

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Kegiatan perekonomian suatu negara tidak lepas dari transaksi keuangan, dimana lembaga keuangan memegang peranan penting dalam mengatur kegiatan perekonomian negara tersebut. Lembaga keuangan umumnya dianggap sebagai lembaga yang operasi sehari-harinya melibatkan uang secara berkelanjutan.¹

Dengan berkembangnya perekonomian masyarakat, banyak bermunculan perdagangan syariah kepada masyarakat umum, memberikan kemudahan bagi yang menggunakannya. Selama ini ekonomi syariah menempati tataran internasional yang sudah ada sejak zaman Nabi Muhammad SAW. Di antara transaksi-transaksi tersebut, *Baitul Mal Wat Tamwil* (BMT) merupakan salah satu lembaga yang berperan penting dalam implementasinya berdasarkan syariah, menyediakan *platform* berdasarkan aturan Al-Qur'an dan Hadits yang bermanfaat bagi pengusaha. Kewajiban (yang dijamin oleh kepastian hukum) untuk memastikan bahwa sifat dan sifat kegiatan usaha adalah wajar, wajar, sehat dan dinamis. Lembaga keuangan syariah seperti BMT sangat cocok atau sangat dibutuhkan oleh usaha kecil menengah. Karena BMT menganut prinsip Syariah, tidak ada unsur riba yang dilarang dalam Islam.

¹ Bustari Muchtar, Rose Rahmidani, dan Menik Kurnia Siwi, "*Bank dan Lembaga Keuangan Lain*", (Jakarta : Kencana, 2016), 24.

Dengan meningkatnya perkembangan lembaga keuangan yang berbasis syariah di Indonesia. Pelayanan mempunyai peranan yang sangat penting pada lembaga keuangan, salah satunya pada BMT. Mempertimbangkan kepentingan para anggota sehubungan dengan kebutuhan dan kepuasan layanan mereka merupakan faktor kunci dalam keberhasilan suatu bisnis dalam lingkungan yang semakin kompetitif. Pelayanan adalah suatu tindakan atau kegiatan yang dapat dilakukan oleh satu pihak kepada pihak lain yang sifatnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan hak kepemilikan apa pun.²

Layanan yang diberikan oleh BMT UGT Nusantara dalam memberikan pelayanan kepada anggotanya adalah dengan metode layanan jemput bola. Metode jemput bola adalah layanan yang diberikan oleh BMT yang menjual produk dengan cara menghubungi atau mengunjungi langsung anggota dan pelamar untuk mencapai tujuan yang telah disepakati.

Layanan jemput bola merupakan salah satu fasilitas yang disediakan oleh BMT untuk membantu anggota menyimpan uang sehari-hari. Layanan jemput bola merupakan salah satu layanan langsung yang diberikan oleh BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Pare dalam hal simpanan dan pembiayaan. Dengan adanya layanan tersebut diharapkan dapat meningkatkan jumlah anggota simpanan umum pada BMT UGT Nusantara, dikarenakan dengan layanan ini anggota dapat menyimpan dana sehari-harinya tanpa batasan nominal.

2 Nia Anggraini, dan R. Rudi Alhempri, Analisis Kepuasan Konsumen PT Hawaii Holiday Hotel Pekanbaru, *Jurnal Inovasi Penelitian*, Vol. 1, No. 9, Februari 2021. Diakses di : <https://stp-mataram.e-journal.id/JIP/article/download/367/312/>. Diakses pada 27 Juli, 2022. Pukul 09.08 WIB.

Tabel 1.1
Data BMT di Wilayah Pare

| No | Nama | Alamat | Tahun Berdirinya |
|-----------|-------------------|-----------------------------|-------------------------|
| 1 | BMT UGT Nusantara | Jl. Tambora, Plongko. | 2015 |
| 2 | BMT Beringharjo | Jl. Dieng, Plongko. | 2015 |
| 3 | BMT Syariah | Jl. Lawu, Pare. | 2001 |
| 4 | BMT PETA | Jl. Moch. Yusuf, Plongko. | 2013 |
| 5 | BMT BUS | Jl. Puncak Jaya I. Plongko. | 2016 |

Sumber : Hasil Observasi BMT yang ada di Pare.

Dari tabel 1.1 dapat diketahui bahwa BMT Syariah pare telah berdiri paling lama sendiri yakni sejak tahun 2001, yang beralamatkan di Jl. Lawu, Pare. BMT BUS berdiri sejak tahun 2016 dan berlokasi di Jl. Puncak Jaya, Pare yang lokasinya tidak jauh dengan BMT Syariah. Sedangkan BMT UGT Nusantara dan BMT Beringharjo sama-sama berdiri pada tahun 2015 dan berlokasi di Plongko, Pare dan juga BMT PETA sama-sama bertempat di Plongko, Pare dan sudah berdiri sejak tahun 2013. Ketiga BMT tersebut sama-sama berlokasi di daerah Plongko, Pare atau di daerah dekat dengan Pasar Pamenang Pare.

Tabel 1.2

Jumlah Anggota Produk Simpanan Umum dengan pelayanan Jemput Bola

Pada BMT UGT Nusantara, BMT Beringharjo dan BMT PETA.

Pada Tahun 2019-2021

| No | Nama | Jumlah Anggota | | | |
|----|-------------------|----------------|------|------|------|
| | | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 |
| 1 | BMT UGT Nusantara | 1324 | 1653 | 2075 | 2398 |
| 2 | BMT Beringharjo | 763 | 879 | 997 | 154 |
| 3 | BMT PETA | 326 | 413 | 502 | 665 |

Sumber : Jumlah anggota dari masing-masing BMT.

Dari Tabel 1.2 dapat diketahui jumlah anggota dari masing-masing lembaga keuangan berbeda-beda dari tahun ke tahun, namun tetap mengalami kenaikan pada setiap tahunnya. Terutama jumlah anggota pada BMT UGT Nusantara yang melebihi 1000 anggota dan hingga bisa mencapai 2000 anggota ditahun 2021-2022.

Dari data diatas dapat dilihat bahwa BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Pare lebih unggul dalam jumlah banyaknya anggota. Jumlah anggota ini dapat bertambah secara signifikan dan hal ini dipengaruhi oleh beberapa faktor. Salah satunya adalah dengan adanya pelayanan yang lebih baik. Seperti pelayanan jemput bola yang diberikan oleh BMT UGT Nusantara. Pelayanan tersebut banyak diminati oleh anggota, dikarenakan pelayanannya yang dilakukan secara langsung atau mendatangi satu persatu anggota atau calon anggota dan memudahkan anggota

dalam melakukan simpanan dan juga pembiayaan. Dengan pelayanan ini didapatkan bahwa jumlah anggota semakin naik dalam hal simpanan dan pembiayaan di BMT UGT Nusantara, berbeda dengan pelayanan jemput bola yang diberikan oleh BMT Beringharjo dan BMT PETA yang memberikan pelayanan jemput bola seminggu sekali atau dilakukan secara tidak teratur.

Tabel 1.3

**Jumlah Anggota Pada Produk Simpanan
BMT UGT Nusantara Capem Pare Tahun 2019-2021**

| No | Nama Produk | Jumlah Anggota | | | |
|----|-------------------------------|----------------|------|------|------|
| | | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 |
| 1 | Simpanan Umum | 1324 | 1653 | 2075 | 2398 |
| 2 | Simpanan Fitri | 687 | 703 | 876 | 998 |
| 3 | Simpanan Lembaga Peduli Siswa | 188 | 234 | 389 | 423 |

Sumber : Dokumentasi Jumlah Anggota BMT UGT Nusantara Capem Pare 2019-2021.

Pada Tabel 1.3 dapat disimpulkan bahwa terdapat produk unggulan pada BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Pare. Setiap produk simpanan memiliki jumlah anggota yang berbeda-beda tergantung kebutuhan anggota. Dari produk unggulan yang dimiliki oleh BMT UGT Nusantara, produk simpanan umum adalah produk yang memiliki banyak peminat. Terlihat dari jumlah anggota simpanan umum yang mencapai lebih dari 1000 anggota dan meningkat pada setiap tahunnya.

Alasan para anggota memilih produk simpanan umum yakni karena pada produk simpanan umum ini anggota dapat mengambil uang sewaktu-waktu (pada jam kerja) dan tidak ada batasan berapa nominalnya.³ Sehingga membuat para anggota tertarik untuk melakukan transaksi pada produk simpanan ini.

Melihat tabel di atas, jumlah anggota meningkat secara signifikan setiap tahun. Peningkatan ini dikarenakan strategi yang digunakan oleh BMT UGT Nusantara yaitu metode pelayanan jemput bola. Layanan jemput bola ini membuat anggota tetap bertahan melakukan transaksi, dikarenakan anggota di datangi secara langsung oleh pihak BMT UGT Nusantara. Dengan metode seperti ini membuat anggota tetap bertahan untuk melakukan transaksi di BMT.

Dengan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut tentang strategi pelayanan jemput bola pada BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Pare dengan mengangkat judul **“Peran Strategi Pelayanan Jemput Bola Dalam Meningkatkan Jumlah Anggota (Studi Kasus Produk Simpanan Umum di BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Pare)”**.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan, penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi pelayanan jemput bola pada produk simpanan umum di BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Pare?

3 Rifa’I, *Kepala Cabang BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Pare*, Wawancara Pada 1 Maret 2022.

2. Bagaimana peran strategi pelayanan jemput bola dalam meningkatkan jumlah anggota produk simpanan umum di BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Pare?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian di atas, penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk menganalisa strategi pelayanan jemput bola pada produk simpanan umum di BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Pare.
2. Untuk menganalisa peran strategi pelayanan jemput bola dalam meningkatkan jumlah anggota produk simpanan umum di BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Pare.

D. Manfaat Penelitian

Dari permasalahan diatas, maka diharapkan penelitian ini mempunyai manfaat sebagai berikut :

1. Kegunaan Secara Teoritis

Hasil dari penelitian diharapkan bisa memberikan kontribusi bagi perkembangan ilmu pengetahuan khususnya tentang perbankan syariah yang mendeskripsikan tentang peran strategi pelayanan jemput bola dalam meningkatkan jumlah anggota (Studi Kasus produk simpanan umum di BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Pare).

2. Kegunaan Secara Praktis

- a. Bagi peneliti

Menambah wawasan dan pengalaman penulis pada tahap

pengembangan diri sebagai calon pendidik dan memberikan keterampilan dan kompetensi menulis akademik.

b. Bagi IAIN Kediri

Menjadi bahan rujukan bagi para pembaca, menambah pengetahuan dan informasi terutama bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

c. Bagi BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Pare

Sebagai bahan pertimbangan dalam meningkatkan jumlah anggota dengan pelayanan jemput bola.

E. Telaah Pustaka

Berikut telaah pustaka yang digunakan oleh penulis :

1. *Strategi Pick Up Service Dalam Meningkatkan Minat Menabung Anggota di KSSU Harum Dhaha Kediri di Tinjau Dari Marketing Syariah*, Isneyni Rabi'ul Laila (2022), Mahasiswa IAIN Kediri.

Penelitian ini berfokus pada strategi *Pick Up Service* dalam meningkatkan minat menabung anggota di KSSU Harum Dhaha Kediri. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Hasil penelitian yaitu dalam meningkatkan minat menabung anggota di KSSU Harum Dhaha Kediri menggunakan strategi *Pick Up Service*, strategi ini menawarkan kemudahan transaksi tanpa harus datang ke kantor secara langsung. Lembaga menerapkan bauran pemasaran yakni 7P (7P Marketing Mix) yaitu product, price, promotion, place, people, process, dan

physical evidence.⁴

Persamaan penelitian ini dengan Isneyni Rabi'ul Laila adalah membahas strategi layanan jemput bola (*pick up service*). Sedangkan, perbedaannya adalah penelitian Isneyni Rabi'ul Laila berfokus pada meningkatkan minat menabung, sedangkan penelitian ini berfokus dalam meningkatkan jumlah anggota.

2. *Strategi Layanan Sistem Jemput Bola Dalam Meningkatkan Motivasi Menabung Anggota Pada KSU BMT Dana Mentari Muhammadiyah KC Karanglewes Purwokerto*, Nurul Azizah (2019), Mahasiswa IAIN Purwokerto.

Penelitian ini berfokus pada strategi layanan jemput bola dalam meningkatkan motivasi menabung anggota. Metode penelitian menggunakan penelitian lapangan (*field research*) yang bersifat deskriptif menggunakan data primer dan skunder. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penelitian strategi layanan sistem jemput bola yang dilakukan oleh BMT Dana Mentari Muhammadiyah KC Karanglewes Purwokerto mampu mengidentifikasi komponen bauran pemasaran 7P (*7P Marketing Mix*) yaitu *product, price, promotion, place, people, process, dan physical evidence*.⁵

4 Isneyni Rabi'ul Laila, "Strategi *Pick Up Service* Dalam Meningkatkan Minat Menabung Anggota di KSSU Harum Dhaha Kediri di Tinjau Dari *Marketing Syariah*" (Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri, 2022).

5 Nurul Azizah, "Strategi Layanan Sistem Jemput Bola Dalam Meningkatkan Motivasi Menabung Anggota Pada KSU BMT Dana Mentari Muhammadiyah KC Karanglewes Purwokerto" (Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto, 2019).

Kesamaan penelitian ini dengan penelitian Nurul Azizah adalah keduanya membahas tentang pelayanan sistem jemput bola. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian Nurul Azizah berfokus pada meningkatkan motivasi menabung anggota, sedangkan penelitian ini berfokus dalam meningkatkan jumlah anggota.

3. *Efektivitas Sistem Jemput Bola (Personal Selling) Pada BPRS Mitro Agro Usaha Bandar Lampung*, Mia Sulistiowati (2020), Mahasiswa IAIN Metro.

Penelitian ini berfokus pada efektivitas sistem jemput bola (personal selling) pada BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung. Penelitian ini memakai metode wawancara dan dokumentasi. Hasil dari penelitian tersebut yaitu sistem jemput bola pada BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung dikatakan sudah efektif. Hal ini tercermin dari kriteria ukuran efektivitas yang dapat mempengaruhi tercapainya sebuah efektivitas. Berdasarkan ukuran efektivitas ini, bank atau pemasaran telah menerapkan sistem penagihan yang diatur dengan menjangkau nasabah secara langsung dan rajin menghimpun dana sesuai dengan pendapatannya sehari-hari.⁶

Persamaan penelitian ini dengan penelitian Mia Sulistiowati yakni keduanya membahas sistem jemput bola. Sedangkan perbedaannya penelitian Mia Sulistiowati berfokus pada efektivitas sistem jemput bola, sedangkan penelitian ini berfokus pada peranan strategi pelayanan jemput bola.

⁶ Mia Sulistiowati, “Efektivitas Sistem Jemput Bola (Personal Selling) Pada BPRS Mitro Agro Usaha Bandar Lampung” (Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro, 2020).

4. *Pengaruh Promosi Dengan Layanan Jemput Bola Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Pembiayaan Murabahah di Baitul Maal Wa Tamwil Daarussalaam Kuala Pembuang*, Desy Amalia (2020), Mahasiswa IAIN Palangka Raya.

Penelitian ini berfokus pada pengaruh promosi dengan layanan jemput bola terhadap minat nasabah bertransaksi pembiayaan murabahah di BMT Daarussalaam Kuala Pembuang. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif dengan jenis penelitian lapangan. Hasil dari penelitian ini adalah hubungan periklanan dengan layanan jemput bola terhadap minat nasabah transaksi pembiayaan murabahah di BMT Daarussalaam sebesar 0,676. Berdasarkan koefisien korelasi untuk r sebesar 0,676 termasuk tingkat korelasi “kuat”. Selain itu, signifikansi variabel tindakan (X) dengan layanan jemput bola dan variabel minat nasabah (Y) dalam transaksi pembiayaan murabahah adalah 0,000. Berdasarkan aturan hipotesis diperoleh nilai t hitung sebesar $7,891 > 1,993$ dan nilai sig sebesar $0,000 < 0,05$. Berdasarkan nilai tersebut, H1 ditolak dan H0 diterima. Artinya, signifikan. Pengaruh iklan jemput bola terhadap minat nasabah dalam transaksi pembiayaan murabahah sebesar 45,7%, selebihnya 54,3% dipengaruhi oleh faktor yang lain.⁷

Kesamaan penelitian ini dengan penelitian Desy Amalia adalah

⁷ Desy Amalia, *Pengaruh Promosi Dengan Layanan Jemput Bola Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Pembiayaan Murabahah di Baitul Maal Wa Tamwil Daarussalaam Kuala Pembuang* (Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya, 2020).

membahas layanan jemput bola. Sedangkan perbedaannya penelitian Desy Amalia berfokus pada pengaruh promosi dengan layanan jemput bola, sedangkan penelitian ini berfokus pada peranan strategi pelayanan jemput bola.

5. *Analisis Pelayanan Jemput Bola Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Hikmah Wakilah Banda Aceh*, Hafnizar (2019), Mahasiswa UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Penelitian ini berfokus pada sistem layanan jemput bola yang diterapkan oleh PT.BPRS Hikmah Wakilah Banda Aceh dalam meningkatkan jumlah nasabah. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan metode wawancara terstruktur. Hasil dari penelitian ini adalah layanan jemput bola dengan mengunjungi rumah atau toko pelanggan yang berlangsung setiap hari selama jam kerja. Dalam menarik pelanggan dapat dikenali dari lima indikator (hambatan, daya tanggap, keamanan, perhatian, dan kemampuan fisik), dan hasilnya menunjukkan bahwa layanan atraksi pelanggan efektif dalam menarik pelanggan.⁸

Persamaan penelitian ini dengan penelitian Ulfatul Hidayati adalah sama-sama membahas tentang penerapan sistem jemput bola. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian Ulfatul Hidayati berfokus pada semua jenis produk sedangkan penelitian ini berfokus pada simpanan umum saja.

8 Hafnizar, *Analisis Pelayanan Jemput Bola Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Hikmah Wakilah Banda Aceh* (Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh, 2019).