أأتن شكر تم	Ditulis	la'in syakartum

### Kata Sandang Alif+Lam

a. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*.

القرآن	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
القياس	Ditulis	<i>al-Qiyās</i>

b. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf *l* (el) nya.

السماء	Ditulis	<i>as-Samā'</i>
الشمس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

### Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

ذوى الفروض	Ditulis	<i>zawī al-furūḍ</i>
اهل السنة	Ditulis	<i>ahl as-Sunnah</i>

## PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur atas limpahan rahmat dan karunia yang Allah SWT berikan, karya skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kehidupan, hidayah dan kesempatan untuk belajar.
2. Ayah dan Ibuku tercinta, bapak Sobirin dan Ibu Robi'ah, yang selalu mencurahkan seluruh perhatian, motivasi, kasih sayang dan pengorbanan yang tidak dapat tergantikan oleh apapun, serta doa terbaik yang tak pernah putus.
3. Kakakku Kholisoh dan Nuraedi tersayang yang selalu memberikan semangat, motivasi dan doa serta nasihat- nasihat baik untuk penulis.
4. Dosen pembimbing Bapak Chandra Warsito, S.E., STP.,M.Si yang telah membimbing skripsi saya dari awal hingga akhir.
5. Buat sahabat- sahabatku yang tidak pernah terlupakan Arina Wahdini, Diah Rochmawati, Prawesti Dwi Muninggar, Nur Fitriatun Khasanah, Nuriyah Khikmatin, dan Anisa Dewi. Terima kasih atas bantuan, doa, nasihat dan semangat yang kalian berikan.
6. Seluruh keluarga besar IAIN PURWOKERTO atas semua bentuk kerjasamanya.

IAIN PURWOKERTO

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur kita panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah dan karunia-Nya. Shalawat serta salam semoga tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, dan kepada para sahabatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah ini dalam bentuk skripsi yang berjudul **“STRATEGI LAYANAN SISTEM JEMPUT BOLA DALAM MENINGKATKAN MOTIVASI MENABUNG ANGGOTA PADA KSU BMT DANA MENTARI MUHAMMADIYAH KC KARANGLEWAS PURWOKERTO”**.Semoga kita senantiasa mengikuti semua ajaran dan kelak semoga kita mendapat syafa’atNya di hari penantian.

Bersamaan dengan selesainya skripsi ini, penulis ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini. Penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr.H. Moh. Roqib,M.Ag., Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
2. Dr. Fauzi, M.Ag., Wakil Rektor I Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
3. Dr. H. Ridwan, M.Ag., Wakil Rektor II Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
4. Dr. H. SulkhanChakim, S.Ag. M.M., Wakil Rektor III Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz,M.Ag., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.

6. YoizShofwaShafrani, SP., M.Si., Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
7. Chandra Warsito, S.E., STP.,M.Sipembimbing penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi. Terima kasih saya ucapkan atas segala bimbingan, arahan, masukan, motivasi, serta kesabarannya demi terselesaikannya penyusunan skripsi ini. Semoga senantiasa Allah selalu memberikan perlindungan dan membalas kebaikan Bapak.
8. Segenap Dosen dan Staff Administrasi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
9. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto yang telah mengajarkan dan membekali ilmu pengetahuan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Orang tua penyusun, Bapak Sobirin dan Ibu Robi'ah yang merupakan orang tua terhebat, yang telah mencurahkan kasih sayangnya, merawat, mendidik, serta doa-doanya yang selalu menguatkan semangat dan keyakinan kepada penulis. Jasanya tidak dapat dibalas dengan apapun, semoga bapak dan ibu tetap berada dalam lindungan, kasih sayang dan kemuliaan dari Allah SWT.
11. Terima kasih kepada kakak penulis, Kholisoh, danNuraediyang telah memberikan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan karya ini. Semoga Allah memuliakan kakak penulis dan tetap dalam lindungan Allah SWT dalam mencapai segala hal dan kesuksesan di dunia dan di akhirat.

12. Kawan-kawan seperjuangan Jurusan Perbankan Syariah B angkatan 2015, terima kasih atas kebersamaan kita dalam suka maupun duka semoga tak akan pernah terlupakan.
13. Semua pihak yang telah membantu penyusun dalam menyelesaikan skripsi ini, yang tidak dapat penyusun sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itulah kritik serta saran yang bersifat membangun selalu penulis harapkan dari pembaca guna kesempurnaan skripsi ini. Mudah-mudahan skripsi ini bisa bermanfaat untuk penulis dan pembaca. Aamiin

Purwokerto, Oktober 2019



NurulAzizah  
NIM. 1522202068

IAIN PURWOKERTO

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI .....</b>	<b>viii</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>xii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xx</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xxi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Definisi Operasional.....	9
C. Rumusan Masalah .....	10
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	10
E. Sistematika Pembahasan .....	11
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
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**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1	: RekapitulasiProdukSimpananAnggotaTahun 2016-2018.....	6
Tabel 1	: PenelitianTerdahulu .....	9
Tabel 3	: RekapitulasiProdukSimpananAnggotaTahun 2015-2019.....	66



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : Struktur Organisasi BMT Dana Mentari Muhammadiyah

Purwokerto ..... 44



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 :Pedoman Observasi
- Lampiran 2 :PedomanDokumentasi
- Lampiran 3 : Pedoman Wawancara
- Lampiran 4 :Hasil Wawancara
- Lampiran 5 :AktaPendirian BMT Dana MentariMuhammadiyahPurwokerto
- Lampiran6 :Brosur BMT Dana MentariMuhammadiyahPurwokerto
- Lampiran 7 :Rekapitulasi Tabungan Tahun 2016-2018 BMT Dana Mentari
- Lampiran 8 :Surat Keterangan Penelitian
- Lampiran 9 : Surat Permohonan Ijin Riset Individual
- Lampiran 10 : Usulan Menjadi Pembimbing Skripsi
- Lampiran 11 : Surat Pernyataan Kesiediaan Menjadi Pembimbing Skripsi
- Lampiran 12 : Surat Permohonan Persetujuan Judul Skripsi
- Lampiran 13 : Rekomendasi Seminar Proposal Skripsi
- Lampiran 14 : Surat Keterangan Lulus Seminar
- Lampiran 15 : Berita Acara Ujian Proposal Skripsi
- Lampiran 16 : Surat Bimbingan Skripsi
- Lampiran 17 : Blangko/Kartu Bimbingan
- Lampiran 18 : Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif
- Lampiran 19 : Sertifikat BTA/PPI
- Lampiran 20 : Sertifikat Bahasa Arab
- Lampiran 21 : Sertifikat Bahasa Inggris
- Lampiran22 :SertifikatAplikom
- Lampiran 23 : Sertifikat PPL
- Lampiran 24 : Sertifikat KKN
- Lampiran 25 :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 syariat<sup>1</sup>

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

---

<sup>1</sup> 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.<sup>2</sup>

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.<sup>3</sup>

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.

---

<sup>2</sup>Ibid., hal 121

<sup>3</sup>Wawancara 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.<sup>4</sup> 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).<sup>5</sup>

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.

---

<sup>4</sup>[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

<sup>5</sup>Angga 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 lainnya<sup>6</sup>.

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

---

<sup>6</sup> 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.<sup>7</sup>

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.<sup>8</sup>

---

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

<sup>8</sup>Ibid.

**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.<sup>9</sup>

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**

---

<sup>9</sup>Wawancara 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 tujuan<sup>10</sup>. 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.<sup>11</sup>
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 keuangan<sup>12</sup>

---

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

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

<sup>12</sup> 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)*<sup>13</sup>. 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 di teliti 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.

---

<sup>13</sup>Muhammad 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 II

### LANDASAN TEORI

#### A. Deskripsi Teori

##### 1. Pengertian Strategi

Pada awalnya konsep strategi (*strategy*) didefinisikan sebagai berbagai cara untuk mencapai tujuan (*ways to achieve ends*) konsep generik ini terutama sesuai dengan perkembangan awal penggunaan konsep strategi yang digunakan didalam dunia militer. Strategi dalam dunia militer adalah berbagai cara yang digunakan oleh panglima perang untuk mengalahkan musuh dalam suatu peperangan (*war*). Sedangkan cara yang digunakan oleh pasukan untuk memenangkan pertempuran (*battle*) disebut dengan istilah taktik.<sup>14</sup>

Istilah strategi berasal dai bahasa yunani *strategia* (*startos = miilite, dan ag = memimpin*), yang artinya seni atau ilmu untuk menjadi seorang jendral. Konsep ini relevan dengan situasi pada zaman dulu yang sering diwarnai perang, dimana jendral dibutuhkan untuk memimpin suatu angkatan perang agar dapat selalu memenangkan perang. Konsep Sun Tzu, Hannibal, dan Carl Von Clausewitz dalam konteks bisnis strategi menggambarkan arah bisnis yang mengikuti lingkungan yang dipilih dan merupakan pedoman untuk mengalokasikan sumber daya dan usaha suatu organisasi. Berdasarkan perspektif tersebut startegi dapat didefinisikan sebagai program untuk menentukan dan mencapai tujuan organisasi dan mengimplementasikan misinya.<sup>15</sup>

Menurut Chandler, strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam keitannya dengan tujuan tindak lanjut serta prioritas alokasi sumber daya. Sedangkan menurut Porter, strategi adalah alat yang sangat penting untuk mencapai keunggulan bersaing. Menurut Stephanie K. Marrus, stretegi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana

---

<sup>14</sup> Ismail Solihin, *Manajemen Strtegitik*, (Bandung: Erlangga, 2012) hlm, 24

<sup>15</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Andi Offset, 1997), hlm 3

para pemimpin puncak yang kualitas, manfaat kualitas, faktor penyebab kualitas jasa, dimensi kualitas jasa, kepuasan pelanggan, model kepuasan pelanggan serta strategi kepuasan pelanggan. Dalam buku ini Tjiptono dan Chandra juga mengutip pernyataan parasuraman, et al., bahwa terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa, yaitu jasa yang diharapkan (*expected service*), maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas ideal. Sebaliknya apabila *perceived service* lebih jelek dibandingkan *expected service*, maka kualitas jasa dipersepsikan negatif atau buruk. Oleh karena itu, baik tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.<sup>16</sup>

Menurut Ahmad S. Adnan putra, MA, MS, pakar humas dalam naskah workshop berjudul PR strategy (1990), mengatakan bahwa arti strategi adalah bagian terpadu dari suatu rencana (*plan*), sedangkan rencana merupakan produk dari suatu perencanaan (*planning*), yang pada akhirnya perencanaan adalah salah satu fungsi dasar dari proses manajemen.<sup>17</sup> Sedangkan menurut Robert H. Hayes dan Steven C. Wheelwright telah mengidentifikasi lima sifat pokok strategi yang membedakannya dari jenis perencanaan umum yaitu :<sup>18</sup>

- a. Cakrawala waktu, pada umumnya kata strategi pada umumnya digunakan untuk melukiskan kegiatan yang meliputi cakrawala waktu dalam arti yang luas, menyangka baik waktu yang dicapai untuk melaksanakan kegiatan tersebut maupun waktu yang digunakan untuk mengamati dampaknya.
- b. Dampak. Meskipun akibat yang ditimbulkan karena mengikuti strategi tertentu belum terlihat jelas sekalipun dalam jangka waktu yang lama, namun dampak akhirnya akan sangat berarti.

---

<sup>16</sup> Fandy Tjiptono, dan Gregoriuss Chandra, *Service, Quality...*, hlm. 121.

<sup>17</sup> Rosadi Ruslan, *Manajemen Public Relation dan Media Komunikasi*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2003). hlm 109

<sup>18</sup> James A.F, Stoner dan Charles Wankel, *Perencanaan dan Pengambilan Keputusan dalam Manajemen*, (Jakarta : PT Rineka Cipta, 1993) hlm 162-163

- c. Pemusatan upaya. Sebuah strategi yang efektif biasanya memerlukan pemusatan kegiatan, upaya, atau perhatian seseorang pada tujuannya yang agak sempit. Pemusatan perhatian pada kegiatan pilihan ini secara implicit mengurangi sumber daya yang tersedia untuk kegiatan lainnya.
- d. Pola-pola keputusan. Meskipun sebagian perusahaan hanya memerlukan beberapa keputusan penting untuk melaksanakan strategi yang dipilihnya, kebanyakan strategi memerlukan rangkaian jenis keputusan tertentu yang harus diambil keputusan-keputusan tersebut harus saling menunjang, sehingga mengikuti suatu pola yang konsisten.
- e. Daya meresap. Sebuah strategi mencakup sebuah spektrum aktivitas yang luas, mulai dari proses alokasi sumber daya sampai dengan kegiatan sehari-hari. Selain itu, kebutuhan akan konsistensi dikemudian hari dalam aktivitas tersebut mengharuskan semua jenjang organisasi untuk bertindak dengan cara sedemikian rupa sehingga memperkuat strategi.

Adapun ` memperkenalkan 4 kriteria untuk mengevaluasi baik buruknya strategi, yaitu *consonance*, *advantage*, *feasibility*, dan *consistency*.<sup>19</sup>

- a. *Consonance* adalah kemampuan strategi dalam memanfaatkan peluang bisnis dan mengatasi ancaman yang muncul dimasa yang akan datang. Sebagai contoh strategi pengembangan produk baru astra dengan memproduksi beragam jenis kendaraan keluarga, merupakan strategi yang tepat untuk meraih peluang peningkatan jumlah kelas menengah di Indonesia yang membutuhkan kendaraan keluarga yang murah dan andal.
- b. *Advantage* adalah kemampuan strategi dalam memanfaatkan keunggulan dan menimalisasi kelemahan perusahaan. Sebagai contoh

---

<sup>19</sup> Danang Sunyoto, *Keunggulan Bersaing competitive advantage*, (Jakarta : PT Buku Seru, 2015) hlm 153-154

strategi BRI yang tetap fokus melayani sektor UKM sangat sesuai dengan keunggulan dan pengalaman BRI dalam kredit mikro

- c. *Fesibility* adalah sejauh mana implementasi strategi didukung oleh sumber daya (financial, sumber daya manusia, organisasi), sebagai contoh indosat berhasil bertransformasi dari international carrier menjadi full network service provider karena didukung oleh sumber daya dan manajemen perubahan yang baik.
- d. *Consistency* adalah sejauh mana strategi bisnis dijabarkan kedalam program implementasi dengan baik. Program implementasi meliputi penurunan sasaran tingkat perusahaan kedalam sasaran tingkat divisi, departemen fungsional, unit kerja, sampai individu.

Dalam konsep Kotler dan Amstrong (1997) salah satu strategi yang berhubungan dengan kegiatan pemasaran perusahaan adalah *marketing mix strategy* yang menyatakan bahwa *marketing mix as the set of controllable marketing variables that the firm bleads to produce the response it wants in the target market.*

Dari definisi diatas dapat diartikan bahwa bauran pemasaran merupakan variabel-variabel terkendali yang digabungkan untuk menghasilkan tanggapan yang diharapkan dari pasar sasaran. Dan untuk usaha jasa terdapat 7 unsur *marketing mix* (*marketing mix 7P*) yaitu: *product, price, promotion, place, people, process, physical evidence.*

- a. *Product* (produk) Produk merupakan elemen penting dalam sebuah program pemasaran. Strategi produk dapat mempengaruhi strategi pemasaran lainnya.
- b. *Price* (Harga) Menurut Monroe, 2005 dikutip oleh Sukotjo dan Radix, (2010) menyatakan bahwa harga merupakan pengorbanan ekonomis yang dilakukan pelanggan untuk memperoleh produk atau jasa.
- c. *Promotion* (promosi) Promosi adalah kegiatan mengkomunikasikan informasi dari penjual kepada konsumen atau pihak lain dalam saluran penjualan untuk mempengaruhi sikap dan perilaku.

- d. *Place* (Saluran Distribusi) Kotler (2000: 96), dikutip oleh Sukotjo dan Radix, (2010) menyatakan bahwa “Saluran distribusi terdiri dari seperangkat lembaga yang melakukan segala kegiatan (Fungsi) yang digunakan untuk menyalurkan produk dan status pemiliknya dari produsen ke konsumen”.
- e. *People* (Partisipan) Yang dimaksud partisipan disini adalah karyawan penyedia jasa layanan maupun penjualan, atau orang-orang yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung dalam proses layanan itu sendiri,
- f. *Process* (Proses) Proses adalah kegiatan yang menunjukkan bagaimana pelayanan diberikan kepada konsumen selama melakukan pembelian barang.
- g. *Physical evidence* (Lingkungan fisik) Lingkungan fisik adalah keadaan atau kondisi yang di dalamnya juga termasuk suasana yang merupakan tempat terjadinya Penjualan dan pelayanan<sup>20</sup>

Russel dan Taylor menyatakan bahwa strategi adalah visi umum yang menyatukan organisasi, menyediakan acuan konsistensi dalam pembuatan keputusan, dan akan tetap menjaga agar perusahaan bergerak pada arah yang benar. Selanjutnya Chase dan Aquilano (1995) menyatakan, bahwa strategi operasi adalah sesuatu yang berhubungan dengan penentuan kebijakan dan rencana umum untuk memanfaatkan sumber daya produksi agar dapat mendukung sebaik-baiknya strategi bersaing jangka panjang perusahaan.<sup>21</sup>

Berdasarkan penjelasan diatas dalam dunia bisnis dengan tingkat persaingan yang ketat dan lingkungan yang dinamis, strategi merupakan kunci dari pencapaian keunggulan bersaing dan keberhasilan sebuah bisnis. Pemilihan strategi merupakan fokus utama dari top manajemen. Tidak jarang perusahaan meminta bantuan

---

<sup>20</sup> Dewi Diniaty dan Agusrianal, *Perancangan Strategi Pemasaran Pada Produk Anyaman Pandan*, Jurnal Sains, Teknologi dan Industri, Vol. 11, No 2, hal 177-178

<sup>21</sup> Murdifin Haming dan Mahfud Nurnajamuddin, *Manajemen Produksi Modern Operasi Manufaktur dan Jasa*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2007), hlm. 37

konsultan top dengan biaya besar untuk merumuskan strategi. Untuk menjalankan strateginya perusahaan juga rela mengerahkan sumber daya dan investasi yang tidak sedikit. Proses implementasi strategi juga seringkali mengharuskan dari perusahaan mengubah bisnisnya, mengakuisi kompetensi baru, mengubah proses bisnis, dan struktur organisasi yang semuanya memerlukan waktu yang tidak singkat.

## 2. Pengertian Pelayanan

Pelayanan (*service*) bisa diartikan sebagai melakukan sesuatu bagi orang lain. Menurut (Alinaung, 2016) pelayanan atau servis dapat diartikan sebagai sebuah kegiatan atau keuntungan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain. Pelayanan tersebut meliputi kecepatan melayani, kenyamanan yang diberikan, kemudahan lokasi, harga wajar dan bersaing. Akan tetapi, sebagai layanan istilah *service* menyiratkan segala sesuatu yang dilakukan pihak tertentu (individu maupun kelompok) kepada pihak lain (individu maupun kelompok), salah satu contohnya adalah layanan pelanggan (*customer service*). Jasa/layanan memiliki dua karakteristik unik yang memisahkan yang membedakannya dari barang dan berdampak pada strategi mengelola dan memasarkannya. Kedua karakteristik utama tersebut yaitu: <sup>22</sup>

### a. *Intangibility*

Jasa/layanan bersifat *intangible*, artinya jasa tidak dapat dilihat, dirasa, dicium, didengar, atau diraba sebelum dibeli dan dikonsumsi. Seorang konsumen jasa tidak dapat menilai hasil dari sebuah jasa sebelum ia mengalami atau mengkonsumsinya sendiri bahkan dalam jenis-jenis jasa tertentu. Produk-produk *intangible* diyakini lebih sulit dievaluasi, karenanya bisa menimbulkan tingkat ketidakpastian dan persepsi risiko yang besar. Oleh karena itu untuk menekan ketidakpastian, para pelanggan seringkali memperhatikan simbol, tanda, petunjuk atau bukti fisik kualitas jasa bersangkutan. Mereka

---

<sup>22</sup> Fandi Tjiptono, *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*, (Yogyakarta : Andi Offset, 2012) hlm 28-37

akan menyimpulkan kualitas jasa dari aspek tempat (*place*), orang (*people*), peralatan (*equipment*), bahan dan materi komunikasi (*communication materials*), simbol (*symbols*), dan harga (*price*). Kesimpulannya yang dibuat para pelanggan akan banyak dipengaruhi oleh atribut-atribut yang digunakan perusahaan jasa, baik atribut yang bersifat obyektif dan dapat dikuantitatifkan maupun atribut yang sangat subyektif dan bersifat perseptual.

b. *Heterogeneity/varibely/inconsistency.*

Layanan bersifat sangat variabel atau heterogen karena merupakan *non-standardized output*, artinya bentuk, kualitas, dan jenisnya sangat beraneka ragam, tergantung pada siapa, kapan, dan dimana layanan tersebut dihasilkan. Sebagai contoh, dosen yang mengampu kelas paralel tidak bisa menjamin bahwa kuliahnya sama persis di beberapa kelas paralel bersangkutan. Variabilitas pengalaman dan kualitas layanan seperti ini dikarenakan tiga hal : kerja sama atau partisipasi pelanggan selama penyampaian layanan, moral atau motivasi karyawan dalam melayani pelanggan, serta beban kerja perusahaan. Faktor- faktor ini menghadirkan tantangan tersendiri dalam upaya setiap perusahaan mengembangkan citra merek yang konsisten sepanjang waktu.

Untuk menekan dampak negatif variabilitas kualitas layanan, empat alternatif strategi berikut bisa dipertimbangkan secara cermat :

1) Investasi pada manajemen sumber daya manusia.

Langkah terbaik yang bisa dilakukan adalah berinvestasi pada proses rekrutmen, seleksi, pemotivasian, pelatihan dan pengembangan karyawan, terutama *public contact personnel*.

2) Industrialisasi jasa atau layanan

Upaya ini bisa dilakukan melalui pemanfaatan teknologi (misal menawarkan jasa atau layanan alternative lewat mesin ATM, *vending machines*, *internet*, *call centers*, sms dan sejenisnya).

3) *Service Customization.*

Perusahaan meningkatkan interaksi antara organisasinya dan para pelanggan sedemikian rupa sehingga layanan yang diberikan dapat lebih disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan individual setiap pelanggan.

4) Pemantauan kepuasan pelanggan.

Informasi balikan (*feedback*) dari pelanggan merupakan masukan berharga bagi perusahaan, baik sebagai salah satu indikator kinerja perusahaan maupun sebagai sumber inspirasi pengembangan produk baru.

Pelayanan dan etika pemasaran produk jasa bank harus dilakukan dengan baik dan benar sehingga mendapat simpati dan menarik bagi masyarakat calon nasabah bank yang bersangkutan. Apabila pelayanan dan etika bank dilakukan dengan baik dan benar maka pemasaran produknya diharapkan akan berhasil baik pula.

Pelayanan adalah kegiatan pemberian jasa dari satu pihak kepada pihak lainnya. Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dilakukan secara ramah tamah, adil, cepat, tepat, dan dengan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya.

- 1) Ramah tamah dimaksudkan bahwa pelayanan dilakukan dengan wajah ceria, wajar, dan dengan etika yang baik serta tidak menyinggung perasaan. Misalnya dengan berkata “Apa yang dapat saya bantu”
- 2) Adil artinya pelayanan diberikan berdasarkan urutan antrian.
- 3) Cepat dan tepat dimaksudkan pelayanan yang diberikan tidak bertele-tele dan harus baik dan benar.

- 4) Etika adalah suatu sistem moral perilaku yang berdasarkan peraturan dan norma-norma sosial, budaya dan agama yang berlaku dalam suatu masyarakat.<sup>23</sup>

Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan/hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Pelayanan pelanggan menjadi penting bagi bank dalam upaya memberikan kepuasan kepada nasabah sehingga nasabah tetap percaya pada bank dan meminimumkan nasabah pindah ke bank lain. Pelayanan bermutu hanya bisa dipahami dari sudut pandang nasabah sehingga bank harus merumuskan pelayanan bermutu melalui sudut pandang nasabah tersebut. Begitu juga dengan kehadiran beragam layanan perbankan di Indonesia yang berlomba-lomba memberikan pelayanan bermutu bagi setiap nasabahnya. Untuk kemajuan bank maka perlu mencermati permintaan nasabah terhadap suatu produk atau jasa yang akan ditawarkan, salah satunya yaitu dengan meningkatkan kualitas pelayanan dan memotivasi nasabah untuk dapat memutuskan terhadap suatu produk jasa.<sup>24</sup>

Lovelock dalam Tjiptono (2000: 58) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan merupakan tingkatan kondisi baik buruknya sajian yang diberikan oleh perusahaan jasa dalam rangka memuaskan konsumen dengan cara memberikan atau menyampaikan jasa yang melebihi harapan konsumen. Jadi penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanan merupakan

---

<sup>23</sup> Malayu S.P Hasibuan, *Dasar Dasar Perbankan*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2007) hlm152-153

<sup>24</sup> Tri Astuti dan Rr. Indah Mustikawati, *Pengaryh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung Nasabah*, Jurnal Nominal Vol 2 no 1 Tahun 2013, hlm 185

refleksi persepsi evaluatif terhadap pelayanan yang diterimanya pada waktu tertentu. Menurut Kotler (2002: 83) definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri.

Berdasarkan penjelasan diatas disimpulkan bahwa pelayanan adalah sebuah kata yang dibagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik, dalam rangka menciptakan kepuasan pelanggan.

### 3. Pengertian Motivasi

Istilah motivasi (*motivation*) berasal dari perkataan bahasa latin yaitu “*movere*” yang berarti menggerakkan. Menurut Prof. PF. Drucker dalam (Panji Anoraga, 1998: 38) motivasi berperang sebagai pendorong keamanan dan keinginan seseorang. Dari sinilah motivasi dasar yang mereka usahakan sendiri untuk menggabungkan dirinya dengan organisasi untuk berperan dengan baik..motivasi adalah suatu faktor yang mendorong seseorang untuk melakukan suatu perbuatan atau kegiatan tertentu, oleh karena itu motivasi seringkali diartikan pula sebagai faktor pendorong perilaku seseorang. (Gitosudarmo dan Mulyono, 1996:171). Selanjutnya Anarso (1992:37), mengemukakan bahwa 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. Sedangkan Bernard dan Stainer dalam Bedjo (1989: 243) mendefinisikan motivasi sebagai “*All those striving conditions variously described as wishises, desires, nedds, drives, and the like*” motivasi dapat diartikan sebagai keadaan dan kejiwaan dan sikap mental manusia yang memberikan energy, mendorong

kegiatan atau moves dan mengarah atau menyalurkan perilaku ke arah mencapai kebutuhan yang memberi kepuasan atau mengurangi ketidakseimbangan.<sup>25</sup>

Schiffman dan Kanuk dalam Pandutomo (2010) menyatakan motivasi digambarkan sebagai dorongan dari dalam diri individu seseorang dan memaksa dia untuk berbuat. Dorongan ini dihasilkan oleh tekanan yang timbul akibat dari satu kebutuhan yang tidak terpenuhi. Nitisusastro (2013:44) mengungkapkan dari ketiga pendapat para pakar di atas, ternyata terdapat korelasi antara motivasi dan kebutuhan. Jadi dapat disimpulkan bahwa motivasi menimbulkan dorongan agar kebutuhan seseorang terpenuhi.

Motivasi merupakan kegiatan yang mengakibatkan menyalurkan dan memelihara perilaku manusia. Motivasi ini merupakan subyek yang penting bagi manajer,<sup>26</sup> karena menurut definisi manajer harus berkerja dengan dan melalui orang lain. Bernard Berelson dan Gary A. Steiner dalam Machrony (1854; 109), mendefinisikan motivasi sebagai *all those inner striving conditions variously described as wishes, derises, needs, drives, and the like*. Motivasi dapat diartikan sebagai keadaan kejiwaan dan sikap mental manusia yang memberikan energy mendorong kegiatan (*moves*), dan mengarah atau menyalurkan perilaku ke arah mencapai kebutuhan yang memberikan kepuasan atau mengurangi ketidakseimbangan. Secara singkat di satu pihak secara pasif, motivasi tampak sebagai kebutuhan sekaligus sebagai pendorong yang dapat menggerakkan semua potensi, baik karyawan maupun sumber daya lainnya. Di lain pihak dari segi aktif, motivasi tampak sebagai suatu usaha positif dalam menggerakkan daya dan potensi karyawan agar secara produktif berhasil mencapai tujuan.

---

<sup>25</sup> M. Arifin, *Kepemimpinan dan Motivasi Kerja*, (Yogyakarta : Sukses Offset, 2010), hlm. 27-31

<sup>26</sup> T Hani Handoko, *Manajemen*, (Yogyakarta : BPFE, 2001) hlm 251

Berdasarkan pandangan di atas, motivasi dapat dirumuskan sebagai berikut :<sup>27</sup>

- a. Setiap perusahaan atau kehendak dan keinginan yang sangat mempengaruhi kemauan individu sehingga individu tersebut didorong untuk berperilaku dan bertindak.
- b. Pengaruh kekuatan yang menimbulkan perilaku individu.
- c. Setiap tindakan atau kejadian yang menyebabkan berubahnya perilaku seseorang.
- d. Proses yang menentukan gerakan atau perilaku individu kepada tujuan (goal)

Motivasi seseorang akan ditentukan oleh stimulusnya. Stimulus yang dimaksud merupakan mesin penggerak motivasi seseorang sehingga menimbulkan pengaruh perilaku orang yang bersangkutan. Motivasi seseorang menurut sagir (1985 : 97-99) biasanya meliputi hal-hal berikut :

- a. Kinerja (*Achievement*)

Seseorang yang memiliki keinginan berprestasi sebagai suatu kebutuhan (*needs*) dapat mendorong mencapai sasaran. David MC Cleland menyatakan bahwa tingkat *needs of Achievement (n-Ach)* yang telah menjadi naluri kedua (*second nature*), merupakan kunci keberhasilan seseorang. N-Ach biasanya juga dikaitkan dengan sikap positif, keberanian mengambil risiko yang diperhitungkan (*bukan gambling, calculated risk*) mencapai suatu sasaran yang telah ditentukan.

- b. Penghargaan (*Recognition*)

Penghargaan merupakan (*Recognition*) atas suatu kinerja yang telah dicapai oleh seseorang merupakan stimulus yang kuat pengakuan atas suatu kinerja akan memberikan kepuasan batin yang lebih tinggi daripada penghargaan dalam bentuk materi atau hadiah.

---

<sup>27</sup> Siswanto, *Pengantar Manajemen*, (Jakarta : PT Bumi Aksara, 2015) hlm 119

c. Tantangan (*Challenge*)

Adanya tantangan yang dihadapi merupakan stimulus kuat bagi manusia untuk mengatasinya. Sasaran yang tidak menantang atau dengan mudah dapat dicapai biasanya tidak mampu menjadi stimulus, bahkan cenderung menjadi kegiatan rutin. Tantangan demi tantangan biasanya akan menumbuhkan kegairahan untuk mengatasinya.

d. Tanggung jawab (*Responsibility*)

Adanya rasa ikut serta memiliki (*sense of belonging*) atau *rumoso handarbeni* akan menimbulkan motivasi untuk turut merasa bertanggung jawab.

e. Pengembangan (*Development*)

Pengembangan kemampuan seseorang, baik dari pengalaman kerja atau kesempatan untuk maju, dapat menjadi stimulus kuat bagi karyawan untuk bekerja lebih giat atau lebih bergairah.

4. Pengertian Tabungan

Tabungan menurut Undang-Undang Nomor 10 tahun 1998 tentang perbankan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak ditarik dengan cek, bilyet giro, dan atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.<sup>28</sup>

a. Ketentuan dan Persyaratan Tabungan

1) Pembukaan Tabungan

Pembukaan tabungan merupakan awal nasabah akan menjadi nasabah tabungan. Sebelum pembukaan tabungan dilaksanakan, bank syariah akan memberikan formulir isian yang harus dilengkapi oleh calon nasabah. Secara garis besar bentuk formulir pembukaan tabungan sama setiap bank syariah, perbedaannya hanya terletak pada tampilan formulir masing-masing bank.

---

<sup>28</sup> Rizal Yaya Dkk, *Akuntansi Perbankan Syariah Teori Dan Praktik Kontemporer*, (Jakarta : Salemba Empat, 2014) Ed 2 Hlm.94

## 2) Jumlah Setoran Minimal

Setiap bank syariah akan mensyaratkan adanya ketentuan tentang setoran minimal pada saat awal pembukaan. Jumlah setoran pertama besarnya tergantung pada masing-masing bank syariah. Beberapa bank syariah mensyaratkan setoran pertama sebesar Rp.5.000,-. Bank syariah juga membuat ketentuan tentang setoran minimal untuk setoran berikutnya, misalnya minimal setoran sebesar Rp.10.000,-.

## 3) Jumlah Penarikan

Penarikan tabungan merupakan pengambilan dana yang dilakukan oleh nasabah tabungan. Bank syariah memiliki kebijakan yang berbeda tentang penarikan dana dari rekening tabungan, baik dilihat dari segi jumlah penarikan maupun frekuensi penarikan dalam sehari. Jumlah penarikan secara berlangsung, yaitu nasabah datang membawa buku tabungan, biasanya tidak dibatasi oleh bank. Penarikan yang dengan nominal besar, meskipun tidak dibatasi, akan tetapi nasabah perlu memberitahukan sebelumnya. Persediaan uang di bank jumlahnya terbatas, sehingga penarikan dengan jumlah besar perlu memberitahukan terlebih dahulu kepada bank.

## 4) Saldo Tabungan

Setiap bank syariah menentukan kebijakan tentang saldo minimal tabungan. Besarnya saldo minimal tabungan tergantung pada bank syariah masing-masing. Kebijakan tentang saldo minimal tabungan diperlakukan untuk membayar administrasi atas penutupan rekening tabungan apabila nasabah ingin menutupnya.

## 5) Bonus Tabungan

Sebagai balas jasa yang diberikan oleh bank syariah kepada nasabah pemegang rekening tabungan, bank syariah memberikan balas jasa berupa bonus. Penentuan besarnya bonus tabungan dan cara perhitungannya tergantung masing-masing bank syariah. Perhitungan bonus tabungan sama halnya dengan perhitungan

bonus untuk giro.<sup>36</sup> Namun pada umumnya bank syariah memberikan bonus untuk tabungan lebih tinggi dibandingkan dengan bonus untuk giro. Hal ini disebabkan karena stabilitas dana giro lebih labil dibanding dengan tabungan, sehingga bonusnya lebih kecil. Bonus tabungan, meskipun dapat ditarik di mesin ATM bank lain, atau ATM bersama, namun jumlah penarikannya dibatasi. Bonus tabungan tidak diperjanjikan sebelumnya, akan tetapi tergantung pada kinerja bank syariah. Pemberian bonus kepada nasabah tabungan diakui sebagai beban pada saat terjadinya.

b. Penutupan Tabungan

1) Penutupan Tabungan Atas Permintaan Nasabah

Nasabah tidak ingin meneruskan menjadi nasabah tabungan di bank syariah, sehingga menutup rekening tabungannya.

2) Penutupan Tabungan Karena Tidak Aktif

Mutasi tabungan nasabah tidak aktif, artinya tidak ada mutasi tabungan dan saldo tabungan telah berada di bawah ketentuan saldo minimal. Dalam hal saldo tabungan nasabah berada dibawah saldo minimal yang ditentukan oleh bank syariah dan lebih dari tiga bulan, bank syariah akan menutup rekening tabungan.<sup>29</sup>

## B. Kajian Pustaka

Berikut adalah penelitian terdahulu yang menjadi referensi dalam penulisan skripsi

1. Skripsi Ulfatul Hidayah yang berjudul Analisis Penerapan Sistem Jemput Bola Pemberian Santunan Muawwanah dan Asuransi Pembiayaan pada BMT Usaha Gabungan Terpadu Sidogiri cabang Blitar. Dalam skripsi ini fokus penelitiannya membahas masalah analisis sistem jemput bola yang

---

<sup>29</sup> Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta : Kencana Prenadamedia Group, 2014) Hlm 74-81.

digunakan oleh BMT Usaha Gabungan Terpadu Sidogiri dalam pemberian santunan muawwanah dan asuransi pembiayaan. Peneliti berkesimpulan bahwa analisis penerapan yang dilakukan oleh BMT UGT Sidogiri Sistem jemput bola merupakan ciri khas pelayanan yang diberikan oleh pihak BMT UGT Sidogiri dengan mendatangi nasabah atau calon nasabah dari rumah ke rumah untuk lebih memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi dan sangat berpengaruh terhadap keberhasilan BMT UGT Sidogiri. sedangkan untuk santunan muawwanah dan asuransi pembiayaan merupakan dana santunan untuk berjaga jaga jika suatu hari nanti terjadi hal-hal yang tidak terduga yang menimpa nasabahnya.<sup>30</sup>

2. Skripsi Novija Kurniawati yang berjudul Strategi Meningkatkan Nasabah pada BMT Usaha Mulya Pondok Indah. Dalam skripsinya peneliti membahas tentang strategi meningkatkan nasabah pada BMT Usaha Mulya pondok indah. Peneliti mengungkapkan bahwa Lembaga keuangan seperti BMT memerlukan adanya suatu strategi dari produk-produk yang ditawarkan kepada nasabah, hal ini untuk meningkatkan nasabah untuk menyimpan dana nya ataupun melakukan suatu bentuk pinjaman terhadap BMT. Tahapan-tahapan yang dilakukan oleh BMT Usaha Mulya yaitu analisis swot, perumusan strategi, implementasi dan evaluasi.<sup>31</sup>
3. Jurnal Hendri Triandini yang berjudul Pengaruh Layanan Jemput Bola Produk Funding terhadap DPK dan Jumlah Nasabah studi pada BPRS Artha Karimah Irsyadi. Penelitian ini Penelitian teknik analisis regresi *dummy variable* dengan menggunakan uji asumsi klasik dan uji hipotesis. Dalam jurnal tersebut peneliti membahas pengaruh dari layanan jemput bola terhadap peningkatan jumlah DPK dan jumlah nasabah produk funding. Peneliti mengungkapkan bahwa peneliti mengungkapkan bahwa secara persial layanan jemput bola tidak memiliki pengaruh yang

---

<sup>30</sup> Ulfatul Hidayah, *Analisis Penerapan Sistem Jemput Bola Pemberian Santunan Muawwanah dan Asuransi Pembiayaan pada BMT Usaha Gabungan Terpadu Sidogiri cabang Blitar*, (Skripsi, IAIN Tulungagung, 2015)

<sup>31</sup> Novija Kurniawati, *Strategi Meningkatkan Nasabah pada BMT Usaha Mulya Pondok Indah*, (Skripsi, Universitas Syarif Hidayatullah, 2014)

signifikan terhadap DPK dan jumlah nasabah karena ruang lingkup BPRS Artha Isyadi terbatas, yang artinya belum memiliki cabang ataupun kantor kas. Dan juga metode promosi yang kurang efektif.<sup>32</sup>

4. Jurnal Umi Masta Andini yang berjudul Pengaruh Biaya Administrasi, Bonus Lebaran, dan Layanan Jemput Bola Terhadap Minat nasabah memilih produk *si fitri* pada BMT Harapan Ummat Sidoarjo. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif, hasil dari penelitian tersebut menjelaskan bahwa secara persial, hasil uji variabel biaya administrasi secara sidnifikan terhadap peningkatan minat nasabah memiliki produk *si fitri*, sedangkan secara simultan layanan jemput bola berpengaruh signifikan terhadap Variabel terikat minat nasabah. Hal ini didasarkan pada ketiga faktor ini yang saling ,endukung untuk dapat menarik minat nasabah dalam memilih produk *si fitri* pada BMT Harapan Ummat Sidoarjo.<sup>33</sup>
5. Jurnal Pareng Rejeki yang berjudul Evaluasi Sistem Pelayanan Tabungan Jemput Bola pada Kantor Kas PT. BPR Cita Dewi. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan deskriptif-kualiatatif, hasil dari penelitian ini bahwa Sistem Pelayanan Tabungan Jemput Bola pada Kantor Kas PT. BPR Cita Dewi.sudah cukup baik terbukti dengan adanya pemisahan fungsi yang tegas, meskipun au juga dokumen yang digunakan ada juga yang masih merangkap dengan fungsi lain. Selain itu juga dokumen yang digunakan sudah memadai terbukti dengan slip-slip yang digunakan juga sudah dibuat rangkap.<sup>34</sup>
6. Jurnal Sisca Damayanti yang berjudul Pengaruh Pandangan Islam, Pelayanan dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang X. dalam penelitian ini peneliti

---

<sup>32</sup> Hendri Triandini, *Pengaruh Layanan Jemput Bola Produk Funding terhadap DPK dan jumlah nasabah studi pada BPRS Artha Karimah Irsyadi* (jurnal : Etikonomi Vol. 12 No 2, 2013) hlm.3

<sup>33</sup> Umi Masta Andini, *Pengaruh Biaya Administrasi, Bonus Lebaran, dan Layanan Jemput Bola Terhadap Minat nasabah memilih produk si fitri pada BMT Harapan Ummat Sidoarjo*, (Jurnal : UIN Sunan Ampel Surabaya, 2018), hlm 77

<sup>34</sup> Pareng Rejeki, *Evaluasi Sistem Pelayanan Tabungan Jemput Bola pada Kantor Kas PT. BPR Cita Dewi* (Jurnal : Universitas Sebelas Maret, 2010 ) hlm 31

menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan teknik pengambilan sample secara simple random sampling. Hasil dari penelitian tersebut yaitu ketiga variabel independen yang ada memiliki pengaruh positif terhadap minat nasabah untuk menabung. Namun dalam variabel pandangan islam tidak terjadi hubungan yang signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa variabel keamanan dan pelayanan lebih berpengaruh terhadap minat nasabah dalam memutuskan menabung di Bank Syariah Mandiri.<sup>35</sup>

**Tabel 1.2**  
**Persamaan dan Perbedaan dengan Penelitian Terdahulu**

No	Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Skripsi Ulfatul Hidayati, 2015, IAIN Tulungagung yang berjudul Analisis Penerapan Sistem Jemput Bola Pemberian Santunan Muawwanah dan Asuransi Pembiayaan Pada BMT Usaha Gabungan Terpadu Sidogiri Cabang Blitar	- Sama-sama membahas tentang sistem layanan jemput bola	- Lokasi penelitian berbeda, - Variabel independen penelitian sebelumnya yaitu analisis penerapan sistem jemput bola sedangkan variabel independen penelitian penulis yaitu Strategi layanan sistem jemput bola
2.	Skripsi Novija Kurniawati, 2014, Universitas Syarif Hidayatullah Jakarta yang berjudul Strategi Meningkatkan Nasabah pada BMT Usaha Mulya Pondok Indah	- Dalam penelitian sebelumnya sama membahas tentang strategi yang bertujuan untuk meningkatkan nasabah	- Lokasi penelitian berbeda - Dalam penelitian sebelumnya tidak difokuskan tentang strategi apa yang dilakukan sedangkan dalam penelitian saya memfokuskan pada strategi layanan jemput bola.
3.	Jurnal Hendri Triandini yang berjudul pengaruh	Sama-sama membahas layanan jemput bola	- Lokasi penelitian berbeda, dan pada penelitian sebelumnya

<sup>35</sup> Sisca Damayanti, *Pengaruh Pandangan Islam, Pelayanan dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang X* (Jurnal : Manajemen dan Pemasaran Jasa, 2016) hlm 15

	layanan jemput bola produk funding terhadap DPK dan jumlah nasabah studi pada BPRS Artha Karimah Irsyadi.		titik fokus penelitiannya yaitu produk funding .
4.	Jurnal Umi Masta Andini yang berjudul Pengaruh Biaya Administrasi, Bonus Lebaran, dan Layanan Jemput Bola Terhadap Minat nasabah memilih produk si fitri pada BMT Harapan Ummat Sidoarjo	Sama sama membahas mengenai layanan sistem jemput bola	- Lokasi penelitian berbeda, variabel independen pada penelitian sebelumnya yaitu Pengaruh Biaya Administrasi, Bonus Lebaran, dan Layanan Jemput Bola, sedangkan pada penelitian penulis variabel independen nya yaitu strtaegi layanan sistem jemput bola
5.	Jurnal Pareng Rejeki yang berjudul Evaluasi Sistem Pelayanan Tabungan Jemput Bola pada Kantor Kas PT. BPR Cita Dewi.	Sama-sama membahas mengenai tabungan yang menggunakan layanan jemput bola	- Lokasi penelitian berbeda, fokus penelitian sebelumnya yaitu evaluasi sistem layanan jemput bola, sedangkan penelitian penulis yaitu strategi layanan sistem jemput bola dalam meningkatkan motivasi menabung.
6.	Jurnal Sisca Damayanti yang berjudul Pengaruh Pandangan Islam, Pelayanan dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang X.	Sama-sama membahas mengenai pelayanan yang dilakukan untuk meningkatkan jumlah nasabah	- Lokasi penelitian berebda, fokus pembahasan pada penelitian sebelumnya yaitu pandanagn islam mengenai peayanan dan keamanan trehdap minat nasabah menabung. Sedangkan pada penelitian penulis yaitu strategi layanan sistem jemput bola untuk meningkatkan motivasi menabung anggota.

### C. Landasan Teologis

Konsep islam mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik ini berupa barang atau jasa tidak boleh memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, tetapi harus memberikan pelayanan yang berkualitas kepada orang lain. Hal ini tampak dalam Al-Quran surat Ali Imran ayat 159 dan Al-Baqarah ayat 267 yang menyatakan bahwa :

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ<sup>ط</sup> وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ<sup>ط</sup> وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ<sup>ط</sup> وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ<sup>ط</sup> فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ<sup>ج</sup> إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

Artinya : *“Maka disebabkan rahmat dari Allah lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka, sekiranya kamu dari bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri sekelilingmu.”* (Qs. Ali Imran: 159)

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنفُقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ<sup>ج</sup> وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ ﴿٢٦٧﴾

Artinya : *“Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, Padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji”* (Q.S Al Baqarah:267)

Adapun Hadist yang menjelaskan tentang pelayanan pada pelanggan yang memang diinginkan oleh para pelanggannya. Nabi Muhammad SAW

memberikan pelayanan terbaik, meskipun kadangkala pelanggannya berbuat kasar.<sup>36</sup>

Dari Abu Huraira RA berkata :

*Seorang laki-laki datang kepada Nabi SAW, menagih piutangnya. Dan, orang itu menagih dengan sikap kasar. Karena itu, timbulah para sahabat hendak memukul orang itu.*

Kemudian Rasulullah Bersabda :

*Biarkanlah dia ! dia berhak untuk menagih. Berikanlah kepadanya unta yang sebanding dengan untanya ? berikanlah kepadanya ! sesungguhnya orang yang paling baik diantaramu, ialah yang paling baik pembayarannya. (Bukhari)*

Islam juga mengajarkan bahwa setiap manusia dituntun untuk berlaku lemah lembut agar orang lain merasakan kenyamanan apalagi dalam pelayanan yang mana konsumen banyak pilihan, bila pelaku bisnis tidak mampu memberikan rasa aman dengan kelemah lembutannya maka konsumen akan berpindah ke perusahaan lain. Pelaku bisnis dalam memberikan pelayanan harus menghilangkan jauh-jauh sikap keras hati dan harus memiliki sifat pemaaf kepada pelanggan agar pelanggan terhindar dari rasa takut, tidak percaya, dan perasaan adanya bahaya dari pelayanan yang diterima.

IAIN PURWOKERTO

---

<sup>36</sup> M Suyanto , *Muhammad Business Strategy & Ethics Etika Dan Strategi Bisnis Nabi Muhammad SAW*, (Yogyakarta: Cv Andi Offset, 2008) Hlm. 263-266

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian Pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.<sup>37</sup> Sebagai ilmu yang mempelajari metode-metode untuk melakukan penelitian, maka yang menjadi ruang lingkup pembahasan untuk penelitian ini akan digunakan beberapa metode, yaitu metode penelitian, metode pengumpulan data sampai pada metode analisis data.

#### **A. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang dilakukan di lapangan atau di lokasi penelitian yang telah dipilih untuk menyelidiki gejala objektif yang terjadi.<sup>38</sup> pendekatan penelitian ini menggunakan metode deskriptif-kualitatif yaitu metode penelitian untuk menggambarkan, meringkas berbagai fenomena sosial yang ada di masyarakat, dan berupaya menarik realitas sosial itu ke permukaan sebagai suatu ciri, karakter, sifat, model, tanda, atau gambaran fenomena tertentu.<sup>39</sup> Dengan menggunakan analisis deskriptif yaitu analisis yang bertujuan untuk memberikan deskripsi mengenai subjek penelitian berdasarkan data dari variabel yang diperoleh dari kelompok subjek yang diteliti dan tidak dimaksudkan untuk pengujian hipotesis.<sup>40</sup> Penggunaan metode ini bertujuan untuk mendeskripsikan secara mendalam suatu permasalahan di objek KSU BMT Dana Mentari Muhammadiyah KC Karanglewas Purwokerto.

---

<sup>37</sup> Sugiyono *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta CV, 2016), hlm, 2

<sup>38</sup> Abdurrahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), hlm. 96

<sup>39</sup> Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya*, Cetakan ketiga (Jakarta: Kencana, 2009), hlm. 68

<sup>40</sup> Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian.....*hlm.126.

## **B. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Lokasi yang digunakan untuk penulis adalah KSU BMT Dana Mentari Muhammadiyah KC Karanglewas Purwokerto, penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai upaya untuk memahami tentang layanan sistem jemput bola dalam meningkatkan motivasi menabung anggota. Disisi lain pertimbangan mengapa lokasi ini dipilih sebagai lokasi penelitian karena BMT Dana Mentari Muhammadiyah Purwokerto sudah lama berdiri selama 23 tahun. Saat ini, BMT Dana Mentari Muhammadiyah berkantor pusat di Jl. Kaptan Patimura No 392 Telp/Fax. (0281) 6575200 Karanglewas dan telah memiliki 6 (enam) kantor cabang didaerah Pasar Pon, Karanglewas, Karangwangkal, Cilongok, Kembaran dan Sokaraja. Sedangkan waktu penelitian pada bulan Februari-September 2019

Pemilihan lokasi berdasarkan pertimbangan sebagai berikut:

1. Dekat dengan pasar

Lokasi BMT Dana Mentari Muhammadiyah Purwokerto dengan pasar sehingga banyak para pedagang yang banyak melakukan layanan sistem jemput bola termasuk juga dekat dengan pasar karanglewas.

2. Dekat dengan perumahan penduduk

Lokasi BMT Dana Mentari Muhammadiyah Purwokerto dekat dengan rumah penduduk sehingga memungkinkan penduduk untuk menggunakan jasa BMT Dana Mentari Muhammadiyah Purwokerto.

3. Mudah dijangkau

Lokasi BMT Dana Mentari Muhammadiyah Purwokerto bisa dilalui oleh transportasi apapun karena dekat dengan jalan raya sehingga memudahkan anggota BMT untuk menjangkau lokasi BMT Dana Mentari Muhammadiyah Purwokerto

4. Masyarakat setempat

Masyarakat disekitar lokasi BMT Dana Mentari Muhammadiyah Purwokerto banyak yang member dukungan berdirinya BMT tersebut.

### C. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian merupakan sesuatu yang melekat pada variabel penelitian dan yang menjadi sentral permasalahan,<sup>41</sup> yaitu KSU BMT Dana Mentari Muhammadiyah KC Karanglewas Purwokerto. Sedangkan objek penelitian ini adalah strategi layanan sistem jemput bola dalam meningkatkan motivasi menabung anggota

### D. Sumber Data

#### 1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian dengan menggunakan alat pengambilan data langsung pada subjek sebagai sumber informasi yang dicari.<sup>42</sup> Dalam hal ini data yang diperoleh bersumber dari ibu Indiyani Nur Chasanah (sebagai Manajer Marketing), bapak Wahyu Yulianto (sebagai Marketing), dan beberapa anggota yang menabung di KSU BMT Dana Mentari Muhammadiyah KC Karanglewas Purwokerto. Mengenai strategi layanan sistem jemput bola dalam meningkatkan motivasi menabung anggota.

#### 2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari pihak lain, tidak langsung diperoleh penulis dari subjek penelitiannya.<sup>43</sup> Data sekunder yang digunakan adalah data yang bersumber dari buku-buku, jurnal, karya ilmiah, internet dan data lain yang mendukung mengenai strategi layanan sistem jemput bola dalam meningkatkan motivasi menabung anggota.

### E. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah cara-cara yang dapat digunakan oleh penulis untuk mengumpulkan data.<sup>44</sup> Adapun metode pengumpulan data yang penulis gunakan dalam penelitian ini yaitu:

---

<sup>41</sup> Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian* (Jakarta: Rineka Cipta, 2005), hlm. 88.

<sup>42</sup> Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998), hlm. 91

<sup>43</sup> *Ibid.*

<sup>44</sup> *Ibid.*, hlm, 100

## 1. Observasi

Yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui suatu pengamatan, dengan disertai pencatatan-pencatatan terhadap keadaan atau objek sasaran.<sup>45</sup> Observasi ini menggunakan observasi berperan serta (*participant observation*) dimana peneliti terlibat dengan kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian. Sambil melakukan pengamatan, peneliti ikut melakukan apa yang dikerjakan oleh sumber data, dan ikut merasakan suka dukanya. Dalam hal ini peneliti mendatangi kantor KSU BMT Dana Mentari Muhammadiyah Purwokerto dan juga ikut marketing terjun langsung ke lapangan seperti di pasar Karanglewas.

## 2. Wawancara

Metode wawancara adalah metode pengumpulan data dengan jalan tanya jawab sepihak yang dilakukan secara sistematis dan berlandaskan dengan tujuan penyelidikan.<sup>46</sup> Dalam melakukan wawancara peneliti berusaha mendapatkan informasi awal tentang berbagai isu atau permasalahan yang ada pada obyek, sehingga peneliti dapat menentukan secara pasti permasalahan atau variabel apa yang akan diteliti. Oleh karena itu jenis wawancara yang digunakan oleh peneliti yaitu wawancara tidak terstruktur dimana wawancara ini merupakan jenis wawancara yang bebas peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Wawancara ini ditunjukkan kepada :

- a. Ibu Indiyani Nur Chasanah sebagai Manajer Marketing KSU BMT Dana Mentari Muhammadiyah Purwokerto
- b. Bapak Wahyu Yulianto sebagai Manrketing KSU BMT Dana Mentari Muhammadiyah KC Karanglewas Purwokerto
- c. Beberapa Anggota yang menabung di KSU BMT Dana Mentari Muhammadiyah KC Karanglewas Purwokerto

---

<sup>45</sup> Abdurrahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*, hlm.104.

<sup>46</sup> Sutrisno Hadi, *Metodologi Research II* (Yogyakarta: Andi Offset, 2002), hlm. 136

### 3. Metode Dokumentasi

Yaitu teknik pengumpulan data yang diperoleh melalui dokumen dokumen.<sup>47</sup> Dokumen tersebut dapat berbentuk data, gambar, atau produk yang ditawarkan.<sup>48</sup> Metode dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk menelusuri data historis. Dokumentasi adalah informasi yang yang disimpan dan di dokumentasikan sebagai bahan dokumentasi.<sup>49</sup> Pada penelitian ini dokumentasi yang digunakan adalah keadaan mengenai layanan sisten jemput untuk memotivasi menabung anggota.

## F. Teknik Analisis Data

Analisis data kualitatif adalah bersifat iinduktif, yaitu suatu analisis berdasarkan data yang diperoleh, selanjutny dikembangkan menjadi hipotesis selanjutnya dicarikan data lagi secara berulang-ulang sehingga dapat disimpulkan apakah hipotesis tersebut diterima atau ditolak berdasarkan data yang terkumpul.

Menurut miles dan huberman (1984), mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Analisis data nya ada tiga yaitu data *reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing/verification*. Oleh karena itu analisis data ada tiga proses yaitu :<sup>50</sup>

#### 1. Reduksi data

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah

---

<sup>47</sup>Husaini Usman dan Purnomo Setiady Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial* (Jakarta: Bumi Aksara, 2006) hlm, 73.

<sup>48</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm. 240

<sup>49</sup> Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Kencana, 2009), hlm. 121-123.

<sup>50</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D....* Hlm. 243

peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan. Reduksi data merupakan proses belajar sensitif yang memerlukan kecerdasan dan keluasan dan kedalaman wawasan yang tinggi.<sup>51</sup>

Data yang direduksi dalam penelitian ini berupa data-data hasil wawancara dengan narasumber yang menjadi subjek penelitian di KSU BMT Dana Mentari Muhammadiyah KC Karanglewas Purwokerto yang berkaitan dengan penelitian ini. Adapun tahapan awal yang dilakukan peneliti dalam mereduksi data hasil wawancara adalah mencatat jawaban narasumber pada saat wawancara dengan pedoman wawancara yang sudah dicatat penulis kemudian dari catatan hasil wawancara, penulisi pilih manan yang berkaitan dengan sasaran pada penelitian ini. Setelah itu, peneliti meringkas data yang telah dipilih menjadi ringkasan singkat yang berisi ulasan hasil wawancara. Kemudian ringkasan singkat tersebut peneliti sajikan dalam penyajian data. Dalam langkah analisis data ini, penulis memfokuskan pada strategi layanan sistem jemput bola dalam meningkatkan motivasi menabung anggota pada KSU BMT Dana Mentari Muhammadiyah Purwokerto.

## 2. Penyajian data

Dalam penelitian kualitatif penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart*, dan sejenisnya. Menurut Miles dan Huberman menyatakan yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Dengan penyajian data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.<sup>52</sup>

Dalam penelitian ini menggunakan teks naratif, karena lebih mudah memahami apa yang telah terjadi. Dengan adanya penyajian data penulis dapat merencanakan kerja selanjutnya. Langkah kedua dalam

---

<sup>51</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*,.....Hlm.247

<sup>52</sup> *Ibid* hlm 249

analisis data ini, penulis mendeskripsikan tentang pelaksanaan strategi layanan sistem jemput bola dalam meningkatkan motivasi anggota pada KSU BMT Dana Mentari Muhammadiyah KC Karanglewas Purwokerto, yang dimulai dari strategi yang dilakukan oleh marketing pada layanan sistem jemput bola dalam meningkatkan motivasi menabung anggota, dan pelayanan yang dilakukan oleh marketing kepada anggota

### 3. *Conculusion Drawing/* Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan hasil penelitian yang menjawab fokus penelitian berdasarkan hasil analisis data. Simpulan disajikan dalam bentuk deskriptif objek penelitian dengan berpedoman pada kajian penelitian. Berdasarkan analisis model, kegiatan pengumpulan data, reduksi data, paparan data, dan penarikan kesimpulan merupakan proses siklus interaktif. Reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan menjadi gambaran keberhasilan secara berurutan sebagai rangkaian kegiatan analisis yang saling menyusun.<sup>53</sup>

Setelah data direduksi dan didisplaykan, maka selanjutnya penulis mengambil kesimpulan berdasarkan data yang ada, guna menjawab rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini, yakni “Bagaimana strategi layanan sistem jemput bola dalam meningkatkan motivasi menabung anggota pada KSU BMT Dana Mentari Muhammadiyah KC Karanglewas Purwokerto”.

### G. Uji Keabsahan Data

Menurut Moleong, metode triangulasi merupakan membandingkan dan mengecek baik derajat kepercayaan suatu informasi yang di peroleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif.<sup>54</sup> Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi teknik maupun triangulasi sumber.

---

<sup>53</sup> Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif Teori Dan Praktik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), Hlm. 212.

<sup>54</sup> Wahyu Puhantara, *Metode Penelitian Kualitatif untuk Bisnis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), hlm, 102

Triangulasi teknik yaitu teknik untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber data yang sama dengan teknik yang berbeda. Sedangkan triangulasi sumber yaitu teknik untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber.<sup>55</sup>

Dari penjelasan diatas, setelah peneliti memperoleh data-data yang dibutuhkan, maka tahap selanjutnya yaitu peneliti menganalisis data-data yang ada. Dari data-data yang dianalisis tersebut, akan menghasilkan suatu fakta-fakta yang dapat disimpulkan. Sehingga dapat diketahui strategi layanan sistem jemput bola dalam meningkatkan motivasi menabung anggota pada KSU BMT Dana Mentari Muhammadiyah Purwokerto

Peneliti melakukan uji keabsahan data ini dimulai dari mengumpulkan data baik dengan cara wawancara, observasi, dokumentasi, atau melihat langsung ke lapangan. Kemudian peneliti melakukan reduksi data dimana dari hasil wawancara dan pencarian data tersebut kemudian dirangkum menjadi pokok-pokok penting saja dan pada akhirnya menjadi sebuah fakta sehingga dapat ditarik sebuah kesimpulan.

IAIN PURWOKERTO

---

<sup>55</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D...*, hlm, 274

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum BMT Dana Mentari Muhammadiyah Purwokerto**

##### **1. Sejarah BMT Dana Mentari Muhammadiyah Purwokerto**

Tahun 1995 adalah tahun bermunculnya BMT-BMT di Indonesia. Salah satu diantara ratusan BMT yang berdiri adalah BMT yang terbentuk dari sekumpulan muda Muhammadiyah yang bekerja sama dengan YBMM (Yayasan Baitul Maal Muhammadiyah). Diantara nama-nama muda itu ialah: Achmad Sobirin, M. Sutopo Aji, Waryoto, Khomsahtun, Sudiro Husodo dan Nanang Yulianto. Sudiro Husodo melakukan negosiasi ke Pimpinan Cabang Muhammadiyah Purwokerto Barat, selaku tuan rumah yang nantinya akan ditempatkan dengan kantor, serta aturan/prosedur dari YBMM bahwa BMT harus dibawah naungan PCM, sementara Sobirin dan Khomsahtun melaksanakan tugas magang ke BMT Khairu Ummah Leuwiliang Bogor atas rekomendasi dari YBMM Pusat. Setelah melakukan magang dan mendapatkan Surat Keputusan dari YBMM tentang pengesahan BMT Dana Mentari dibawah binaan YBMM tersebut, kemudian sepakat melakukan jadwal peresmian dan disepakati akan dilaksanakan pada hari ahad, 01 Oktober 1995. Beberapa persiapan administrasi dilaksanakan oleh M. Sutopo Aji diantaranya mengundang unsur-unsur PCM, PDM, dan menembus maka dilaksanakanlah Acara Peresmian/*Grand Opening* BMT Dana Mentari PCM Purwokerto Barat yang waktu itu secara simbolis diresmikan oleh ketua PDM Banyumas.

Adapun hasil dari keputusan YBMM yang tertuang dalam surat pengesahan dan lampiran berupa susunan pengurus dan tercatat sebagai berikut:

- a. Pembina:  
Yayasan Baitul Maal Muhammadiyah Jakarta
- b. Penanggungjawab:  
PCM Purwokerto Barat

## c. Badan Pengawas

- 1) Ketua : H. Gunawan
- 2) Anggota : Saechun Saeradji

## d. Badan Pengurus

- 1) Ketua : Achmad Sobirin
- 2) Wakil Ketua : Sutopo Aji
- 3) Sekretaris : Maryoto, SE
- 4) Bendahara : Khomsahtun
- 5) Pemasaran
  - a) Nanang Yullianto
  - b) Sudiro Husodo

Di dalam SK tersebut tertulis masa untuk 2 tahun dan tanggal berakhir 25 September 1997, dan bisa diangkat kembali, atau disesuaikan dengan Anggaran Dasar BMT Dana Mentari.<sup>56</sup>

Setelah adanya *launching* peresmian, kami berenam sepakat untuk membuka kantor operasional, dan waktu itu menyewa ruang tamu Bapak KH. Syamsuri Ridwan yang pada saat itu sedang menjabat sebagai ketua MUI Kabupaten Banyumas. Dalam perjalanan pembukaan kantor operasional ada satu kendala yang menyebabkan mundurnya Achmad Sobirin dan Waryoto meninggalkan BMT Dana Mentari dalam umur waktu 1 minggu. Setelah mundurnya Achmad Sobirin dan Waryoto tinggal 4 orang pengurus dan dari keempat itu sepakat untuk menjadikan Sutopo Aji sebagai ketua karena beliau yang menduduki sebagai wakilnya. Kantor operasional tetap berjalan dan buka dengan pembagian tugas, Sutopo Aji, Sudiro Husodo dan Nanang yang bertugas diluar, sedangkan Khomsahtun yang mengelola di dalam. Seiring perjalananpun Sudiro Husodo dan Nanang meninggalkan BMT Dana Mentari dalam kondisi yang masih seumur jagung. Dengan inisiatif Sutopo Aji dan Khomsahtun BMT menambah pengurus atau karyawan dan masuklah Rachmat Sofyan pada

---

<sup>56</sup><http://danamentaripurwokerto.blogspot.co.id/bmt-dana-mentari-muhammadiyah-purwokerto.html>, diakses tanggal 08 Agustus 2019 pukul 16.15.

bulan November 1995 dan Indiyani Nurchasanah pada bulan Desember 1995, serta Suyatman bulan Maret 1996. Dengan penambahan karyawan tersebut operasional tetap berjalan bertatih-tatih dengan keterbatasan kemampuan keuangan dan ketrampilan pengurusnya. Namun karena didorong adanya semangat perjuangan dan rasa pertanggungjawab pengurus terus bergerak untuk mengemban amanah tersebut. Pada bulan Mei 1997 menambah lagi satu karyawan Bapak Paryanti. Dalam perjalanan itu perjuangan mendapat dukungan dan pembinaan Dompot Dhuafa Replubika yang waktu itu merangkul BMT Dana Mentari dengan mengajak kerjasama dalam hal Tebar Hewan Kurban dan pelatihan-pelatihan training bagi Manajer dan Karyawan. Setelah berjalan hampir 2 tahun kemudian membuat Badan Hukum/Legalitas Usaha yang pada saat itu ada beberapa alternatif yaitu PT, CV atau Koperasi. Dan dari ke 3 bentuk alternatif termudah adalah Koperasi. Kemudian bergerak untuk mengurus legalitas melalui Dinas Koperasi dan resmi terbentuk Koperasi dengan nama KSU (Koperasi Serba Usaha Dana Mentari) dengan SK dari Kemenkop sebagai berikut:

No. : 13246/BH/KWK.11/IX/1997

Tanggal : 15 September 1997

Pengurus di Anggaran Dasar sebagai berikut:

- a. Ketua : M. Sutopo Aji
- b. Wakil Ketua : Drs. Zaenuri Ahmad
- c. Sekretaris : Indiyani Nurchasanah
- d. Bendahara : Khomsahtun
- e. Bendahara II : Eko Suprpto

Namun dari wakil ketua dan bendahara II tidak pernah aktif. Dengan adanya SK dari Dinas Koperasi mendapat binaan-binaan manajemen dan keuangan diantaranya adanya proyek P2 KER yang pada saat itu diberi Dana sebesar RP 5.000.000,00 (Lima Juta Rupiah), kemudian tahun 1998 mendapatkan proyek P3 T yang pada saat itu

karyawan diikutkan dalam proyek tersebut dan dibayar oleh proyek tersebut selama 7 bulan sebesar Rp 300.000,00 (Tiga Ratus Ribu Rupiah).

Diantara karyawan yang ikut dalam proyek itu Khomsahtun, Indiyani Nurhasanah dan Paryanto. Proyek yang ketiga adalah adanya DO dari Dinas Koperasi dimana diberi hak untuk menjual beras pada saat itu dan mendapatkan keuntungan. Dengan bantuan Dinas Koperasi dan dukungan dari para anggota KSU BMT Dana Mentari Purwokerto dapat menembus ke angka BEP tahun 1998 dan pada tahun 1999 sudah bisa membagikan laba kepada anggotanya tahap demi tahap sampai sekarang ini.

Saat ini, BMT Dana Mentari Muhammadiyah Purwokerto yang berkantor pusat di Jl. Kapten Pattimura No. 392 Telp/Fax. (0281) 6575200 Karanglewas telah memiliki 6 (enam) cabang, diantaranya beralamat di:

- a. Jl. Jend. Soedirman Kios Pasar Pon No. 11 – 12 Telp. (0281) 625604 Purwokerto
- b. Jl. Kapten Pattimura No. 392 Telp. (0281) 6840001 Karanglewas
- c. Jl. Dr. Suparno No. 90 Telp. (0281) 6576859 Karangwangkal, Purwokerto Utara
- d. Jl. Raya Cilongok Kios Sentra Komoditi 6A Pernasidi Telp. (0281) 655157
- e. Jl. Raya Larangan Kec. Kembaran Telp. (0281) 6511660
- f. Jl. Menteri Supeno RT 03 RW 06 Sokaraja Tengah, Sokaraja Telp. (0281) 6541468

## **2. Visi dan Misi BMT Dana Mentari Muhammadiyah Purwokerto**

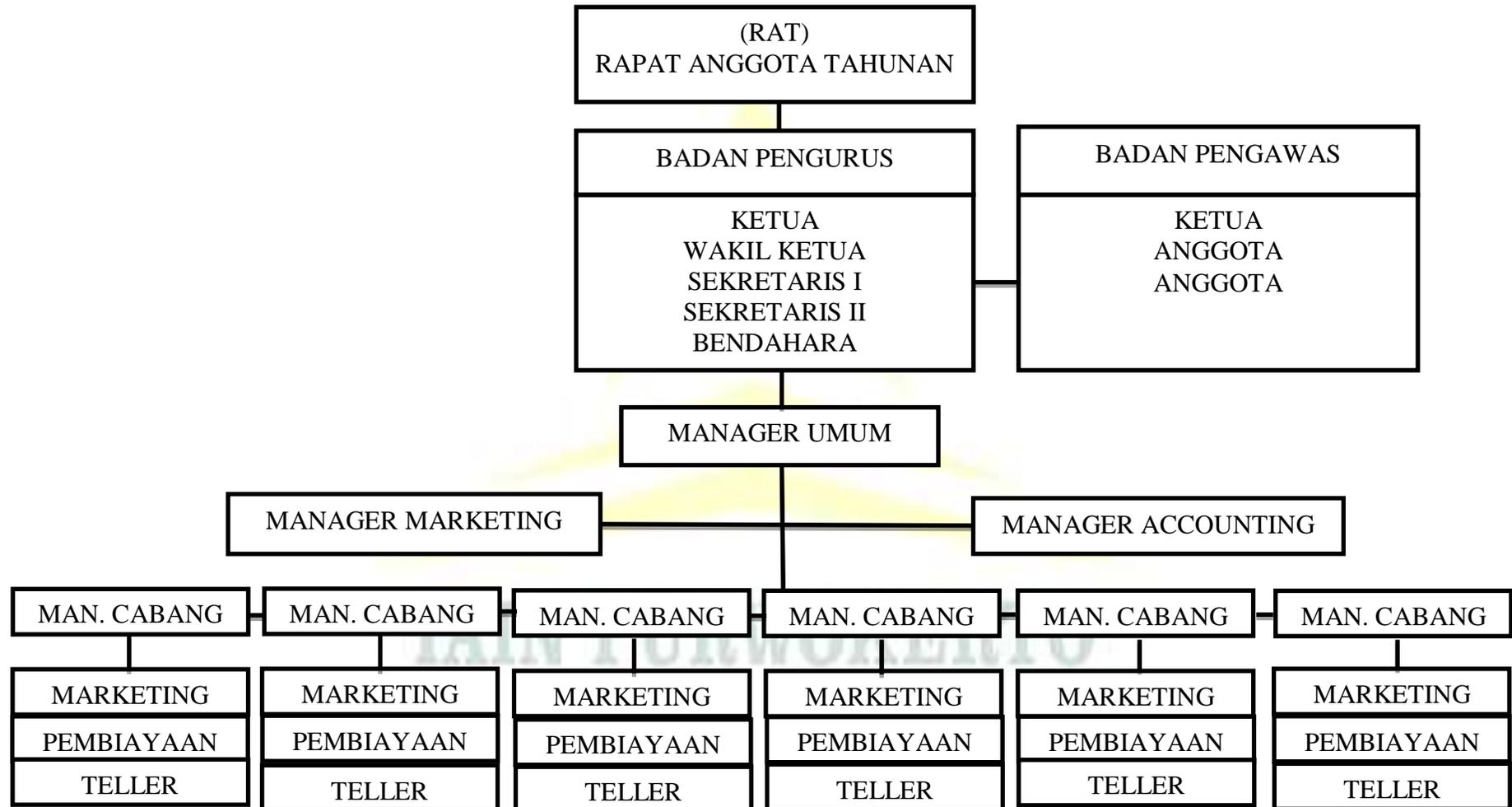
- a. Visi BMT Dana Mentari Muhammadiyah Purwokerto:  
Menjadi Lembaga Keuangan Ekonomi Syariah yang handal
- b. Misi BMT Dana Mentari Muhammadiyah Purwokerto:
  - 1) Pemberdayaan Ekonomi Syariah
  - 2) Meningkatkan Sumber Daya Manusia
  - 3) Penggunaan Informasi Teknologi Berbasis Syariah

### **3. Struktur Organisasi BMT Dana Mentari Muhammadiyah Purwokerto**

Dalam struktur organisasi berkaitan dengan susunan kepengurusan pada BMT Dana Mentari Muhammadiyah Purwokerto yang meliputi RAT (Rapat Anggota Tahunan), badan pengurus, badan pengawas, Manager umum, Manager marketing, Manager accounting, Manager cabang, marketing, pembiayaan dan teller. Susunan struktur organisasi BMT Dana Mentari Muhammadiyah Purwokerto adalah sebagai berikut:



Gambar 2.1 Struktur Organisasi BMT Dana Mentari Muhammadiyah Purwokerto



Tugas dan fungsi masing-masing bagian dalam struktur organisasi BMT Dana Mentari Muhammadiyah Purwokerto sebagai berikut:

a. RAT (Rapat Anggota Tahunan)

RAT merupakan kekuasaan tertinggi dalam BMT Dana Mentari Muhammadiyah Purwokerto beranggotaan orang-orang yang menjadi anggota atau nasabah BMT Dana Mentari Muhammadiyah yang menyetorkan simpanan pokok, simpanan wajib dan simpanan khusus. Dalam rapat anggota semua anggota mempunyai hak suara yang sama dan keputusan berdasarkan musyawarah.

b. Badan Pengurus

Badan pengurus dibentuk dalam rapat anggota pengurus atau persetujuan rapat anggota untuk menunjuk seseorang melaksanakan tugas pimpinan harian dalam usaha kegiatan BMT Dana Mentari Muhammadiyah Purwokerto.

c. Badan Pengawasan

Badan pengawasan melakukan pengawasan atau kontrol terhadap semua kegiatan usaha operasional dan pembiayaan BMT Dana Mentari Muhammadiyah Purwokerto dalam mengamankan dan mengembangkan asset dapat dicapai dengan sebaik-baiknya. Sekaligus agar pelaksanaan operasional dan pembiayaan BMT Dana Mentari Muhammadiyah Purwokerto dijalankan sesuai dengan ketentuan dan peraturan yang telah ditetapkan serta tidak bertentangan dengan prinsip syariah.

1) Fungsi

- a) Pengumpulan data atau informasi, pencatatan, pengumpulan atau klasifikasi menyimpulkan atas segala transaksi operasional, menyusun laporan keuangan yang terdiri dari neraca, daftar laba/rugi, arus kas, perubahan modal, CAR, rasio keuangan serta laporan lain yang diperlukan

- b) Pengumpulan data/Informasi, pencatatan, pengumpulan/klasifikasi menyimpulkan atas segala transaksi dan proses pembiayaan serta membuat laporan yang diperlukan
  - c) Memonitor seluruh kegiatan transaksi operasional dan pembiayaan dan memastikan tidak terjadinya penyimpangan atas standar operating procedure, memorandum, SK, SE, dan fatwa DSN yang dikeluarkan serta membuat laporan hasil kinerja pengawas internal kepada Manager BMT Dana Mentari Muhammadiyah Purwokerto<sup>57</sup>
- 2) Tugas Pokok
- a) Memberikan hasil penilaian mengenai kelayakan dan kecukupan pengendalian dibidang operasional, keuangan, pembiayaan dan kegiatan koperasi lainnya serta peningkatan efisiensi dan efektivitas pengendalian dengan biaya yang layak
  - b) Melakukan pemeriksaan untuk memastikan bahwa semua kebijakan, ketentuan, rencana dan prosedur BMT Dana Mentari Muhammadiyah Purwokerto telah benar-benar dijalankan dan dipatuhi
  - c) Melakukan pemeriksaan untuk memastikan bahwa semua harta milik BMT Dana Mentari Muhammadiyah Purwokerto telah dipertanggung-jawabkan dan dijaga dari semua kerugian
  - d) Melakukan pemeriksaan untuk memastikan bahwa data informasi yang disajikan kepada Manajemen BMT Dana Mentari Muhammadiyah Purwokerto dapat dipercaya
  - e) Melakukan penilaian mengenai kualitas pelaksanaan tugas tiap unit kerja dalam melaksanakan tanggung jawabkannya.
  - f) Memberikan rekomendasi mengenai perbaikan-perbaikandi bidang operasional, pembiayaan dan bidang lainnya
  - g) Melakukan koordinasi dengan bagian Akuntansi atau Pembukuan dalam hal pengarsipan bukti nota debit/nota kredit,

---

<sup>57</sup>Standar Operasional Prosedur (SOP) BMT Dana Mentari Muhammadiyah Purwokerto

voucher, bilyet dan lain-lain yang berhubungan dengan transaksi harian

- h) Membuat laporan yang berkaitan dengan hasil pemeriksaan kegiatan diatas dan menyampaikannya kepada Manajer BMT Dana Mentari Muhammadiyah Purwokerto

d. Manager Umum

Manager umum posisi dalam organisasi berada dibawah Badan Pengurus, bersama-sama dengan Manager Akuntansi dan Manager Marketing merumuskan kebijakan bagi BMT Dana Mentari Muhammadiyah Purwokerto.

1) Fungsi Utama Jabatan

Fungsi utama jabatan manager umum merencanakan, mengkoordinasikan dan mengendalikan seluruh aktivitas lembaga yang meliputi penghimpunan dana dari Pihak Ketigaserta penyaluran dana yang merupakan kegiatan utama lembaga serta kegiatan-kegiatan langsung berhubungan dengan aktivitas utama tersebut dalam upaya mencapai target.

2) Tugas Pokok

- a) Tersusunnya sasaran, rencana jangka pendek, rencana jangka panjang, serta proyeksi keuangan dan non keuangan
- b) Menentukan sasaran/target jangka pendek dan jangka panjang
- c) Merencanakan dan menyusun rencana kerja jangka pendek 1 tahun dan jangka panjang 3 tahun
- d) Menyusun rencana anggaran jangka pendek dan jangka panjang
- e) Mempresentasikan rencana jangka pendek dan jangka panjang kepada pengurus, dan anggota BMT Dana Mentari Muhammadiyah Purwokerto
- f) Tercapainya lingkup kerja yang nyaman untuk semua pekerja yang berorientasi pada pencapaian target

- g) Merencanakan dan merancang sistem hubungan kerja yang memotivasi karyawan untuk bekerjasama dalam mencapai sasaran lembaga
- h) Memperhatikan keluhan kantor layanan dalam hal kerja sama untuk mencapai sasaran
- i) Mengevaluasi pola hubungan kerjasama antar karyawan/antar kantor
- j) Tercapainya target yang telah ditetapkan secara keseluruhan
- k) Memonitor dan memberikan arahan/masukan terhadap upaya pencapaian target
- l) Mengevaluasi seluruh aktivitas dalam rangkaian pencapaian target
- m) Menindak lanjuti hasil evaluasi
- n) Menemukan dan menentukan strategi-strategi baru dalam upaya mencapai target
- o) Membuka peluang/akses kerjasama dengan jaringan/lembaga lain dalam upaya mencapai target
- p) Terjalannya kerjasama dengan pihak lain dalam rangka memenuhi kebutuhan lembaga
- q) Mencari peluang dan membuka kerjasama dengan pihaklain (lembaga/perorangan) yang dapat secara langsung ataupun tidak langsung memenuhi kebutuhan lembaga (seperti *funding* atau *likuiditas* ataupun kerjasama pembiayaan)
- r) Mempertahankan kerjasama yang telah dijalin dengan lembaga-lembaga sejenis
- s) Terjaganya keamanan dana-dana masyarakat yang dihimpun dan pembiayaan yang diberikan serta seluruh *asset* BMT Dana Mentari Muhammadiyah Purwokerto
- t) Mengupayakan terjaganya likuiditas dengan mengatur manajemen dana seoptimal mungkin hingga tidak terjadi dana *rust* maupun *idle*

- u) Mengupayakan strategi-strategi khusus dalam penghimpunan dana dan penyaluran dana
- v) Mengupayakan strategi-strategi baru dan handal dalam menyelesaikan pembiayaan bermasalah
- w) Melakukan kontrol terhadap seluruh harta BMT Dana Mentari Muhammadiyah Purwokerto.

e. ManagerMarketing

Manager marketing posisi dalam organisasi berada dibawah Badan Pengurus, bertugas dan bertanggung jawab merencanakan, mengontrol dan mengkoordinir serta melaksanakan proses pemasaran untuk mencapai target dan mengembangkan pasar secara efektif dan efisien.

1) Fungsi Utama Jabatan

Fungsi utama jabatan Manager marketing merencanakan, mengarahkan serta mengevaluasi target penghimpunan dana dan pembiayaan BMT Dana Mentari Muhammadiyah Purwokerto serta memastikan strategi yang digunakan tepat dalam upaya mencapai sasaran termasuk dalam menyelesaikan pembiayaan bermasalah.

2) Tugas Pokok

- a) Tercapainya target marketing baik funding maupun lending
- b) Membuat target-target yang ingin dicapai dengan melihat kapasitas AO (Account Officer) yang ada
- c) Melakukan pemantauan terhadap hasil yang dicapai AO sesuai target yang diberikan
- d) Melakukan evaluasi terhadap hasil yang dicapai AO atas yang diberikan
- e) Memberikan masukan dan perbaikan jika diperlukan
- f) Terselenggaranya rapat marketing dan terselesaikannya permasalahan ditingkat marketing
- g) Membuat jadwal rutin rapat marketing dan memastikan agenda-agenda yang penting untuk dibahas

- h) Memastikan seluruh bahan rapat sudah tersedia dan lengkap (data, daftar masalah, dan lain-lain)
  - i) Memimpin rapat
  - j) Memastikan diperoleh jalan keluar dan membahas masalah pada akhir rapat
  - k) Memastikan notulasi rapat dibuat dan terdokumentasi dengan baik
  - l) Menilai dan mengevaluasi kinerja bagian marketing
  - m) Menciptakan alat kontrol untuk memudahkan penilaian kinerja bagian marketing
  - n) Melakukan penilaian pada periode tertentu atas kinerja bagian marketing antara lain meliputi capaian target per AO/FO serta mencatat pelanggaran-pelanggaran dari sisi marketing yang dilakukan oleh AO/FO
  - o) Melakukan penilaian terhadap potensi pasar dan pengembangan pasar
  - p) Secara berkala dan terencana melakukan kunjungan pasar untuk melihat potensi-potensi yang perlu dikembangkan
  - q) Bersama dengan manajer membicarakan peluang-peluang pasar yang ada dan kemungkinan pengembangannya
- f. Manager Accounting

Manager Accounting posisi dalam organisasi berada di bawah badan Pengurus, bertugas dan bertanggung jawab dalam merencanakan, mengarahkan, memonitor dan mengevaluasi sistem kerja akunting untuk pengelolaan data keuangan dan neraca Rugi – Laba perusahaan, menganalisa dan menghitung segala sesuatu yang berhubungan dengan keuangan dan laporan keuangan BMT Dana Mentari Muhammadiyah Purwokerto.

1) Fungsi Utama Jabatan

Fungsi utama jabatan Manager akuntansi merencanakan, mengarahkan, mengontrol serta mengevaluasi seluruh aktivitas

dibidang operasional baik yang berhubungan dengan pihak internal maupun eksternal yang dapat meningkatkan profesionalisme BMT Dana Mentari Muhammadiyah Purwokerto khususnya dalam pelayanan terhadap mitra maupun anggota BMT Dana Mentari Muhammadiyah Purwokerto.

2) Tugas Pokok

- a) Terselenggaranya pelayanan yang memuaskan (*service excellent*) kepada mitra/anggota BMT Dana Mentari Muhammadiyah Purwokerto
- b) Melakukan pengawasan terhadap pekerjaan CS atas pelayanan yang diberikan kepada mitra BMT Dana Mentari Muhammadiyah Purwokerto
- c) Memberikan masukan dan arahan pada hal-hal yang berkenaan dengan pelayanan untuk meningkatkan kualitas pelayanan terhadap mitra
- d) Memperhatikan masukan serta keluhan mitra atas pelayanan BMT Dana Mentari Muhammadiyah Purwokerto dan membahasnya pada tingkat rapat operasional untuk mendapatkan jalan keluar
- e) Menyelesaikan sesegera mungkin apabila ada kasus yang berkaitan dengan mitra
- f) Terevaluasi dan terselesaikannya seluruh permasalahan yang ada dalam operasional BMT Dana Mentari Muhammadiyah Purwokerto
- g) Mengagendakan dan memimpin rapat operasional bulanan untuk membahas rencana kerja operasional, target kerja, dan evaluasi secara keseluruhan serta permasalahan-permasalahan yang terjadi pada bagian operasional
- h) Mendokumentasikan hasil rapat bulanan sebagai bahan rujukan atas aktivitas selanjutnya

- i) Melakukan kontrol terhadap kesepakatan dan keputusan yang diambil dalam rapat
- j) Terbitnya laporan keuangan, laporan perkembangan pembiayaan dan laporan mengenai penghimpunan dana masyarakat secara lengkap, akurat, dan sah baik harian bulanan ataupun sesuai dengan periode yang dibutuhkan
- k) Memeriksa laporan harian, bulanan dan mengesahkannya (otorisasi)
- l) Memeriksa laporan mengenai perkembangan pembiayaan, tingkat kelancaran pembiayaan, dan laporan mengenai mitra-mitra yang bermasalah
- m) Membuat dan mengirimkan laporan keuangan BMT Dana Mentari Muhammadiyah Purwokerto atas persetujuan manager kepada pihak-pihak yang berkepentingan
- n) Terarsipkannya seluruh dokumen-dokumen keuangan, dokumen lembaga, dokumen pembiayaan serta dokumen penting lainnya
- o) Mengatur dan mengawasi sistem pengarsipan seluruh bagian operasional
- p) Menyimpan dokumen lembaga serta menjaga keamanannya seperti: akter pendirian lembaga, laporan-laporan pajak, surat keputusan, berita acara, surat-surat perjanjian kerjasama dan lain-lain
- q) Membuat mekanisme/sistem peminjaman untuk dokumen-dokumen berharga bila dibutuhkan
- r) Mengkaji sistem pengarsipan yang telah ada dalam upaya penyempurnaan
- s) Terarsipkannya surat masuk dan keluar serta notulasi rapat manajemen dan rapat operasional
- t) Memberikan nomor surat keluar serta mengarsipkannya

- u) Menerima surat masuk dan memberikan informasi kepada pihak-pihak yang berkepentingan mengenai perihal surat
- v) Menunjuk salah satu staff operasional untuk menjadi notulen dalam rapat manajemen ataupun operasional
- w) Mendistribusikan hasil rapat kepada pihak-pihak terkait
- x) Mengarsipkan hasil notulen rapat sesuai dengan tempatnya
- y) Melakukan perencanaan anggaran rumah tangga BMT Dana Mentari Muhammadiyah Purwokerto dan mengajukan kepada manager/badan pengurus
- z) Melakukan rekapitulasi kondisi karyawan pada setiap akhir semester dengan arsip pendukung yang ada sebagai bahan evaluasi terhadap karyawan yang bersangkutan.

g. Manager Cabang

Manager cabang posisi dalam organisasi di bawah Badan Pengurus membawahi langsung bagian marketing, bagian pembiayaan dan teller.

1) Fungsi Utama

- a) Memimpin BMT Dana Mentari Muhammadiyah di wilayah kerjanya sesuai dengan tujuan dan kebijakan umum yang telah ditentukan BMT Dana Mentari Muhammadiyah Purwokerto
- b) Merencanakan, mengkoordinasikan dan mengendalikan seluruh aktivitas lembaga yang meliputi penghimpunan dana dari anggota dan lainnya serta penyaluran dana yang merupakan kegiatan utama lembaga serta kegiatan-kegiatan yang secara langsung berhubungan dengan aktivitas utama tersebut dalam upaya mencapai target
- c) Melindungi dan menjaga *asset* perusahaan yang berada dalam tanggung jawabnya
- d) Membina hubungan dengan anggota, calon anggota dan pihak lain (*customer*) yang dilayani dengan tujuan untuk mengembangkan pelayanan yang lebih baik.

## 2) Tugas Pokok

- a) Menjabarkan kebijakan umum BMT Dana Mentari Muhammadiyah Purwokerto yang telah dibuat pengurus dan manajemen
- b) Melaksanakan rancangan anggaran BMT Dana Mentari Muhammadiyah Purwokerto dan rancangan jangka pendek, rencana jangka panjang, serta proyeksi (*finansial* maupun *non finansial*) kepada pengurus yang selanjutnya akan dibawa pada Rapat Anggota
- c) menyetujui pembiayaan yang jumlahnya tidak melampaui batas wewenang manajemen
- d) mengusulkan penambahan, pengangkatan, mempromosikan serta pemberhentian karyawan padakantor cabang/unit
- e) Mengelola dan mengawasi pengeluaran dan pemasukan biaya-biaya harian dan tercapainya target yang telah ditetapkan secara keseluruhan
- f) Mengamankan harta kekayaan BMT Dana Mentari Muhammadiyah Purwokerto agar terlindungi dari bahaya kebakaran, pencurian, perampokan dan kerusakan
- g) Terselenggaranya penilaian prestasi kerja karyawan dan membuat laporan secara periodik
- h) Menandatangani dan menyetujui permohonan pembiayaan dengan batas wewenang yang ada pada wilayah masing-masing
- i) Meningkatkan pendapatan dan menekan biaya serta mengawasi operasional kantor wilayah masing-masing

## h. Kepala Bagian Administrasi Legal dan Personalia

### 1) Fungsi Utama Jabatan

Merencanakan, mengarahkan, mengontrol serta mengevaluasi seluruh aktivitas dibidang administrasi, legal dan personalia yang berhubungan dengan pihak internal dan eksternal

dan meningkatkan profesionalitas SDM BMT Dana Mentari Muhammadiyah Purwokerto.

2) Tugas Pokok

- a) Terevaluasi dan terselesaikannya seluruh permasalahan yang berkaitan dengan angsuran pembiayaan
- b) Monitoring dan supervisi permasalahan pembiayaan
- c) Mencari dan memberikan solusi dari permasalahan pembiayaan yang ada dari segi hukum
- d) Terselenggaranya administrasi pembiayaan dari pencairan hingga pelunasan
- e) Memeriksa kelengkapan administrasi pembiayaan
- f) Memonitor proses pencairan
- g) Mengevaluasi proses pelunasan dari pembiayaan yang telah dcairkan
- h) Terselenggaranya akad/legalitas pembiayaan serta perjanjian lainnya
- i) Memeriksa kelengkapan akad pembiayaan
- j) Memonitor proses penandatanganan akad pembiayaan
- k) Terselenggaranya tertib administrasi personalia dan pengembangan SDM
- l) Merencanakan pengembangan SDM
- m) Mengevaluasi sistem absensi, penggajian, dan cuti
- n) Mensupervisi peraturan kekaryawanan

i. Staff Pemasaran (Marketing)

Marketing atau Staff Pemasaran merupakan unit kerja bagian pemasaran, posisi dalam organisasi di bawah Manager Cabang.

1) Fungsi Utama Jabatan

- a) Melayani pengajuan pembiayaan, melakukan analisis kelayakan serta memberikan rekomendasi atas pengajuan pembiayaan sesuai dengan hasil analisis yang telah dilakukan

- b) Melayani permohonan penyimpanan dana (tabungan dan deposito) dengan bekerjasama dengan bagian layanan mitra usaha
  - c) Melakukan sosialisasi seluruh produk BMT Dana Mentari Muhammadiyah Purwokerto dan melakukan upaya kerjasama dengan pihak atau lembaga lainnya.
- 2) Tugas Pokok
- a) Memastikan seluruh pengajuan pembiayaan telah di proses sesuai dengan proses yang sebenarnya
  - b) Memastikan analisis pembiayaan telah dilakukan dengan tepat dan lengkap sesuai dengan kebutuhan dan mempresentasikan dalam rapat komite
  - c) Membantu terselesaikannya pembiayaan bermasalah
  - d) Melihat peluang dan potensi yang ada dalam upaya pengembangan pasar
  - e) Melakukan monitoring atas ketepatan alokasi serta ketepatan angsuran pembiayaan mitra

j. Administrasi Pembiayaan

Administrasi pembiayaan merupakan unit kerja bagian pemasaran, posisi dalam organisasi di bawah Manager Cabang.

1) Fungsi Utama Jabatan

Fungsi utama jabatan Administrasi Pembiayaan, mengelola administrasi data mitra usaha, melakukan proses pembiayaan mulai dari pencairan hingga pelunasan, membuat akad-akad dan surat-surat perjanjianlain.

2) Tugas Pokok

- a) Penyiapan administrasi pencapaian pembiayaan (*dropping*) dan melakukan proses *dropping*
- b) Pengarsipan seluruh berkas pembiayaan
- c) Pengarsipan jaminan pembiayaan
- d) Penerimaan angsuran dan pelunasan pembiayaan

- e) Penyiapan kupon dan kontrol terhadap kupon
  - f) Pembuatan laporan pembiayaan sesuai dengan periode laporan
  - g) Membuat surat teguran dan peringatan kepada mitra yang akan dan telah jatuh tempo
  - h) Membuat surat-surat perjanjian dengan pihak lain
  - i) Pemeliharaan arsip-arsip dari pengajuan sampai terealisasi pembiayaan
  - j) Selalu mengontrol masa berlaku persyaratan administrasi pemohon (KTP, Izin Usaha, Sewa Kios/Toko dan lain-lain)
- k. *Teller* (Kasir)

*Teller* atau kasir merupakan unit kerja bagian operasional, posisi dalam organisasi di bawah Manager Cabang.

1) Fungsi Utama Jabatan

Fungsi utama jabatan teller merencanakan dan melaksanakan seluruh transaksi yang sifatnya tunai.

2) Tugas Pokok

- a) Mengelola fisik kas dan terjaganya keamanan kas
- b) Terelesaiannya laporan kas harian
- c) Tersedianya laporan arus kas pada akhir bulan untuk keperluan evaluasi
- d) Menerima setoran dan penarikan tabungan.

**4. Produk-produk BMT Dana Mentari Muhammadiyah Purwokerto**

a. Pendanaan (*Funding*)

Produk pendanaan yang ditawarkan BMT Dana Mentari Purwokerto adalah:

1) Simpanan dengan Bagi Hasil

- a) Simpanan Ummat, merupakan simpanan dana pihak ketiga yang dapat dipergunakan oleh BMT dimana anggota akan mendapatkan bagi hasil dari pendapatan atas dana tersebut. Dana tersebut bisa diambil sewaktu-waktu.

- b) Simpanan Pendidikan, merupakan simpanan yang diperuntukkan bagi para pelajar yang akan mempersiapkan dana untuk melanjutkan ke jenjang yang lebih tinggi.
- c) Simpanan Persiapan Qurban, merupakan simpanan yang ditujukan untuk ibadah penyembelihan qurban. Bisa perorangan maupun kelompok majlis ta'lim. Simpanan inihanya bisa diambil pada saat menjelang hari Raya Idul Adha.
- d) Simpanan Walimah, merupakan simpanan yang disediakan untuk pernikahan anggota dengan calon suami/istri anggota dan akan mendapatkan bagi hasil setiap bulan. Dana tersebut boleh diambil menjelang hari pernikahan.
- e) Simpanan Hari Tua, simpanan ini ditujukan untuk kepentingan di hari tua/masa pensiun. Bagi hasil di perhitungkan tiap bulan.
- f) Simpanan Haji/Umroh, merupakan simpanan yang ditujukan untuk ibadah Haji/Umroh.
- g) Simpanan Ibu Bersalin, simpanan ini dikhususkan untuk ibu-ibu yang akan melahirkan putra-putrinya.

Semua jenis simpanan tersebut dapat dilakukan dengan setoran awal minimal Rp 10.000,- dan selanjutnya dapat menyetor Rp 5.000,-. Adapun nisbah yang disepakati BMT dengan anggota simpanan adalah 35:36.

## 2) Simpanan Berjangka

Simpanan berjangka merupakan simpanan dana pihak ketiga baik perorangan, yayasan, lembaga pendidikan, masjid dll, yang besardan jangka waktu ditentukan. Penarikan hanya boleh dilakukan pada tanggal jatuh tempo (1,3,6,12 bulan) dan jumlah saldo minimal Rp. 1.000.000,- dengan nisbah bagi hasil 1 bulan (38:62), 3 bulan (40:60), 6 bulan (45:55), dan 12 bulan (50:50).

Apabila penarikan dilakukan di luar ketentuan, maka akan dikenakan biaya penalti sebesar 25% dari bagi hasil yang dibagikan pada bulan terakhir.

### 3) Simpanan *Wadi'ah* dan ZIS

- a) Simpanan *Wadi'ah Yad Dhommanah*, baik perorangan maupun badan hukum yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja sipemilik menghendaki. Pemilik dana tidak berhak menuntut hasil apapun dari BMT. BMT hanya memberikan bonus kepada pemilik dana.
- b) ZIS, simpanan amanah hari akhir merupakan simpanan amanah yang merupakan zakat, infak, shadaqah, dan wakaf. Di mana BMT akan menyalurkan ke para *mustahik*/orang yang berhak menerimanya.

Dana simpanan *wadi'ah* dan ZIS digunakan untuk pinjaman *Qardul hasan* dan sumbangan kegiatan sosial/keagamaan. Biaya penutupan rekening sebesar Rp. 10.000

### b. Pembiayaan

BMT Dana Mentari Muhammadiyah menyalurkan produk pembiayaan dengan akad sebagai berikut:

#### 1) Pembiayaan Murabahah (Jual Beli)

Pembiayaan Murabahah adalah jual beli barang pada saat harga asal (harga perolehan) dengan tambahan keuntungan (margin) yang disepakati oleh kedua belah pihak (penjual dan pembeli). Karakteristiknya adalah penjual harus memberi tahu berapa harga produk yang dibeli dan menentukan suatu tingkat keuntungan sebagai tambahannya.

#### 2) Pembiayaan Ijarah (Sewa)

Pembiayaan Ijarah adalah kepemilikan hak atas manfaat dari penggunaan sebuah asset sebagai ganti pembayaran. Pengertian sewa (ijarah) adalah sewa atas manfaat dari sebuah aset,

sedangkan sewa beli (*ijarah wan iqtina*) atau disebut juga *ijarah muntahiya bi tamlik* adalah sewa yang diakhiri dengan pemindahan kepemilikan.

### 3) Pembiayaan Mudharabah (Bagi Hasil)

Pembiayaan Mudharabah adalah akad kerjasama usaha/perniagaan antara pihak pemilik dana (*shahibul maal*) sebagai pihak yang menyediakan modal dana sebesar 100% dengan pihak pengelola modal (*mudharib*), untuk usaha dengan porsi keuntungan akan dibagi bersama (*nisbah*) sesuai dengan kesepakatan dimuka dari kedua belah pihak.

### 4) Pembiayaan Musyarakah

Pembiayaan Musyarakah (*syirkah*) adalah suatu bentuk akad kerjasama perniagaan antara beberapa pemilik modal untuk menyertakan modalnya dalam suatu usaha, dimana masing-masing pihak mempunyai hak untuk ikut serta dalam pelaksanaan manajemen usaha tersebut.

### 5) Pembiayaan Al-Qardh (Pinjam Meminjam)

Pembiayaan Al-Qardh adalah jenis pembiayaan melalui peminjaman harta kepada orang lain tanpa mengharapkan imbalan.

### 6) Pembiayaan Ar-Rahn

Pembiayaan Ar-Rahn adalah menahan salah satu harta milik si peminjam sebagai jaminan atas harta yang diterimanya. Menurut Bank Indonesia Rahn adalah akad penyerahan barang/harta (*mahrum*) dari nasabah (*rahin*) kepada bank (*murtahin*) sebagai jaminan sebagian atau seluruh hutang.

## c. Layanan Lain-lain

Selain melayani penerimaan simpanan dan pembiayaan, BMT Dana Mentari Muhammadiyah Purwokerto dapat melayani pembayaran (tagihan):

- 1) Pembayaran rekening Listrik, Ledeng, Telepon, dengan sistem online, dengan pembayaran yang cepat dan mudah

2) Penjualan/Agen Gas LPG berlokasi di Pasar Manis.

## **B. Strategi Layanan Sistem Jemput Bola pada KSU BMT Dana Mentari Muhammadiyah KC Karanglewas Purwokerto**

Strategi adalah salah satu cara perusahaan dalam langkah pengembangan usahanya untuk menarik para konsumen agar tertarik dengan produknya dan agar bisa lebih dikenal dipasaran. Strategi pemasaran sangat penting dilakukan untuk setiap badan atau organisasi dalam usaha yang dijalankannya agar mencapai suatu target yang telah ditentukan, salah satu yang berada dalam penelitian ini adalah dunia perbankan ataupun lembaga keuangan. Untuk terus dapat bertahan didalam persaingan di tengah-tengah pertumbuhan dunia perbankan dan dunia lembaga keuangan terutama yang beroperasi dengan prinsip syariah, suatu lembaga keuangan baik bank maupun non-bank haruslah terus tetap mengembangkan kegiatan usahanya dengan strategi pemasaran yang efektif dan efisien agar bisa dikenal oleh para anggota/nasabah yang akan direkrut.

Hal tersebut dilakukan agar mendapatkan perhatian dari konsumen/pelanggan terhadap suatu produk yang ditawarkan atau dipasarkan. Dalam menjalankan sebuah usaha hal yang paling penting dilakukan adalah menentukan dan menyusun sebuah strategi. Karena strategi merupakan penentu utama keberlangsungan hidup perusahaan.

BMT Dana Mentari Muhammadiyah adalah lembaga keuangan dalam skala mikro yang menyediakan jasa-jasa keuangan baik tabungan maupun pembiayaan yang beroperasi dengan menggunakan prinsip-prinsip syariah. BMT Dana Mentari Muhammadiyah ini melakukan strategi-strategi untuk meningkatkan keunggulan bersaing terhadap perusahaan lain yang menjadi pesaing-pesaing BMT salah satunya menggunakan strategi layanan sistem jemput bola.

Keunggulan bersaing dalam berbisnis merupakan hal yang tidak bisa ditinggalkan. Agar perusahaan tidak tersingkir dalam sebuah industri dan mampu bersaing dengan para pesaing maka keunggulan bersaing menjadi

ujung tombak dari sebuah usaha, pelayanan yang maksimal, harga yang bersaing, dan kelengkapan produk yang dijual dalam BMT Dana Mentari Muhammadiyah harus selalu sesuai dengan keinginan anggota/nasabah agar anggota/nasabah tidak meninggalkan atau berpindah ke BMT yang lain

Dengan semakin tinggi dan ketatnya persaingan antar bank syariah dan tingginya tingkat kompleksitas kebutuhan dan keinginan nasabah menyebabkan banyaknya bank syariah yang berorientasi kepada permasalahan pemasaran dan kegiatan pelayanan prima yang perlu mendapatkan sorotan khusus bagi pihak manajemen bank syariah. Karena kegiatan pemasaran bank syariah pada hakikatnya merupakan kegiatan menyalurkan produk jasa syariah dari bank kepada nasabahnya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Wahyu Yulianto selaku marketing BMT Dana Mentari Muhammadiyah mengatakan bahwa strategi layanan sistem jemput bola yang digunakan BMT Dana Mentari Muhammadiyah dalam meningkatkan motivasi menabung anggota yaitu dengan menggunakan *marketing mix*/bauran pemasaran yang terdiri dari 7P (*product, price, place, promotion, people, process, physical evidence*),<sup>58</sup>

Hasil ini juga sependapat dengan konsep Kotler dan Amstrong (1997) salah satu strategi yang berhubungan dengan kegiatan pemasaran perusahaan adalah bauran pemasaran. Bauran pemasaran merupakan variabel-variabel terkendali yang digabungkan untuk menghasilkan tanggapan yang diharapkan dari pasar sasaran. Dan untuk usaha jasa terdapat 7 unsur *marketing mix* (*marketing mix 7P*) yaitu: *product, price, promotion, place, people, process, physical evidence*.<sup>59</sup>

#### 1. *Product* (produk)

Pada strategi produk, BMT Dana Mentari Muhammadiyah melakukan upaya pada strategi produk yang berbeda dengan produk bank lainnya. Produk berarti barang atau jasa yang ditawarkan kepada pasar

---

<sup>58</sup>Hasil wawancara dengan Bapak Wahyu Yulianto selaku Marketing BMT Dana Mentari Muhammadiyah Purwokerto pada Rabu, 28 Agustus 2019, Pukul 08.00 WIB

<sup>59</sup>Dewi Diniaty dan Agusrinal, *Perancangan Strategi Pemasaran Pada Produk Anyaman Pandan*, Jurnal Sains, Teknologi dan Industri, Vol. 11, No 2, hal 177-178

sasaran berdasarkan wawancara dengan marketing BMT Dana Mentari Muhammadiyah 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. Produk yang paling banyak diminati dalam simpanan (tabungan) adalah simpanan umat dan simpanan pokok. Karena simpanan umat dan simpanan pokok merupakan simpanan yang paling umum, penarikan dapat dilakukan kapan saja selama jam kerja yang ditentukan, mendapatkan bagi hasil, dan juga dapat dilakukan dengan setoran awal minimal Rp 100.000,- dan selanjutnya dapat menyetor Rp 5.000,-. Sehingga para anggota tidak merasa terbebani dengan nominal tersebut.

## 2. *Price* (Harga)

Harga mengacu pada jumlah uang yang harus dibayar oleh pembeli agar mendapat produk yang kita jual. Pengertian harga terhadap produk dan jasa bank syariah merupakan kontra prestasi dalam bentuk margin, bagi hasil, atau *fee*

Hasil wawancara, 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, dimana dalam semua jenis simpanan yang sudah disepakati oleh BMT Dana Mentari Muhammadiyah yaitu 35:36 dengan setoran awal minimal Rp 100.000,- dan selanjutnya dapat menyetor minimal Rp 5.000,-. Dalam strategi harga BMT Dana Mentari Muhammadiyah sudah baik karena dalam penentuan harga tidak terlalu tinggi dan masih standar dengan bank lainnya, sehingga akan menjadi daya tarik dan alternatif bagi anggota. Pada saat menentukan harga suatu produk perlu adanya pertimbangan daya beli calon anggota. Strategi harga

berhubungan dengan pemberian harga produk dan kemudahan dalam pembayaran yang dilakukan konsumen.

### 3. *Promotion* (promosi)

Promosi adalah kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut dan juga mempromosikan layanan apa saja yang dilakukan oleh BMT Dana Mentari Muhammadiyah.

Menurut bapak Wahyu Yulianto marketing 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. Dengan cara ikut join dengan acara tersebut, promosi di toko-toko, pasar atau ditempat-tempat umum yang dikunjungi oleh orang banyak maka akan lebih memudahkan marketing pada saat promosi tanpa harus mendatangi calon anggota satu persatu. Promosi merupakan hal yang sangat penting, karena dengan promosi dapat menginformasikan barang/jasa yang ditawarkan oleh BMT Dana Mentari Muhammadiyah agar produk dikenal, diketahui, dibutuhkan, dan diminta oleh anggota. Kegiatan promosi yang dilakukan BMT Dana Mentari Muhammadiyah adalah secara langsung dan tidak langsung dengan menggunakan media cetak dan media elektronik. Dalam promosi perlu dioptimalkan terutama promosi pada *website* agar mempermudah dalam memperoleh informasi bagi anggota maupun calon anggota

### 4. *Place* (tempat)

Pemilihan lokasi yang tepat akan cukup berpotensi terhadap penjualan, terutama perusahaan yang bergerak dibidang jasa khususnya perbankan. BMT Dana Mentari Muhammadiyah memilih tempat di Jl Kapten Patimura No 392 Telp/Fax. (0281) 6575200 Karanglewas 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, aksesnya yang mudah untuk ditempuh menggunakan berbagai sarana transportasi, baik kendaraan umum maupun kendaraan pribadi bapak Wahyu Yulianto (marketing) juga mengatakan “*calon anggota yang sekarang penginnnya serba mudah dan praktis*” sehingga BMT Dana Mentari Muhammadiyah melakukan strategi salah satunya dengan strategi tempat, dengan tujuan untuk menghasilkan calon anggota lebih banyak lagi, dan juga mempermudah marketing pada saat melakukan transaksi dengan layanan sistem jemput bola karena tempatnya persis di samping pasar karanglewas.

#### 5. *People* (Orang)

*People* adalah unsur orang/manusia yang melayani terutama dalam perusahaan yang menjual jasa. Termasuk kedalam P5 ini unsur pimpinan, yang mengambil keputusan, dan unsur dari marketing yang melayani anggota. Menurut Bapak Wahyu Yulianto mengatakan “*calon anggota yang sekarang pilih-pilih. Semisal ada marketing yang tidak menggunakan seragam resmi saja tidak percaya kalau itu marketing*” oleh karena itu marketing memberikan pelayanan sebaik mungkin kepada anggotanya. Para petugas selalu bersikap ramah, sabar, dan sopan dalam melayani nasabahnya dan dapat memberikan penjelasan serta pemahaman mengenai produk BMT Dana Mentari Muhammadiyah baik produk pembiayaan maupun produk pendanaan kepada anggota dan calon anggota, 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. Strategi pemasaran pada aspek *people* pelayanan marketing BMT kepada anggota sudah baik. marketing bersikap ramah dan tanggap membantu setiap anggota dan calon anggota yang melakukan transaksi menabung maupun calon anggota yang akan membuka rekening di BMT Dana Mentari Muhammadiyah.

## 6. *Process* (Proses)

*Process* merupakan bagaimana proses dilakukan sampai jasa yang diminta oleh konsumen diterima secara memuaskan. Menurut hasil wawancara dengan Bapak Wahyu Yulianto selaku marketing BMT Dana Mentari Muhammadiyah dalam proses khususnya operasional 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 mendapatkan hasil yang optimal.

*Process* mempunyai dampak jangka panjang. Karena berkaitan dengan alur penjualan produk. *Process* yang baik akan berdampak pada citra suatu bank/BMT. Penerapan strategi pemasaran yang optimal dapat dijadikan upaya dalam menambah jumlah anggota, dengan begitu asset perusahaan juga akan mengalami kenaikan dan dapat meningkatkan jumlah anggota menabung dalam suatu bank/BMT. Berikut adalah jumlah simpanan pada tahun 2015-2019 (periode 20 Agustus 2019).

**Tabel 1.3**

**Jumlah Produk Simpanan Tahun 2015-2019  
(Periode 20 Agustus 2019 )**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Produk Simpanan</b>
2015	20.535
2016	24.563
2017	28.680
2018	33.840
2019	37.179

**(Sumber: IT BMT Dana Mentari Muhammadiyah Purwokerto (2019))**

Dilihat dari tabel tersebut tahun 2015-2019 (per 20 agustus 2019) terus mengalami kenaikan hal ini dapat disimpulkan bahwa strategi produk simpanan dengan menggunakan layanan sistem jemput bola untuk meningkatkan jumlah anggota dapat dikatakan efektif. Bapak Wahyu Yulianto mengatakan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh BMT Dana Mentari Muhammadiyah dalam meningkatkan jumlah anggota

melalui sistem jemput bola secara keseluruhan sudah baik. hanya saja perlu dioptimalkan pada bagian promosi salah satunya melalui media *website* agar lebih *upgrade* data dan informasi terbaru untuk memudahkan anggota dalam mengakses informasi terkait BMT Dana Mentari Muhammadiyah. Karena dapat dikatakan bahwa calon anggota yang sekarang lebih modern biasanya calon anggota akan membuka website resmi BMT apabila keterangan yang dilakukan oleh marketing dalam menjelaskan mengenai BMT kurang jelas.

#### 7. *Physical evidence* (Lingkungan fisik)

*Physical evidence* (lingkungan fisik) adalah suatu hal yang secara nyata turut mempengaruhi keputusan anggota untuk menggunakan produk jasa yang ditawarkan dan juga bukti fisik yang dimiliki oleh perusahaan jasa berupa logo, simbol, dan fasilitas. Menurut hasil wawancara dengan Bapak Wahyu Yulianto mengenai lingkungan fisik yaitu dengan cara mendesain kantor se nyaman mungkin dengan dilengkapi fasilitas-fasilitas yang mendukung kenyamanan bagi anggota. Pada bagian strategi pemasaran *physical evidence*/ lingkungan fisik fasilitas yang diberikan sudah baik dan mendukung kenyamanan bagi anggota.

### **C. Pelayanan Sistem Jemput Pada KSU BMT Dana Mentari Muhammadiyah KC Karanglewas Purwokerto**

Membahas tentang pelayanan, pelayanan adalah kegiatan pemberian jasa dari satu pihak kepada pihak lainnya. Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dilakukan secara ramah tamah, adil, cepat, tepat, dan dengan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya.

Hasil penelitian ini sesuai pendapat Alinaung yang menyatakan bahwa pelayanan atau servis dapat diartikan sebagai sebuah kegiatan atau keuntungan

yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain. Pelayanan tersebut meliputi.<sup>60</sup>

1. Kemudahan lokasi,
2. Kenyamanan yang diberikan,
3. Harga wajar dan bersaing.
4. Kecepatan melayani.

Sehubungan dengan teori diatas, implementasi dari layanan sistem jemput bola pada BMT Dana Mentari Muhammadiyah KC Karanglewas Purwokerto ada 4 yaitu sebagai berikut :

1. Kemudahan Lokasi.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis diketahui tentang pelayanan yang dilakukan oleh marketing kepada anggota atau calon anggota yaitu dilihat dari kemudahan lokasi atau lokasi yang strategis baik dari sisi lokasi BMT maupun dari sisi rumah anggota sehingga memudahkan anggota apabila ingin bertransaksi langsung ke kantor BMT, dan juga memudahkan seorang marketing apabila anggota akan menabung dengan menggunakan layanan sistem jemput bola.

Lokasi yang dekat dan akses yang mudah akan mempermudah anggota dalam mengurus kebutuhannya dalam mengatasi keuangan pemilihan lokasi harus bisa memberikan kontribusi yang menguntungkan anggota BMT bisa memanfaatkan pendistribusian melalui pemilihan tempat. Pendistribusian produk berguna untuk mendekatkan produk kita dengan anggota. Pemilihan lokasi juga harus berdekatan dengan segmentasi pasar yang dituju.

Segmentasi pasar yang dituju oleh seorang marketing BMT yaitu salah satunya di Pasar Karanglewas dimana didalam pasar tersebut terdapat banyak pedagang yang menabung di BMT Dana Mentari

---

<sup>60</sup> Fandi Tjiptono, *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*, (Yogyakarta : Andi Offset, 2012) hlm 28-37

Muhammadiyah dan melakukan sistem jemput bola apabila para pedagang tersebut tidak bisa datang langsung ke BMT.<sup>61</sup>

## 2. Kenyamanan yang diberikan

Yang kedua yaitu kenyamanan yang diberikan oleh pihak BMT atau marketing kepada anggota. Menurut ibu Indiyani Nur Chasanah selaku (Manajer Marketing) kenyamanan yang diberikan oleh seorang marketing kepada anggota itu sangat penting, apabila ada seorang anggota yang melakukan transaksi kemudian dalam proses transaksi tersebut mendapatkan pelayanan yang ramah, baik, dan benar maka anggota tersebut akan merasa puas hal tersebut akan mendorong anggota untuk terus menabung atau bertransaksi di BMT Dana Mentari.<sup>62</sup>

Berdasarkan hasil wawancara pada salah satu anggota BMT Dana Mentari Muhammadiyah yaitu ibu Rusmiasih mengatakan bahwa selama kurang lebih 15 tahun menabung di BMT Dana Mentari belum pernah mendapatkan pelayanan yang mengecewakan, beliau juga mengatakan bahwa selain ramah pelayanan yang diberikan juga tepat waktu. Sedangkan alasan mengapa ibu Rusmiasih menggunakan layanan sistem jemput bola karena selain tidak bisa membagi waktu karena beliau berdagang dan menurutnya lebih tidak rutin menabung apabila harus mendatangi kantor BMT sedangkan apabila marketing datang langsung ke tempat ibu Rusmiasih dagang setidaknya setiap hari ibu Rusmiasih bisa menabung ke marketing minimal 100.000.

Dengan adanya layanan sistem jemput bola tersebut menurut ibu Rusmiasih sangat membantu beliau dan para pedagang lainnya. Karena dengan ini penabung hanya menunggu marketing yang narik pada saat menabung setiap harinya tanpa harus ke kantor BMT.<sup>63</sup>

---

<sup>61</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Indiyani Nurchasanah selaku Manajer Marketing di BMT Dana Mentari Muhammadiyah Purwokerto pada tanggal 30 Agustus 2019 pukul 10.15

<sup>62</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Indiyani Nurchasanah selaku Manajer Marketing di BMT Dana Mentari Muhammadiyah Purwokerto pada tanggal 30 Agustus 2019 pukul 10.25.

<sup>63</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Rusmiasih Anggota Menabung BMT Dana Mentari Muhammadiyah Purwokerto pada tanggal 28 Agustus 2019 pukul 11.00

### 3. Harga wajar dan bersaing

Penetapan harga adalah proses menentukan berapa yang akan diterima perusahaan dalam menjual produknya. Penentuan atau keputusan ketetapan harga juga dipengaruhi oleh kebutuhan untuk dapat tetap bertahan dalam pasar yang bersaing, melalui kepedulian sosial dan etika, dan bahkan melalui citra korporasi.

BMT Dana Mentari Muhammadiyah menetapkan harga terjangkau serta yang sesuai dengan akadnya, sehingga dapat memenuhi kebutuhan anggota. BMT Dana Mentari Muhammadiyah juga menggunakan prinsip bagi hasil baik dalam berbagi hasil BMT sebagai pemodal kepada anggota. Untuk pembagian bagi hasil kepada anggota yang memiliki jenis simpanan atau pemberi pinjaman didasarkan kepada usaha riil yang diterima oleh BMT Dana Mentari Muhammadiyah pada saat bulan berjalan.

Menurut Bapak Sobari (anggota/nasabah BMT Dana Mentari Muhammadiyah mengenai harga di BMT beliau mengatakan bahwa pada awal akan menjadi anggota/nasabah atau bisa juga disebut dengan pembukaan rekening di BMT Dana Mentari harga yang ditawarkan oleh BMT tersebut sangat terjangkau dimana calon anggota/nasabah wajib menjadi anggota terlebih dahulu dengan menyimpan saldo nominal sebesar Rp.10.000,- harga yang ditawarkan tersebut sangat ringan bagi bapak Sobari dan untuk kalangan menengah maupun kebawah karena pada saat menabung juga nominal yang akan diserahkan kepada marketing tidak ada batas minimal dan maksimalnya yang artinya tidak mengekang berapa jumlah nominal yang akan diberikan oleh anggota saat menabung kepada marketing pada saat layanan sistem jemput bola,<sup>64</sup>

### 4. Kecepatan Melayani

Kecepatan pelayanan terdapat didalam kualitas pelayanan. Kecepatan pelayanan, yaitu target waktu pelayanan dapat diselesaikan

---

<sup>64</sup>Hasil wawancara dengan Bapak Sobari Anggota Menabung BMT Dana Mentari Muhammadiyah Purwokerto pada tanggal 28 Agustus 2019 pukul 11.15

dalam waktu yang telah ditentukan, kecepatan pada umumnya menjadi indikator dari kualitas pelayanan yang kualitas pelayanan itu sendiri dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketetapan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono 2007). Kecepatan suatu pelayanan dalam perusahaan jasa akan menimbulkan suatu kesan atau nilai baik dari pelanggan. Nilai pelanggan yang baik dibutuhkan suatu perusahaan guna meningkatkan penjualan dari minat loyalitas secara tidak langsung. Adanya pengaruh dari kecepatan yang berpengaruh terhadap nilai pelanggan.

Hal ini dijelaskan juga oleh Bapak Wahyu Yulianto (marketing) BMT Dana Mentari Muhammadiyah mengenai kecepatan pelayanan. Didalam melakukan pelayanan terutama pelayanan sistem jemput bola seorang marketing harus bisa membagi waktu dengan baik supaya semua anggota bisa melakukan transaksi, karena pada kenyataannya marketing hanya diberikan waktu 6 jam setiap harinya dimulai pada jam 8 pagi sampai jam 4 sore sedangkan untuk melayani anggota kurang lebih hanya 3 menit dari sekian anggota yang ditangani oleh beliau. Waktu yang terbilang singkat tersebut harus dilakukan dengan semaksimal mungkin supaya anggota tidak sampai merasa lelah ataupun bosan pada saat akan bertransaksi.<sup>65</sup>

Hasil wawancara dengan anggota/nasabah yang bernama ibu Sutinah mengenai pelayanan beliau mengatakan merasa puas karena Bapak Wahyu (marketing) setiap melakukan transaksi benar-benar sesuai prosedur. Sedangkan untuk kecepatan pelayanan ibu Sutinah menilai marketing cukup baik dalam menjalankan tugasnya hal ini dilihat dari awal mulai ibu Sutinah akan membuka rekening atau menjadi anggota/nasabah di BMT Dana Mentari Muhammadiyah marketing menjelaskan mengenai berbagai produk simpanan yang ada di BMT dengan menggunakan bahasa yang singkat dan mudah dipahami dalam

---

<sup>65</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Wahyu Yulianto selaku Marketing di BMT Dana Mentari Muhammadiyah Purwokerto pada hari Rabu, 28 Agustus 2019, Pukul 08.20 WIB

menjelaskannya juga terdapat motivasi atau dorongan kepada calon anggota supaya calon anggota tersebut tertarik menjadi anggota di BMT, sedangkan apabila calon anggota belum paham mengenai beberapa produk tersebut marketing menjanjikan untuk keesokan harinya datang kembali menemui calon anggota/nasabah. Karena marketing disaat waktu yang bersamaan harus tetap mengunjungi anggota/nasabah lain yang akan melakukan transaksi.<sup>66</sup>



IAIN PURWOKERTO

---

<sup>66</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Sutinah Anggota Menabung BMT Dana Mentari Muhammadiyah Purwokerto pada hari rabu tanggal 28 Agustus 2019 pukul 11.30

## 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 se nyaman 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