

**IMPLEMENTASI SISTEM LAYANAN JEMPUT BOLA
TERHADAP MENINGKATKAN MOTIVASI MENABUNG
ANGGOTA**

(Studi pada BMT UGT Sidogiri Capem Gadang)

SKRIPSI



Oleh

AHMAD MUIZUDDIN

NIM : 18540103

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
2022**

**IMPLEMENTASI SISTEM LAYANAN JEMPUT BOLA
TERHADAP MENINGKATKAN MOTIVASI MENABUNG
ANGGOTA**

(Studi pada BMT UGT Sidogiri Capem Gadang)

SKRIPSI

Diajukan Kepada :
Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang
untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)



O l e h

**AHMAD MUIZUDDIN
NIM : 18540103**

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
2022**

LEMBAR PERSETUJUAN

**STRATEGI LAYANAN SISTEM JEMPUT BOLA TERHADAP MENINGKATKAN
MOTIVASI MENABUNG ANGGOTA
(Studi pada BMT UGT Sidogiri Capem Gadang)**

Oleh

AHMAD MUIZUDDIN
NIM : 18540103

Telah disetujui 14 Juni 2022

Dosen Pembimbing,



Tiara Juliana Jaya, M.Si
NIP. 19920708 201903 2 020

Mengetahui:
Ketua Jurusan,



Dr. Yayuk Sri Rahayu, S.E., M.M
NIP. 19770826 200801 2 011

LEMBAR PENGESAHAN

**IMPLEMENTASI SISTEM LAYANAN JEMPUT BOLA TERHADAP
MENINGKATKAN MOTIVASI MENABUNG ANGGOTA
(Studi pada BMT UGT Sidogiri Capem Gadang)**

SKRIPSI

Oleh
AHMAD MUIZUDDIN
NIM : 18540103

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada 24 Juni 2022

Susunan Dewan Penguji:

1. Ketua

Esy Nur Aisyah, S.E., MM

NIP.19860909 201913 2 014

2. Dosen pembimbing/Sekretaris

Tiara Juliana Jaya, M.Si

NIP. 19920708 201903 2 020

3. Penguji Utama

Dr. Segaf, S.E., M.Sc

NIP. 19760215 20160801 1 049

Tanda Tangan

()
()
()



Disahkan Oleh :
Ketua Jurusan,



Dr. Yayuk Sri Rahayu, MM
NIP. 19770826 200801 2 011

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ahmad Muizuddin

NIM : 18540103

Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa “**Skripsi**” yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul :

IMPLEMENTASI SISTEM LAYANAN JEMPUT BOLA TERHADAP MENINGKATKAN MOTIVASI MENABUNG ANGGOTA (Studi pada BMT UGT Sidogiri Capem Gadang)

adalah hasil karya saya sendiri, bukan “**duplikasi**” dari karya orang lain.

Selanjutnya, apabila di kemudian hari ada “**klaim**” dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 24 Juni 2022

Hormat Saya,



Ahmad Muizuddin

NIM : 18540103

LEMBAR PERSEMBAHAN

Pertama, terimakasih kepada Allah Swt atas rahmat dan hidayah-nya sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian ini.

Kedua, terimakasih kepada kedua orang tua saya, yang tidak henti-hentinya mendoakan saya tanpa lelah, semoga selalu diberikan perlindungan oleh Allah dan selalu mendapatkan ridho-nya serta surga-nya. Aamiin.

Ketiga, terimakasih untuk kakak-kakak saya yang selalu memberikan dukungan, semangat maupun materi.

Keempat, terimakasih kepada teman-teman, sahabat, dan juga saudara di semua organisasi yang pernah saya pijaki. Tanpa kalian, saya tidak akan pernah mendapatkan pelajaran yang akan menjadi suatu pembelajaran dimasa kini maupun mendatang nanti.

Kelima, terimakasih kepada Azzam Shidqie, Azam Mahfud, Sherina, Ocha, Bagus, Yopy, Dhamar, Bayu, Dewanto, Agus, Nizar, Adam, Yongky Dan Gayuh yang selalu memberikan semangat, bantuan dan suportnya sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini dan juga teman-teman yang lainnya, yang tidak bisa saya sebutkan satu-satu.

Yang tidak bisa saya sebutkan satu-satu, kalian adalah tempat terbaik dalam menjajaki dunia perkuliahan ini.

MOTTO

“Boleh jadi kamu membenci sesuatu padahal ia amat baik bagimu, dan boleh jadi kamu menyukai sesuatu padahal ia amat buruk bagimu. Allah mengetahui sedang kamu tidak mengetahui”

(Q.S Al-Baqarah:216)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, karena atas rahmat dan hidayah-Nya penelitian ini dapat terselesaikan dengan judul “Implementasi Sistem Layanan Jemput Bola terhadap Meningkatkan Motivasi Menabung Anggota (Studi Pada BMT UGT Sidogiri Capem Gadang)”.

Shalawat dan salam semoga tetap terlimpahkan kepada junjungan kita Nabi besar Muahmmd SAW yang telah membimbing kita dari zaman kegelapan menuju jalan kebaikan. Penulis sepenuhnya menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan dapat tersusun sebaik demikian tanpa adanya bimbingan dan juga sumbangan pemikiran dari beberapa pihak yang terlibat. Pada kesempatan kali ini penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. M. Zainuddin, MA selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M.EI selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Ibu Dr. Yayuk Sri Rahayu, M.M selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Ibu Tiara Juliana Jaya, M.Si selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan bimbingan serta arahan kepada saya sehingga skripsi dapat tersusun dengan baik.
5. Bapak dan ibu dosen serta karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
6. Kedua orang tua saya Bapak Rofi`i dan Ibu Mufidah yang telah memberikan dukungan moral dan juga materil.

7. Mbak Reza serta kakak-kakak ipar saya yang telah memberikan do'a dan dukungan secara moril dan juga materiil.
8. Bapak Muhammad Ismail Marzuki BMT UGT Sidogiri Capem Gadang, yang telah membantu peneliti dalam melakukan penelitian pada BMT UGT Sidogiri Capem Gadang.
9. Teman-teman, sahabat dan semua kerabat yang sudah turut membantu memberikan semangat dan masukan serta kritik kepada saya.

Akhirnya dengan segala kerendahan hati penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan sarannya dari para pembaca demi kesempurnaan penulisan skripsi ini. Kemudian harapannya, semoga karya sederhana ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak. Aamiin.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	
HALAMAN JUDUL DALAM.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
LEMBAR PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRAC.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1. Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu	7
2.2. Kajian Teoritis	12
2.2.1 Pengertian Strategi	12
2.2.2 Pengertian Pelayanan Jemput Bola	16
2.2.3 Pengertian Motivasi.....	21
2.2.4 Pengertian Menabung	25
2.3. Kerangka Berfikir	34
BAB III METODE PENELITIAN	35
3.1. Jenis dan Pendekatan Penelitian	35
3.2. Lokasi Penelitian	36
3.3. Subyek Penelitian	36
3.4. Data dan Jenis Data	38
3.5. Teknik Pengumpulan Data	39
3.6. Analisis Data	41

3.7.	Uji Keabsahan Data.....	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		46
4.1	Paparan Data Hasil Penelitian	46
4.1.1	Sejarah BMT UGT Sidogiri.....	46
4.1.2.	Visi dan Misi BMT UGT Sidogiri	48
4.1.3.	Struktur BMT UGT Sidogiri Capem Gadang.....	48
4.1.4.	Legalitas BMT UGT Sidogiri	49
4.1.5.	Produk-Produk BMT UGT Sidogiri	50
4.1.6.	Papasan Hasil Wawancara dan Dokumentasi Tentang Implementasi Sistem Layanan Jemput Bola Terhadap Meningkatkan Motivasi Menabung Anggota Pada BMT Sidogiri Capem Gadang.....	54
4.2.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	62
BAB V PENUTUP.....		68
5.1.	Kesimpulan.....	68
5.2.	Saran	69
LAMPIRAN.....		75

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Pertumbuhan Anggota.....	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
Tabel 3.1 Subyek Penelitian	38

ABSTRAK

Ahmad Muizuddin. 2022. SKRIPSI. Judul: “Implementasi Layanan Sistem Jemput Bola terhadap Meningkatkan Motivasi Menabung Anggota (Studi Pada BMT UGT Sidogiri Capem Gadang)”

Pembimbing : Tiara Juliana Jaya, M.Si

Kata Kunci : Jemput Bola, Motivasi Menabung, BMT UGT Sidogiri Capem Gadang

Industri perbankan dan lembaga keuangan syariah di Indonesia mengalami kemajuan yang sangat pesat. Untuk dapat bersaing dan menjaga *eksistensinya*, serta agar dapat meningkatkan motivasi menabung anggota, BMT UGT Sidogiri Capem Gadang perlu untuk mencari strategi pemasaran yang efektif. Salah satu metode atau strategi yang digunakan BMT UGT Sidogiri Capem Gadang adalah dengan menggunakan metode layanan sistem jemput bola. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi pelayanan jemput bola di BMT UGT Sidogiri Capem Gadang.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Pengambilan responden pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling dan snowball sampling* yang menghasilkan 5 responden dalam penelitiannya.

Berdasarkan hasil penelitian ini, implementasi sistem layanan jemput bola di BMT UGT Sidogiri dengan mendatangi rumah- rumah anggota merupakan sistem yang efektif untuk pemasaran. Banyak anggota yang memperoleh motivasi lebih untuk menabung dikarenakan sistem layanan jemput bola dan juga karena pelayanan yang diberikan sangat maksimal.

ABSTRACT

Ahmad Muizuddin. 2022.*THESIS*. Title : “*Implementasi of The Door to Door Marketing System Service to Increase Member Savings Motivation (Study at BMT UGT Sidogiri Capem Gadang)*”

Advisor : Tiara Juliana Jaya, M.Si

Keywords : *Door to Door Marketing, Motivation to Save, BMT UGT Sidogiri Capem Gadang*

The banking industry and Islamic financial institutions in Indonesia are progressing very rapidly. To be able to compete and maintain its existence, as well as to increase the motivation to save members, BMT UGT Sidogiri Capem Gadang needs to find an effective marketing strategy. One of the methods or strategies used by BMT UGT Sidogiri Capem Gadang is to use the ball pick-up system service method. Hence the research aims to find out implementation of Door to Door Marketing BMT UGT Sidogiri Capem Gadang.

The method used in this research is a qualitative research method. The sampling of respondents in this study used purposive sampling and snowball sampling which resulted in 5 respondents in the survey.

Based on the results of this study, implementing of the ball pick-up service system at BMT UGT Sidogiri by visiting members' homes is an effective system for marketing. Many members get more motivation to save because of the ball pick-up service system and the services provided are very satisfying.

ملخص البحث

احمد موعيز الدين. ٢٠٢٢. أطروحة. العنوان: "تنفيذ خدمات نظام التقاط الكرة لزيادة حافز ادخار الأعضاء

(دراسة في ب.م.ت. او. ك.ت سيدوكيري چاقم كاداغ)"

المشرف: تيارا جوليانا جايا ، ماجستير

الكلمات الرئيسية: كرة صغيرة ، الدافع للحفاظ ، ب.م.ت. او. ك.ت سيدوكيري چاقم كاداغ

تشهد الصناعة المصرفية والمؤسسات المالية الإسلامية في إندونيسيا تقدمًا سريعًا للغاية. لتكون قادرة على المنافسة والحفاظ على وجودها ، وكذلك لزيادة الدافع لإنقاذ الأعضاء ، يحتاج ب.م.ت. او. ك.ت سيدوكيري چاقم كاداغ إلى إيجاد استراتيجية تسويقية فعالة. إحدى الطرق أو الإستراتيجيات المستخدمة من قبل

ب.م.ت. او. ك.ت سيدوكيري چاقم كاداغ هي استخدام طريقة خدمة نظام التقاط الكرة. لذلك ، تهدف هذه الدراسة إلى تحديد تنفيذ خدمات التقاط الكرة في ب.م.ت. او. ك.ت سيدوكيري چاقم كاداغ

الطريقة المستخدمة في هذه الدراسة هي طريقة بحث نوعي. استخدم أخذ العينات من المبحوثين في هذه الدراسة أخذ عينات هادفة وأخذ عينات من كرة الثلج مما أدى إلى ٥ مستجيبين في الدراسة.

بناءً على نتائج هذه الدراسة ، يعد تنفيذ نظام خدمة التقاط الكرة في ب.م.ت. او. ك.ت سيدوكيري چاقم كاداغ من خلال زيارة منازل الأعضاء نظامًا فعالًا للتسويق. يحصل العديد من الأعضاء على المزيد من الحافز للدخار بسبب نظام خدمة التقاط الكرة وأيضًا لأن الخدمات المقدمة مثالية للغاية.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada beberapa waktu terakhir, sektor perbankan Indonesia dan lembaga keuangan syariah, seperti perbankan syariah, asuransi syariah, dan lain-lain, telah berkembang dengan sangat cepat. Menurut Azizah, (2019) dalam penelitiannya, BMT adalah salah satu lembaga keuangan non-bank yang berfungsi dalam skala mikro sebagai koperasi simpan pinjam (KSP). Bank Perkreditan Rakyat adalah lembaga keuangan menengah, sedangkan bank umum adalah lembaga keuangan makro. BMT adalah sebuah lembaga keuangan mikro berbasis syariah. Selain itu, BMT juga dapat dipandang sebagai lembaga swadaya masyarakat (LSM) yang berfokus pada keuangan. Hal ini disebabkan keterlibatan BMT dalam pengumpulan Zakat, Infaq, dan Shadaqoh selain pengelolaan modal.

Baitul Mal Wat Tamwil (BMT) menurut Azizah, (2019) ialah pembangunan dari konsep ekonomi slam paling utama di bidang keuangan. Baitul Mal merupakan lembaga keuangan pengelola dana zakat, infaq serta sedekah ataupun sesuatu yang halal. Lembaga ini diyakini sebagai salah satu strategi yang dinilai sebagai solusi untuk memberdayakan umat. Mengingat kelemahan umat Islam sebagai pelaku ekonomi disebabkan oleh faktor ketidak mampuan mereka dalam mengakses lembaga-lembaga keuangan yang ada (Azizah, 2019). II

Koperasi BMT UGT Sidogiri meraih tiga penghargaan sekaligus sebagai koperasi dengan Teknologi Informasi (TI) terbaik, koperasi dengan omzet terbesar, dan koperasi dengan aset terbesar, menunjukkan bahwa BMT Sidogiri

saat ini menjadi salah satu BMT terbesar di Indonesia. Pada peluncuran buku 100 Koperasi Besar Indonesia (KBI) 2017 terbitan Majalah Peluang, Koperasi BMT Sidogiri mendapat penghargaan dari Menteri Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UKM) Indonesia Anak Agung Gede Ngurah Puspayoga. (Pitriana, 2020)

Koperasi BMT Sidogiri yang berdiri sejak tahun 1997 telah mengalami kemajuan yang luar biasa baik dari segi aset, penerimaan kas, maupun laba bersih (SHU). Koperasi BMT MMU Sidogiri telah beroperasi dengan nama koperasi BMT Masalah sejak november 2013. Setelah koperasi BMT Masalah berdiri efektif, mereka mendirikan koperasi UGT Sidogiri pada tanggal 6 Juni 2000, dimana aset, omzet, dan laba bersih terus berkembang. Dan mereka memenangkan kepercayaan masyarakat. Sejak Desember 2014, 242 perusahaan jasa milik BMT UGT telah beroperasi di 10 provinsi (Pitriana, 2020)

BMT UGT Sidogiri Capem Gadang adalah salah satu BMT yang terdapat di Kota Malang, tepatnya di Jalan Gadang Nomor 21 A, Sukun, Kota Malang. Berdirinya BMT UGT Sidogiri, berawal dari keprihatinan para guru dan pengurus madrasah Miftahul Ulum Pondok Pesantren Sidogiri, akan perilaku masyarakat yang kurang memperhatikan kaidah-kaidah syariah dibidang mu'amalat yaitu maraknya transaksi yang menjerat pada pedagang kecil, dan mengarah pada ekonomi ribawi yang dilarang tegas oleh agama.

BMT UGT Sidogiri terus berkembang di Indonesia dengan cara membuka cabang di setiap provinsi. Koperasi dengan IT terbaik, koperasi dengan omzet tertinggi, dan koperasi dengan aset terbesar semuanya diberikan kepada BMT

UGT Sidogiri secara bersamaan. Setelah mengungguli para pesaingnya dalam hal aset dan keanggotaan, BMT UGT Sidogiri dinobatkan sebagai koperasi besar teratas di Jawa Timur. Dengan aset Rp 2,2 triliun, volume usaha Rp 2,04 triliun, dan anggota 16.010, BMT UGT Sidogiri menempati urutan pertama. Hal inilah yang melatarbelakangi peneliti memilih BMT UGT Sidogiri Capem Gadang sebagai tempat penelitian. BMT UGT Sidogiri Capem Gadang memiliki rencana pemasaran sendiri, salah satunya menghasilkan produk unggulan dalam kegiatan pemasaran untuk membina kerjasama masyarakat dan meningkatkan keanggotaan. Hal ini dijelaskan pada gambar dibawah ini:

Tabel 1.1 Jumlah Pertumbuhan Anggota

No	Tahun	Jumlah Anggota
1.	2016	1125
2.	2017	1335
3.	2018	1620
4.	2019	1985
5.	2020	2247
6.	2021	2411

Sumber : Dokumen Jumlah Anggota BMT UGT Sidogiri Capem Gadang (Tahun 2016-2021)

Kegiatan operasional yang dikembangkan meliputi penghimpunan dana dan menyalurkan melalui kegiatan pembiayaan dari dan untuk anggota. Penghimpunan dana diperoleh dari simpanan, yaitu dana yang dipercayakan oleh anggota kepada BMT untuk dikembangkan ke sektor produktif dalam bentuk pembiayaan. Jenis-jenis simpanan ini berbentuk tabungan umum syariah, tabungan haji, tabungan umrah, tabungan pendidikan, tabungan kurban, tabungan

tarbiyah, tabungan berjangka, dan tabungan MDA berjangka plus.

BMT UGT Sidogiri Capem Gadang perlu untuk mencari strategi pemasaran yang efektif untuk dapat bersaing dan menjaga *eksistensinya*, serta dapat meningkatkan motivasi menabung anggota di BMT tersebut. Strategi pemasaran adalah suatu wujud rencana dibidang pemasaran. Salah satu metode atau strategi yang digunakan BMT UGT Sidogiri Capem Gadang adalah dengan menggunakan metode layanan sistem jemput bola ataupun lewat pemasaran langsung baik dengan pelayanan pendanaan, maupun *customer service*. Pelayanan jemput bola ialah sarana yang mudah untuk pengguna menaruh dana mereka tiap hari untuk berinvestasi pada waktu yang akan datang secara konsisten

Penelitian yang dilakukan (Hidayati, 2016) menghasilkan temuan yaitu penerapan sistem jemput bola dengan cara mendatangi anggota dari rumah kerumah untuk lebih memudahkan anggota dalam melakukan transaksi. Penelitian yang dilakukan (Lilis, 2016) Hasil dari penelitian ini adalah Sistem layanan jemput bola merupakan sistem tabungan yang efektif untuk pemasaran, sistem tabungan yang memudahkan anggota, sistem yang simpel atau sederhana, sistem yang tidak memaksa anggota untuk selalu menabung, sistem yang menguntungkan, sistem yang aman, dan sistem yang mendidik. Penelitian yang dilakukan (Iman, 2018). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan dalam upaya mendapatkan dan mempertahankan jumlah anggota di Pasar Tradisional Leksono adalah dengan cara melakukan pendekatan langsung kepada para anggota maupun calon anggota dengan memberikan tawaran secara intensif agar menggunakan produk Simpanan Ummat serta mengembangkan

strategi bauran pemasaran yang meliputi produk, harga, tempat dan promosi.

Berdasarkan pada penelitian terdahulu memiliki perbedaan dalam meningkatkan motivasi antara beberapa teori dan variabel yang digunakan dalam penelitian. Dengan melihat hal tersebut, maka penulis perlu untuk menganalisis implementasi sistem layanan jemput bola dalam meningkatkan motivasi menabung anggota yang dilakukan oleh BMT UGT Sidogiri Capem Gadang agar perusahaan dapat mengetahui efektifitas dari strategi tersebut sehingga perusahaan dapat memanfaatkan peluang yang ada. Analisis pada strategi ini adalah salah satu cara untuk melihat keberhasilan pemasarannya apakah strategi ini masih dapat digunakan dan masih relevan dengan perkembangan yang ada saat ini.

Berdasarkan dengan pemaparan diatas penulis memutuskan untuk melakukan penelitian, dengan judul : **“Implementasi Sistem layanan Jemput Bola terhadap Meningkatkan Motivasi Menabung Anggota (Studi pada BMT UGT Sidogiri Capem Gadang)”**.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan dapat dirumuskan sebagai berikut: Bagaimana implementasi sistem layanan jemput bola pada BMT UGT Sidogiri Capem Gadang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan dilakukannya penelitian ini adalah : Untuk mengetahui implementasi sistem pelayanan jemput bola di BMT UGT Sidogiri Capem Gadang.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu untuk memberikan suatu manfaat bagi pihak-pihak tertentu, diantaranya yaitu:

1. Bagi Peneliti

- Untuk meningkatkan kemampuan peneliti dalam menganalisis fenomena dalam ruang lingkup dilakukan oleh lembaga keuangan syariah, khususnya rencana pelayanan jemput bola untuk memotivasi menabung anggota di BMT UGT Sidogiri Capem Gadang.
- Untuk menambah wawasan pemahaman bagi peneliti untuk memahami implementasi pelayanan jemput bola untuk memotivasi menabung anggota di BMT UGT Sidogiri Capem Gadang.

2. Bagi umum

Sebagai suatu sumber informasi untuk semua orang bahwasanya dengan adanya sistem layanan jemput bola tersebut mampu mempengaruhi motivasi menabung di rencana pelayanan jemput bola untuk memotivasi menabung anggota di BMT UGT Sidogiri Capem Gadang.

3. Bagi Praktisi

Memberikan sumbangsih pemikiran dan landasan teori bagi perkembangan ilmu-ilmu lembaga keuangan syariah serta informasi ilmiah yang dapat digunakan untuk melaksanakan penelitian selanjutnya.

4. Bagi Akademisi

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi bagi mahasiswa dalam mengerjakan tugas akhir.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang dapat melandasi atau menjadi sumber referensi yang mendukung atau tidak dalam penelitian yang akan dilakukan.

Diantaranya:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama, Tahun, dan Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Metode atau Analisis Data	Hasil Penelitian
1	Kurniawan, (2014) Universitas Syarif Hidayatullah Jakarta dengan judul Strategi Meningkatkan Nasabah pada BMT Usaha Mulya Pondok Indah.	Untuk mengetahui bagaimana strategi yang dilakukan dalam meningkatkan nasabah pada BMT Usaha Mulya Pondok Indah dan mengetahui permasalahan yang ada.	Kualitatif deskriptif.	Hasilnya menemukan bahwa strategi yang diterapkan oleh BMT Usaha Mulya Pondok Indah dalam meningkatkan nasabah, baik produk simpanan atau pembiayaan bertumpu pada alokasi dan pengorganisasian sumber daya manusia yang digambarkan melalui struktur perusahaan, kebudayaan yang ada di perusahaan.
2	Hidayati, (2016) IAIN Tulungagung dengan judul Analisis Penerapan Sistem Jemput Bola Pemberian Santunan Muawwanah dan Asuransi Pembiayaan Pada BMT Usaha tabungan Terpadu Sidogiri	Untuk menganalisis penerapan sistem layanan jemput bola pemberian santunan muawwanah dan asuransi pembiayaan pada BMT usaha	Kualitatif deskriptif.	Hasilnya menemukan temuan yaitu penerapan sistem jemput bola dengan cara mendatangi nasabah dari rumah kerumah untuk lebih memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi.

	Cabang Blitar.	gabungan terpadu Sidogiri cabang Blitar terpadu.		
3	Lilis, (2016) dengan judul “Sistem Layanan Jemput Bola Dalam Meningkatkan Motivasi Menabung Nasabah Pada BMT MUDA (mandiri ukhuwa persada) Kedinding Lor Surabaya”	Untuk mengetahui bagaimana Penerapan Sistem Layanan Jemput Bola Dalam Meningkatkan Motivasi Menabung Nasabah Pada BMT MUDA (mandiri ukhuwa persada) Kedinding Lor Surabaya.	Kualitatif Deskriptif.	Sistem layanan jemput bola adalah sistem tabungan yang sukses untuk pemasaran, sistem tabungan yang memudahkan nasabah, sistem yang tidak mengharuskan nasabah untuk selalu menabung, sistem yang aman, sistem yang menguntungkan, dan sistem yang mendidik.
4	Anggraini, (2016) dengan judul “Evaluasi Pelayanan Sistem Jemput Bola Dalam Meningkatkan Loyalitas Anggota Pada BMT Amanah Kudus”	Untuk mengetahui pelaksanaan pelayanan sistem jemput bola, mengetahui faktor pendukung dan penghambat pelayanan sistem jemput bola dalam meningkatkan loyalitas anggota pada BMT Amanah Kudus	Kualitatif Observasi, wawancara dan dokumentasi.	Menunjukkan keefektifan pihak pemasaran BMT dalam melayani anggota dengan melibatkan anggota secara aktif, yang merupakan komponen kunci dari layanan sistem jemput bola.
5	Apriani, (2017) dengan judul “Sistem Layanan Jemput Bola Dalam Meningkatkan Motivasi Menabung Nasabah Pada BMT UGT Sidogiri Cabang	Untuk mengetahui bagaimana strategi layanan jemput bola dalam meningkatkan motivasi	Kualitatif deskriptif.	Menunjukkan bahwa strategi layanan jemput bola dalam meningkatkan motivasi menabung nasabah pada BMT UGT Sidogiri Cabang Banjarmasin dengan

	Banjarmasin”	menabung nasabah yang diterapkan oleh BMT UGT Sidogiri Cabang Banjarmasin.		menjadikan pasar sebagai sasarannya.
6	Iman, (2018) dengan judul “Strategi Pemasaran Jemput Bola Produk Simpanan Ummat Pada Kspps Bmt Marhamah Wonosobo Cabang Leksono”	Untuk mendapatkan dan mempertahankan jumlah anggotanya dengan menggunakan layanan jemput bola.	Kualitatif deskriptif	Memfaatkan pendekatan langsung kepada anggota dan calon anggota, memberikan insentif untuk menggunakan produk Tabungan Ummah, dan membuat strategi bauran pemasaran yang memasukkan produk, harga, tempat, dan promosi merupakan strategi yang digunakan dalam upaya meningkatkan dan mempertahankan jumlah anggota.
7	Wulandari, (2018) dengan judul “Kepuasan Nasabah/Anggota Dalam Menggunakan Sistem Jemput Bola Pada BMT Fajar Kota Metro”	Untuk mendeskripsikan bagaimana kepuasan anggota di BMT Fajar Kota Metro.	Wawancara dan dokumentasi	Kepuasan anggota dalam menggunakan sistem jemput bola di BMT Fajar Kota Metro dapat diukur dengan melihat sistem keluhan dan saran, survey kepuasan anggota, dan analisis kehilangan pelanggan.
8	Andini, (2018) dengan judul Pengaruh Biaya Administrasi, Bonus Lebaran, dan Layanan Jemput Bola Terhadap Minat Nasabah Memilih Produk Si Fitri Pada BMT Harapan Ummat Sidoarjo.	Untuk membuktikan serta menyelidiki seberapa berpengaruh Biaya Administrasi, Bonus Lebaran, Dan Layanan	Kuantitatif dengan jenis asosiatif.	Hasilnya menunjukkan bahwa secara parsial dan secara simultan, hasilnya berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah.

		Jemput Bola Terhadap Minat Nasabah Memilih Produk Si Fitri Pada BMT Harapan Ummat Sidoarjo		
9	Khalilur Muhammad Rahman, Abdullan Al Mamun, Abdul Highe Khan dan Dr, Md, Abdul Jalil (2014) Ethical implications of sales promotion in Malaysia Islamic prespective	Untuk mengetahui imolikasi dari promosi penjualan di Malaysia	kualitatif	Islam selalu menekankan prinsip prinsip etika dalam setiap aspek bisnis. Ideologi etika ini sangat menganjurkan umat islam untuk mempromosikan bisnis yang dipandu oleh kepatuhan syariah. Pebisnis mencoba meyakinkan pelanggan dengan cara yang tidak etis dari promosi penjualan. Mereka terlalu memuji produk mereka, memberikan janji palsu tentang manfaat produk, menggunakan promosi salah selama iklan. Semua pekerjaan itu jelas merupakan pelanggaran terhadap pengajaran Islam.
10	Triandini, (2018) dengan judul pengaruh pelayanan jemput bola produk <i>funding</i> pada DPK serta total nasabah studi di BPRS Artha Karimah Irsyadi.	Untuk mengetahui seberapa pengaruhnya pelayanan jemput bola produk <i>funding</i> pada DPK serta total nasabah studi di BPRS Artha Karimah Irsyadi.	Uji hipotesis dan uji regresi variabel dummy.	Hasilnya menunjukkan tidak berpengaruh secara mandiri, layanan proaktif cenderung berpengaruh pada peningkatan simpanan dan jumlah nasabah secara mandiri, apabila kualita <i>internal</i> dan <i>eksternal</i> lebih ditingkatkan kualitas.

11	(Aziz, 2018) dengan judul “Pelaksanaan Produk Tabungan Dengan Sistem Jemput Bola Pada BMT Al Fataya Cabang Guguak Lima Puluh Kota”	Untuk mengetahui Bagaimana pelaksanaan produk tabungan dengan sistem jemput bola dan sistem bagi hasilnya.	Kualitatif deskriptif	Pelaksanaan produk tabungan mudharabah dengan sistem jemput bola awalnya mempunyai banyak manfaat yang dirasakan nasabah. Namun banyaknya jumlah nasabah tidak sebanding dengan jumlah tabungan yang ada.
----	--	--	-----------------------	---

Penelitian yang dilakukan oleh Hidayati, (2016), Kurniawan, (2014), Andini, (2018), Lilis, (2016), Anggraini, (2016), Iman, (2018), Wulandari, (2018), Rufaida (2018), (Apriani, 2017), Jalil (2014) menunjukkan hasil yang sama yaitu Sistem layanan jemput bola adalah sistem tabungan yang sukses untuk pemasaran, sistem tabungan yang memudahkan nasabah, sistem yang tidak mengharuskan nasabah untuk selalu menabung, sistem yang aman, sistem yang menguntungkan, dan sistem yang mendidik. Sedangkan penelitian yang dilakukan Triandini, (2018) dan (Aziz, 2018) Hasilnya menunjukkan tidak berpengaruh secara mandiri, layanan proaktif cenderung berpengaruh pada peningkatan simpanan dan jumlah nasabah secara mandiri, apabila kualita internal dan eksternal lebih ditingkatkan kualitas. Dan pelaksanaan produk tabungan mudharabah dengan sistem jemput bola awalnya mempunyai banyak manfaat yang dirasakan nasabah. Namun banyaknya jumlah nasabah tidak sebanding dengan jumlah tabungan yang ada.

2.2. Kajian Teoritis

2.2.1 Pengertian Strategi

Rancangan strategi (*strategy*) diartikan menjadi jalan agar tercapainya tujuan. Rancangan ini dahulu dipakai dalam dunia perang. Strategi dalam perang adalah apapun cara yang dipakai untuk memenangkan pertempuran saat berperang (*war*). Adapun cara yang dipakai militer untuk tidak kalah di pertempuran (*battle*) dikenal dengan istilah taktik (Subhan, 2021).

Sebuah strategi lahir dari bahasa Yunani *strategia* (*stratos* =milite, serta *ag* = *memimpin*), bisa disebut dengan seni atau ilmu sebagai seorang jenderal. Strategi ini cocok digunakan saat situasi perang, karena jenderal dipercaya agar memimpin dan mengalahkan musuh. Rancangan Sun Tzu, Hannibal, serta Carl Von Clausewitz pada kerangka bisnis strategi menjelaskan bahwa sebuah bisnis yang responsif dengan lingkungan yang ditentukan serta menjadi acuan mendistribusikan sumber daya serta cara organisasi. Strategi mampu diartikan menjadi sebuah cara untuk memutuskan dan menggapai target organisasi dan menjalankan misinya (Subhan, 2021).

Chandler menjelaskan, strategi adalah cara agar menggapai target organisasi dalam hal ini bertujuan dengan tindak lanjut serta prioritas distribusi sumber daya. Stephanie K. Marrus menjelaskan, strategi diartikan menjadi suatu perjalanan pemimpin (*leader*) dalam merencanakan alur perusahaan kedepan dengan memikirkan kualitas, kepuasan agar pelanggan tidak kecewa. Dalam buku Tjipto dan Chandra juga mengambil pernyataan parasuraman, et al.,. Yakni jasa diharapkan, artinya mutu jasa jelek. Maka dari uraian tersebut, kualitas jasa dapat dinilai baik

dilihat dari bagaimana perusahaan tersebut dalam memanjakan konsumen (Fauziyah & Andarini, 2021).

Ada 4 tolak ukur untuk mengkoreksi kelebihan dan kekurangan strategi, yaitu *consonance*, *adventage*, *fesibility*, dan *consistency* (Priambodo et al., 2021)

- a. *Consonance* ialah kekuatan strategi untuk memaksimalkan peluang bisnis dan mengatasi ancaman yang muncul di masa depan. Sebagai contoh, strategi pengembangan produk baru Honda yang melibatkan penciptaan tipe keluarga yang berbeda merupakan cara terbaik untuk menangkap peluang pertumbuhan jumlah kelas menengah Indonesia yang membutuhkan kendaraan keluarga yang terjangkau dan dapat diandalkan.
- b. *Adventage* merupakan kekuatan perusahaan secara strategis dan meminimalisir kekurangan perusahaan. Contohnya strategi Bank BRI untuk terus fokus melayani usaha kecil dan menengah karena cocok dengan keunggulan serta pengalaman Bank BRI pada keuangan mikro.
- c. *Fesibility* merupakan memaksimalkan sumber daya (keuangan, sumber daya manusia, organisasi) untuk mendukung menerapkan strategi perusahaan. Contohnya Indosat telah berhasil bertransformasi menjadi operator internasional karena memiliki sumber daya yang unggul.
- d. *Consistency* merupakan suatu strategi yang diterapkan dalam melakukan suatu perencanaan yang mana dapat dijalankan dengan baik. Disisi lain rencana dalam pelaksanaan mencakup pengurangan tujuan tingkat perusahaan menjadi departemen fungsional, unit kerja, dan individu.

Bauran pemasaran tradisional dikemukakan oleh Zeithmal dan Bitner dalam (Hurriyanti, 2019) terdiri dari 4p. Secara khusus, istilah berikut terdiri dari: *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat/lokasi) dan *promotion* (promosi). Namun, untuk mempromosikan layanan secara efektif, bauran pemasaran harus diperluas untuk mencakup komponen non-tradisional seperti orang (*people*), bukti fisik (lingkungan fisik), dan proses (*proses*), sehingga total ada tujuh faktor (7P). (Irawan, 2018)

Kesimpulannya pemasaran yakni jenis variabel yang terkontrol untuk digabungkan dengan menghasilkan reaksi yang diinginkan dari target sasaran. Terdapat 7 unsur usaha jasa marketing mix yakni: *product, price, promotion, place, people, process, physical evidence*.

- a. *Product* (Produk) adalah sesuatu yang dapat dijual kepada publik, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi untuk memenuhi permintaan atau keinginan konsumen. Kualitas produk, gaya, dan merek adalah contoh indikator produk.
- b. *Price* (Harga) dianggap sebagai tolok ukur untuk memperoleh barang atau jasa atau sebagai cara untuk mengukur nilai sesuatu di mata konsumen. Kesesuaian kualitas produk dengan harga, persaingan harga, dan harga dengan manfaat produk merupakan indikator keterjangkauan. (Saladin, 2008).
- c. *Promotion* (Promosi) ialah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengerahkan seseorang atau organisasi agar menciptakan pertukaran dalam pemasaran. Indikator promosi periklanan, promosi penjualan dan informasi dari mulut ke mulut. (Irawan, 2018)

- d. *Place* (Tempat/lokasi) lokasi berhubungan dengan dimana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi atau kegiatannya. Indikator lokasi akses, visibilitas, dan lalu lintas. (Lupiyoadi, 2013)
- e. *People* (Orang) ialah semua pelaku yang memainkan peranan dalam penyajian jasa sehingga dapat mempengaruhi persepsi pembeli. Indikator orang meliputi pelayanan karyawan dan konsumen. (Hurriyanti, 2019)
- f. *Process* (Proses) ialah semua prosedur aktual, mekanismen, dan aliran aktifitas yang digunakan untuk menyampaikan jasa. Indikator proses meliputi kecepatan, kemudahan, ketelitian, dan penyampaian terhadap keluhan. (Hurriyanti, 2019)
- g. *Physical evidence* (Lingkungan fisik) ialah suatu kondisi atau keadaan yang didalamnya juga tergolong suasana yang membuat letak terjadinya proses penjualan dan pelayanan (Agusrinal, 2014).

Russel serta Taylor mengatakan strategi merupakan visi universal yang mempersatukan organisasi, sediakan pedoman kestabilan saat memutuskan, serta hendak senantiasa melindungi supaya industri beranjak kearah yang akurat. Berikutnya (Aquilano, 1995) mengatakan, kalau strategi pembedahan merupakan sesuatu yang berhubungan dengan pemilihan kebijakan serta konsep universal buat menggunakan sumber energi penciptaan supaya bisa menunjang sebaik-baiknya strategi bersaing jangka panjang perusahaan (Haming, 2007).

Pada dunia bisnis dengan persaingan kuat serta area bergerak, strategi ialah cara untuk mencapai keunggulan untuk bersaing keberhasilan suatu bisnis. Manajer

tugas utamanya ialah menentukan strategi yang tepat. Konsultan yang top sering didatangkan hanya untuk menentukan strategi meskipun perusahaan harus mengeluarkan dana yang banyak. Proses perencanaan strategi sering kali mewajibkan perusahaan mengganti usahanya, mengambil alih kompetensi baru, mengganti sistem bisnis, serta struktur organisasi yang seluruhnya membutuhkan waktu yang lama.

2.2.2 Pengertian Pelayanan Jemput Bola

Pelayanan (service) ialah melaksanakan suatu untuk orang lain. Bagi (Azizah, 2019) pelayanan ataupun servis bisa dimaksud selaku suatu aktivitas ataupun manfaat oleh satu pihak pada yang lainnya. Layanan ini termasuk kecepatan pelayanan, kenyamanan, kemudahan posisi, harga normal serta bersaing. Hendak namun, selaku layanan sebutan service menyiratkan seluruh suatu yang dicoba pihak tertentu pada pihak lain, contohnya *customer service*. Jasa/layanan mempunyai 2 ciri unik yang membedakan dari benda serta berakibat pada strategi mengelola serta menjajaakan. 2 ciri utama tersebut ialah (AEY, 2019) :

a. *Intagibility*

Jasa/ layanan bertabiat *intangible*, maksudnya jasa tidak bisa dilihat, dirasa, dicium, didengar, ataupun diraba saat sebelum dibeli serta disantap. Seseorang pembeli jasa tidak bisa memperhitungkan hasil dari suatu jasa saat sebelum dia hadapi apalagi pada tipe jasa tertentu. Bahan- bahan *intangible* dipercaya lebih susah dipertimbangkan, sebab dapat memunculkan tingkatan ketidakjelasan serta anggapan resiko yang besar. Karena tersebut mengurangi

ketidakjelasan, konsumen kerap kali mencermati tanda, ciri, arah ataupun fakta raga mutu jasa bersangkutan. Mereka hendak merumuskan mutu jasa dari aspek tempat, orang, perlengkapan, bahan, modul komunikasi, simbol, serta harga. Akhirnya membuat konsumen terbujuk oleh atribut- atribut yang dipakai industri, simbol yang bertabiat ilmiah serta bisa diperhitungkan ataupun simbol individual.

b. *Heterogeneity/varibality/inconsistency.*

Layanan bertabiat sangat fleksibel ataupun bermacam-macam sebab ialah *non-standardized* output, maksudnya wujud, mutu, serta jenisnya sangat berbagai macam, bergantung kepada orang, waktu, serta dimana layanan tersebut diwujudkan. Selaku contohnya, dosen mengajar kelas seajar tidak dapat menjamin kalau kuliahnya sama persis di sebagian kelas seajar. Keberagaman jam terbang serta mutu pelayanan semacam ini disebabkan 3 perihal: kerja sama ataupun kontribusi konsumen sepanjang pemberian layanan, perilaku ataupun tekad karyawan dalam memperlakukan konsumen, dan beban kerja industri. Aspek-aspek tersebut memperkenalkan sanggahan tertentu dalam cara tiap industri meningkatkan persepsi baik merk yang tidak berubah-ubah.

Untuk mengurangi dampak buruk keberagaman kualitas layanan ada empat alternatif yang harus dilakukan :

- 1) Pendanaan pada majemen SDM.

Melakukan investasi saat tahap perekrutan, seleksi, training serta pengembangan karyawan, khususnya *public contact personal*.

2) Industrialisasi jasa atau layanan

Memanfaatkan kecanggihan teknologi modern (contoh memberikan layanan akses online).

3) Service Customization

Mempererat hubungan antara stake holder perusahaan agar menciptakan kekeluargaan disaat bekerja, diharapkan dapat memberikan *service* yang maksimal.

4) Pemantauan kepuasan konsumen

Memperhatikan umpan balik seperti kritik dan saran dari konsumen , agar dapat mengerti kekurangan atau kelebihan.

Etika pemasaran serta pelayanan jasa harus ditingkatkan secara sistematis serta terstruktur untuk menumbuhkan empati serta memikat komunitas calon nasabah bank. Andaikata sudah di praktekkan secara maksimal diinginkan pemasaran hasilnya maksimal. Pelayanan ialah aktivitas balasan jasa melalui suatu pihak kepada pihak lainnya. Pelayanan yang diharapkan adalah pelayanan yang ramah, tamah, adil, cepat, tepat dan dengan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya (Hasibuan, 2007).

Sebagai lembaga keuangan yang masih awal berdiri, BMT membutuhkan promosi dan sosialisasi yang maksimal di masyarakat. Keaktifan pengelola dalam memasarkan produk merupakan komponen terpenting yang menentukan keberhasilan

lembaga. Salah satu cara yang efektif yang dilakukan adalah dengan melakukan pendekatan “jemput bola”, pendekatan ini dilakukan dengan cara petugas langsung mendatangi calon anggota agar bisa leluasa untuk menjelaskan mengenai konsep keuangan syariah serta sistem dan prosedur operasional di BMT (Aziz, 2018).

Menurut (Huda, 2017) Jemput Bola adalah mendatangi atau mencari pelanggan (dengan cara apapun dan efektif pelanggan tanpa harus mengeluarkan banyak tenaga). Dalam dunia BMT, biasanya ini dilakukan dengan cara promosi kepada masyarakat. Menurut Kotler dan Keller (2009), pelanggan akan loyal saat layanan yang diberikan mampu melebihi ekspektasi dan harapan yang mereka bayangkan. Dan akan berdampak sebaliknya, apabila layanan yang diberikan dibawah ekspektasi dan harapan mereka maka pelanggan akan meninggalkan layanan tersebut.

Pelayanan jemput bola akan memberikan beberapa keuntungan kepada lembaga, antara lain(Tohari, 2017):

1. Dapat bertemu langsung kepada anggota atau calon anggota, sehingga dapat mempresentasikan produk dengan detail.
2. Lembaga mendapatkan informasi atau kritikan tentang kelemahan produknya secara langsung.
3. Pegawai dapat langsung mempengaruhi anggota.
4. Memunculkan keakraban antara anggota dan pegawai.
5. Pegawai yang memberikan pelayanan kepada anggota mencerminkan bahwa pelayanan dari lembaga baik.

Dari perspektif syariah, pelayanan jemput bola ini merupakan sebagai upaya pedagang atau penyedia jasa mengembangkan tradisi silaturahmi yang menurut Rasulullah Saw dapat menambah rezeki, dipanjangkan umurnya dan menghapus sifat kebencian (Annisa, 2013).

Layanan jemput bola atau *pick up service* adalah jenis layanan yang menawarkan kenyamanan anggota dan mengurangi risiko ketika anggota menyetor uang di lembaga keuangan. Dengan layanan ini, anggota dapat menyetor atau menarik dana dari rekening mereka hanya dengan menghubungi lembaga yang sesuai, sehingga mereka tidak perlu ke kantor (Ulwiwati, 2013).

Merancang jasa lebih abstrak daripada merancang barang karena dalam bisnis jasa, jasa yang ditawarkan adalah produk. Dalam Hanik Ulwiwati, Yulian Zamit (2002) berargumen bahwa untuk bisnis jasa, mengubah produk akan lebih menantang daripada mengubah layanan karena layanan dapat beradaptasi dan cenderung mengubah aktivitas dengan lebih mudah. Dan sejatinya pelayanan membutuhkan kerja nyata perusahaan yang hasilnya mampu dirasakan oleh para konsumen (Ulwiwati, 2013).

Setiap perusahaan pemasaran, termasuk bisnis manufaktur dan jasa, sangat bergantung pada kualitas layanan atau jasa untuk menyediakan berbagai produk, *positioning*, dan strategi bersaing. Namun, karena layanan penjemputan untuk anggota disediakan oleh sejumlah bisnis besar, minat dan fokus pada pengukuran kualitas layanan semakin meningkat (Ulwiwati, 2013).

Dari banyak sudut pandang ahli, dapat disimpulkan bahwa pelayanan jasa merupakan indikator dalam menentukan seberapa termotivasi anggota kelompok. Sehingga sebelum sampai pada tingkat motivasi, layanan ini dapat mengimplementasikan rencana untuk mempengaruhi minat melakukan pembelian, setelah itu pengukuran akan berdampak pada insentif anggota untuk menabung.

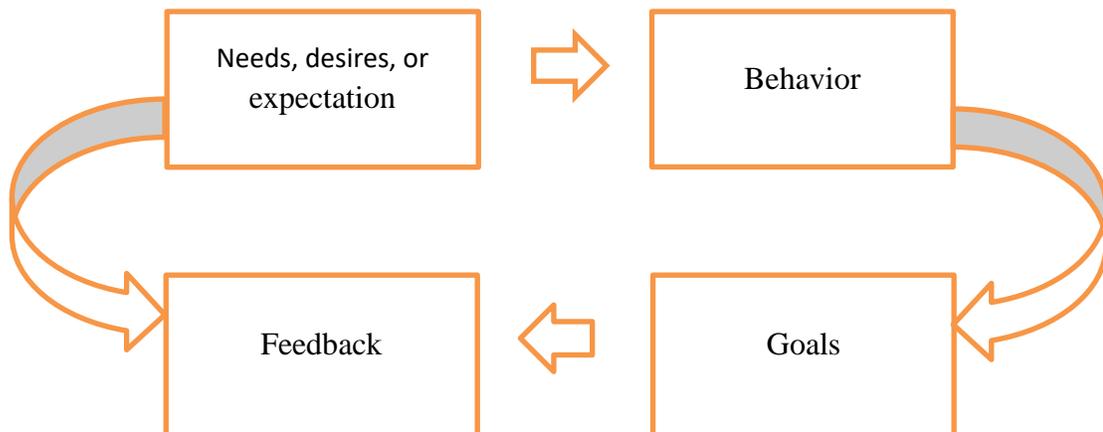
2.2.3 Pengertian Motivasi

Motivasi adalah daya pendorong yang mengakibatkan seseorang mau dan rela untuk menggerakkan kemampuan dalam bentuk keahlian atau keterampilan, tenaga, dan waktunya untuk menyelenggarakan berbagai kegiatan yang menjadi tanggung jawabnya dan menunaikan kewajibannya (Hakim et al., 2021).

Motivasi adalah faktor penggerak ke arah tujuan yang ingin dicapai dalam bentuk suatu dorongan yang sifatnya dapat muncul dari atau dalam diri seseorang. Sedangkan dikaitkannya kepada konsumen, dapat diartikan bahwasannya motivasi adalah suatu dorongan terhadap konsumen yang dalam mengambil keputusan sesuatu tindakan agar mencapai tujuannya yaitu memenuhi kebutuhan dan keinginan (Syahputra et al., 2020). Motivasi adalah akibat dari interaksi individu dan situasi, baik situasi internal maupun eksternal dimana individu tersebut memiliki dorongan motivasi dasar yang berbeda. Mendefinisikan motivasi sebagai proses yang ikut menentukan intensitas, arah dan ketekunan individu dalam usaha mencapai sasaran (Potu et al., 2021).

Banyak teori motivasi berdasarkan asas kebutuhan. Kebutuhan yang menimbulkan seorang berupaya buat bisa memenuhinya. Motivasi merupakan proses psikologi yang bisa memaparkan sikap seorang. Sikap hakikatnya ialah orientasi di satu tujuan. Artinya, sikap seorang dibuat menggapai tujuan dengan memerlukan tahap interaksi serta sebagian faktor. Maka, motivasi ialah kekuatan buat mendesak seorang melaksanakan suatu buat menggapai tujuan. Kekuatan ini dasarnya dirangsang terdapatnya berbagai keperluan, semacam 1) keinginan, 2) tingkah laku, 3) tujuan, serta 4) umpan balik (Wanda, 2021).

Gambar Proses Motivasi Dasar



Sumber : (Wanda, 2021) Aplikasi Strategi Pembelajaran *Lightening The Learning Climate* Untuk Meningkatkan Motivasi Belajar IPS.

Dari teori tersebut kesimpulannya motivasi yakni dorongan yang disebabkan rangsangan dari dalam atau luar menyebabkan timbul keinginan merubah kegiatan tertentu menjadi lebih baik.

Rahmatullah, (2020) menerangkan motivasi ditafsirkan selaku bantuan dari dalam diri orang seorang serta memforsir perbuatannya. Dorongan ini hasil dari tekanan yang mencuat dari keperluan yang tidak tercukupi. Herzberg menjelaskan yang termasuk menjadi golongan faktor motivasional antara lain ialah pekerjaan seseorang, keberhasilan yang diraih, kesempatan bertumbuh, kemajuan dalam karier dan pengakuan orang lain.

Motivasi ialah aktivitas yang memberikan serta menjaga sikap manusia. Motivasi ini ialah subjek yang berarti untuk manajer (Handoko, 2001), sebab manajer wajib berkerja lewat orang lain. Bernard Berelson serta Gary A. Steiner dalam Machrony (1854; 109), mengartikan motivasi yakni *all those inner striving conditions variously described as wishes, derises, needs, drives, and the like*. Motivasi bisa dimaksud selaku kondisi kejiwaan serta perilaku mental manusia yang membagikan energy mendesak aktivitas (*moves*), serta menuju ataupun menyalurkan sikap kearah menggapai kebutuhan yang membagikan kepuasan ataupun kurangi ketidakseimbangan. Secara pasif, motivasi nampak selaku kebutuhan serta pendorong yang bisa mengontrol seluruh kemampuan, baik pekerja ataupun sumber energi yang lain. Dari segi aktif, motivasi nampak selaku sesuatu upaya positif untuk mengontrol energi serta kemampuan pekerja supaya secara produktif sukses menggapai tujuan. Motivasi dapat dirumuskan yakni :

- a. Tiap industri ataupun kehendak serta kemauan yang berdampak pada tujuan orang menyebabkan adanya dorongan untuk bersikap dan berperan.
- b. Dampak kekuatan menampilkan sikap orang.

- c. Setiap aksi merubah sikap individu.
- d. Tahap yang menggerakkan sikap orang pada tujuan

Motivasi seorang ditetapkan stimulusnya. Stimulus ialah penggerak motivasi seorang membuat timbulah dampak sikap orang terkait. Motivasi seorang bagi sagir(1985: 97- 99) umumnya yakni:

- a. Kinerja (*Achievement*)

Seorang yang kemauan berprestasi menjadi kebutuhan bisa mendesak menggapai target. David MC Cleland melaporkan kalau level *needs of Achievement (n- Ach)* sebagai naluri kedua, yakni kunci kesuksesan individu. N- Ach biasanya terkait sikap positif, berani memilih risiko yang menggapai sesuatu target yang sudah ditetapkan.

- b. Penghargaan (*Recognition*)

Penghargaan ialah pengakuan sesuatu kerja yang diperoleh individu ialah stimulus dari kerja yang akan memberikan kepuasan batin yang lebih besar dari penghargaan dalam bentuk modul atau hadiah.

- c. Tantangan (*Challenge*)

Ada tantangan yakni stimulus kokoh untuk diatasi manusia. Target yang mudah dicapai biasanya tidak mampu menjadi stimulus, condong menjadi kegiatan teratur. Tiap tantangan biasanya memperbesar keinginan untuk menyelesaikannya.

- d. Tanggung jawab (*Responsibility*)

Ada rasa tanggung jawab akan menimbulkan motivasi untuk turut merasa bertanggung jawab.

e. Pengembangan (*Development*)

Pengembangan keahlian individu, dari pengalaman kerja, mampu jadi stimulus kokoh untuk pekerja agar bekerja lebih aktif.

2.2.4 Pengertian Menabung

KBBI menyatakan menabung yakni kata kerja yang berarti menyimpan uang. Secara luas menabung berarti aktifitas menyimpan sebagian penghasilan untuk menjadi cadangan dikemudian hari.

Dasar hukum anjuran menabung tercantum dalam al-qur'an QS. Al-Isro' ayat 29 tentang anjuran menabung:

وَلَا تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَىٰ عُنُقِكَ وَلَا تَبْسُطْهَا كُلَّ الْبَسْطِ فَتَقْعُدَ مَلُومًا مَّحْسُورًا

Artinya : “Dan janganlah kamu jadikan tanganmu terbelenggu pada lehermu dan janganlah kamu terlalu mengulurkannya karena itu kamu menjadi tercela dan menyesal” (Q.S Al-isra':29).

Ayat ini menjelaskan kepada kita untuk tidak bersifat pelit dan ayat ini menganjurkan kita agar tidak boros.

Tabungan menurut Undang-Undang Nomor 10 tahun 1998 perihal perbankan yakni simpanan yang penarikannya hanya mampu dijalankan sesuai kesepakatan syarat, namun tidak ditarik dengan cek, bilyet giro, serta alat lain yang setara (Rahmatullah, 2020).

a. Ketentuan dan Persyaratan Tabungan

1) Pembukaan Tabungan

Bank syariah memberikan formulir kepada calon nasabah sebelum membuka rekening tabungan. Formulir yang pembukaan tabungan seringkali sama untuk semua bank syariah, hanya penyajian formulir yang bervariasi.

2) Jumlah Setoran Minimal

Tiap bank syariah akan memberi syarat perihal regulasi setoran minimal di awal pembukaan. Total setoran pertama tergantung tiap bank syariah. Beberapa bank syariah memberi syarat setoran pertama yakni Rp.5.000,-. Bank syariah menciptakan regulasi perihal setoran minimal untuk setoran berikutnya, misalnya Rp.10.000,-.

3) Jumlah Penarikan

Penarikan tabungan yakni pengambilan dana oleh nasabah. Bank syariah mempunyai regulasi yang berbeda, baik dari total penarikan atau frekuensi penarikan dalam sehari. Total penarikan langsung, umumnya tidak dibatasi bank. Penarikan dengan nominal besar, meski tidak dibatasi, nasabah wajib menginformasikan sebelumnya. Sediaan uang di bank terbatas, sehingga penarikan dalam jumlah besar bank butuh informasi sebelumnya.

4) Saldo Tabungan

Tiap bank syariah menciptakan regulasi perihal saldo minimal tabungan. Besarnya saldo minimal tergantung tiap bank syariah. Regulasi

perihal saldo minimal dijalankan untuk pembayaran administrasi penutupan rekening.

5) Bonus Tabungan

Menjadi balas jasa oleh bank syariah pada nasabah berupa bonus. Besarnya bonus serta cara perhitungan tergantung tiap bank syariah. Perhitungan bonus tabungan sama dengan perhitungan bonus giro. Tetapi biasanya bank syariah memberi bonus tabungan lebih banyak daripada giro. Sebab stabilitas dana giro lebih rendah daripada tabungan. Bonus tabungan, meskipun mampu ditarik di mesin ATM bank lain, tetapi total penarikannya dibatasi. Bonus tabungan tidak dijanjikan sebelumnya, tetapi tergantung bank syariah. Bonus nasabah tabungan sebagai beban.

b. Penutupan Tabungan

1) Penutupan Tabungan Atas Permintaan Nasabah

Nasabah tidak ingin berlanjut sebagai nasabah di bank syariah, sehingga melakukan penutupan rekening.

2) Penutupan Tabungan Karena Tidak Aktif

Mutasi tabungan nasabah tidak aktif, berarti tidak ada mutasi tabungan serta saldo tabungan kurang dari saldo minimal. Saldo tabungan kurang dari saldo minimal serta > 3bulan, bank syariah akan menutup rekening tabungan (Dynda Rosadi, 2020).

c. Produk Tabungan

1. Tabungan Umum Syariah

Tabungan umum syariah, dimana setoran dan penarikan dapat dilakukan kapan saja ketika diperlukan untuk memenuhi kebutuhan anggota.

akad : Tabungan diakad berdasarkan prinsip syariah *mudharabah musytarakah* dengan nisbah 30% anggota : 70% BMT

2. Tabungan Haji

Tabungan umum berjangka untuk mendukung anggota yang ingin menunaikan ibadah haji.

Akad : Tabungan diakad berdasarkan prinsip syariah *mudharabah musyarakah* dengan nisbah 50% Anggota : 50% BMT

3. Tabungan Umrah

Tabungan umum berjangka untuk mendukung anggota yang ingin menunaikan ibadah umrah.

Akad : Tabungan diakad berdasarkan prinsip syariah *mudharabah musyarakah* dengan nisbah 40% Anggota : 60% BMT

4. Tabungan Pendidikan

Tabungan umum berjangka bagi lembaga pendidikan untuk menghimpun dana simpanan siswa.

Akad : Tabungan diakad berdasarkan prinsip *mudharabah musytarakah* dengan nisbah 40% Anggota : 60% BMT

5. Tabungan Kurban

Tabungan umum berjangka untuk anggota dapat merencanakan kurban dan aqiqah.

Akad : Tabungan diakad berdasarkan prinsip syariah *mudharabah musytarakah* dengan nisbah 40% Anggota : 60% BMT

6. Tabungan Tarbiyah

Tabungan umum berjangka dengan komponen asuransi dan jumlah setoran bulanan yang ditetapkan untuk kepentingan pendidikan anak.

Akad : Tabungan diakad berdasarkan prinsip syariah *mudharabah musytarakah* dengan nisbah 25% Anggota : 75% BMT.

7. Tabungan Berjangka

Tabungan Berjangka dimana penyeteroran dan penarikan berdasarkan jangka waktu tertentu.

Akad : Tabungan diakad berdasarkan prinsip syariah *mudharabah musytarakah* dengan nisbah sebagai berikut:

- | | | |
|----|--|-----------|
| a. | Jangka waktu 1 bulan Nisbah 50% Anggota | : 50% BMT |
| b. | Jangka waktu 3 bulan Nisbah 52% Anggota | : 48% BMT |
| c. | Jangka waktu 6 bulan Nisbah 55% Anggota | : 45% BMT |
| d. | Jangka waktu 9 bulan Nisbah 57% Anggota | : 43% BMT |
| e. | Jangka waktu 12 bulan Nisbah 60% Anggota | : 40% BMT |
| f. | Jangka waktu 24 bulan Nisbah 70% Anggota | : 30% BMT |

8. Tabungan MDA Berjangka Plus

Tabungan berjangka khusus dengan manfaat asuransi santunan kesehatan secara gratis

Akad : Tabungan diakad berdasarkan prinsip syariah *mudharabah musyarakah* dengan nisbah 50% Anggota : 50% BMT (Ridwan, 2004)

d. Jenis Akad Dalam Tabungan

1) Akad Wadi'ah

a. Pengertian Akad *Wadi'ah*

Wadi'ah dalam segi bahasa adalah meninggalkan atau meningkatkan sesuatu pada orang lain untuk dipelihara atau dijaga. Arti wadi'ah, dalam bahasa Arab berarti “amanah”, telah dijelaskan dalam Al-Qur'an (Jaya, 2020). Wadi'ah secara teknis dipahami sebagai titipan murni yang dilakukan oleh satu pihak kepada pihak lain, baik orang perseorangan maupun badan hukum, yang harus dipelihara dan dikembalikan sesuai kehendak penitip.. *Wadi'ah* adalah penitipan uang atau barang untuk disimpan, dimana penyimpan barang atau uang memiliki kewajiban berkelanjutan untuk mengembalikan barang setiap saat. (Sumar'in, 2012).

Berdasarkan fatwa DSN MUI, tabungan yang dibenarkan secara syariah adalah berdasarkan prinsip *wadi'ah* adalah sebagai berikut:

1. Bersifat simpanan
2. Simpanan dapat diambil kapan saja atau berdasarkan kesepakatan

3. Tidak ada imbalan yang disyaratkan, kecuali dalam bentuk pemberian yang bersifat sukarela dari pihak bank.

Prinsip *Wadi'ah* dibagi menjadi 2 yaitu :

a. *Wadi'ah Amanah*

Wadi'ah amanah adalah akad bagi BMT untuk menyimpan barang atau uang, namun BMT tidak berhak menggunakan titipan tersebut dan wajib menahannya sesuai dengan kelaziman. BMT dapat menuntut adanya suatu jasa (biaya) kepada deposan sebagai imbalan atas administrasi, pemeliharaan, dan keamanannya.

b. *Wadi'ah Yad Dhomanah*

Wadi'ah Yad Dhomanah adalah akad penitipan barang atau uang (sering berupa uang) kepada BMT, meskipun BMT berhak menggunakan dana tersebut, untuk kontrak ini, deposan akan mendapatkan bonus, namun besarnya jelas sangat bergantung pada kebijakan manajemen BMT (Ridwan, 2004)

2) Akad Mudharabah

Prinsip *mudharabah* mengacu pada pengaturan kerjasama permodalan berdasarkan bagi hasil antara pengelola dana atau pengusaha (*mudhorib*) dan pemilik dana (*shahibul maal*). BMT berfungsi sebagai *mudharib* untuk mengumpulkan uang dan sebagai *shahibul maal* untuk penyimpanan. (Jaya, 2020)

Berdasarkan fatwa DSN MUI, tabungan yang dibenarkan secara syariah adalah berdasarkan prinsip mudharabah adalah sebagai berikut:

- a. Dalam transaksi ini nasabah bertindak sebagai *shahibul maal* atau pemilik dana, dan bank bertindak sebagai *mudhorib* sebagai pengelola dan.
 - b. Dalam kapasitasnya sebagai *mudhorib*, bank dapat melakukan berbagai macam usaha yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah dan pengembangannya termasuk didalamnya mudharabah dengan pihak lain.
 - c. Modal harus dinyatakan dengan jumlahnya, dalam bentuk tunai dan bukan piutang.
 - d. Pembagian keuntungan harus dinyatakan dalam bentuk nisbah dan dituangkan dalam akad pembukaan rekening.
 - e. Bank sebagai *mudhorib* menutup biaya operasional tabungan dengan menggunakan nisbah keuntungan yang menjadi haknya
 - f. Bank tidak diperkenankan mengurangi nisbah keuntungan nasabah tanpa persetujuan yang bersangkutan.
1. *Al-mudharabah al-muqayyadah (restricted mudharabah)*. Disebut *Al-mudharabah al-muqayyadah* atau *mudharabah* penyerahan modal yang tunduk pada ketentuan dan batasan. Dengan kata lain, karyawan berkewajiban untuk mematuhi batasan dan persyaratan yang ditetapkan oleh pemilik modal.

2. *Al-mudharabah al-muthlaqah (unrestricted mudarabah)*. Disebut *Al-mudharabah al-muthlaqah* atau *mudharabah* yang penyerahan modal secara lengkap dan tanpa syarat Dengan kata lain, karyawan diizinkan untuk mengelola modal sesuai keinginan mereka. (Jaya, 2020)

Adapun jenis *mudharabah al-muqayyadah* dibagi menjadi dua, yaitu:

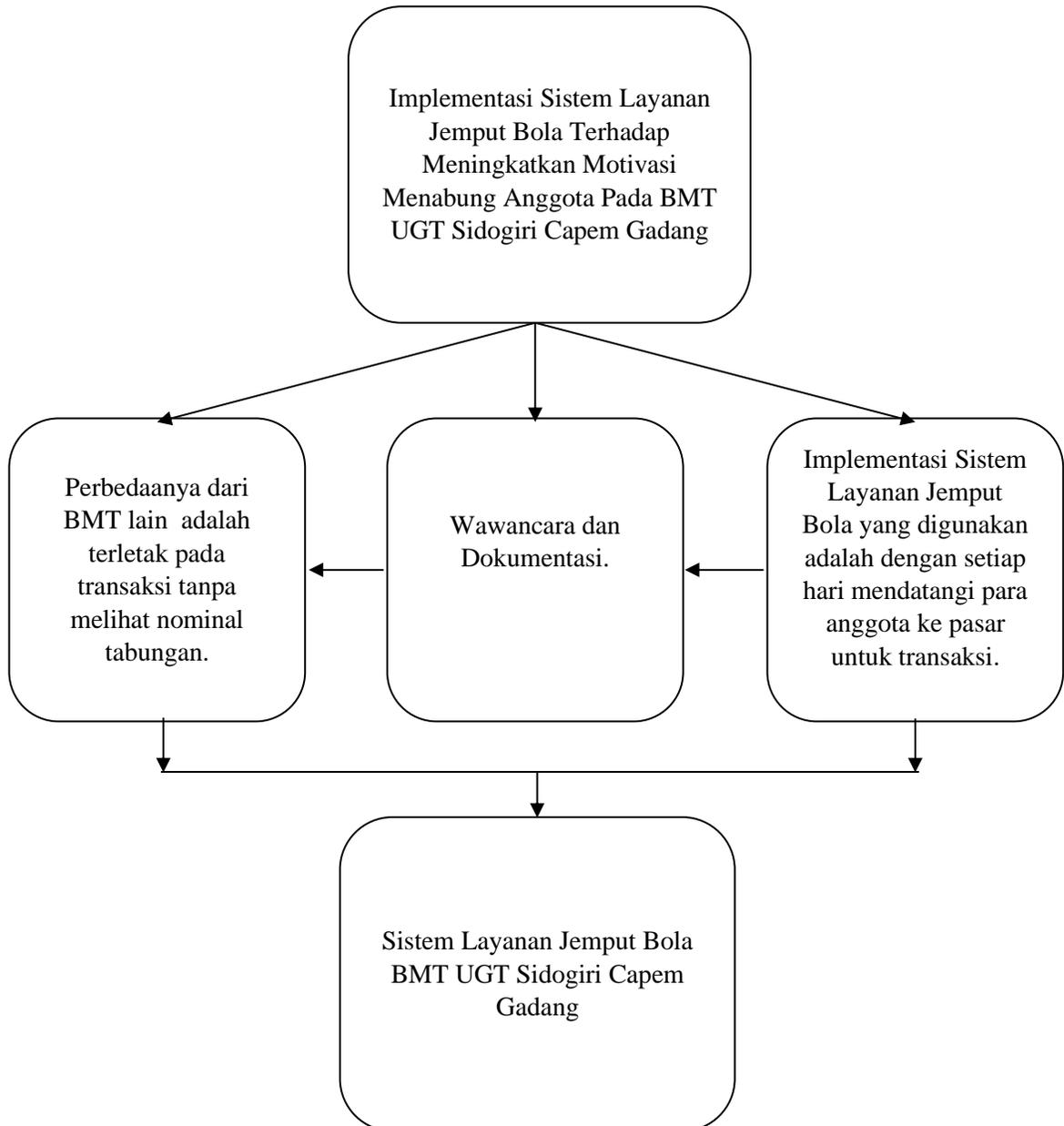
1. *Mudharabah muqayyadah on balance sheet* (investasi terikat)

Mudharabah muqayyadah on balance sheet yaitu pemilik dana (*shahibul maal*), menetapkan batasan atau persyaratan bagi mudharib ketika mengelola keuangan, seperti membatasi mudharabah pada bidang, teknik, kesempatan, dan lokasi tertentu.

2. *Mudharabah muqayyadah on balance sheet*

Mudharabah muqayyadah on balance sheet merupakan jenis *mudharabah* dimana mendistribusikan uang mudharabah secara langsung kepada pelaku usaha, dengan bank bertindak sebagai perantara (*arranger*) untuk menghubungkan pemilik dana dan pelaku usaha. Pemilik dana dapat menetapkan persyaratan khusus yang harus diikuti bank ketika mencari usaha bisnis untuk mendanai dan menjalankan operasinya (Islami, 2021).

2.3. Kerangka Berfikir



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Lexy J. Moleong mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian, seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain. Menggunakan pendekatan holistik, deskripsi verbal dan tertulis, *setting* khusus yang alamiah, dan dengan teknik alamiah. Menurut pandangan lain yang dikemukakan oleh Bogdan Dan Taylor, pendekatan kualitatif adalah strategi penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa pernyataan verbatim atau rekaman yang dibuat oleh subjek dan perilaku yang dapat diamati. Sedangkan Kirk dan Miller mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai tradisi khusus dalam ilmu sosial yang terutama bertumpu pada pengamatan manusia dalam bidangnya sendiri dan memiliki hubungan dengan individu-individu tersebut dalam bahasa dan terminologinya (Mamik, 2015).

Menurut (Yuliani, 2019), penelitian dengan model deskriptif dapat dimanifestasikan melalui paradigma positivistic, sehingga pendekatan deskriptif berada pada salah satu sisi yaitu, model kuantitatif yang positivistic atau model kualitatif yang non positivistic. Bahkan kedua model tersebut dapat berada pada kedua sisi yang berbeda secara bersama-sama. Akan tetapi, dalam penelitian kualitatif ekonomi yang dikembangkan tentunya adalah pendekatan deskriptif dengan paradigma non positivistic. Penelitian kualitatif, mampu melibatkan tahap mengumpulkan data, pengartian, serta pelaporan hasil secara bersamaan melibatkan pengumpulan data

yang terbuka, berdasarkan pertanyaan umum, serta analisis informasi dari partisipan. Analisis penelitian ini, dalam wujud artikel jurnal serta buku ilmiah sebagai model analisis yang biasa dipakai (Sidiq & Choiri, 2019).

Pendekatan penelitian ini memakai deskriptif kualitatif berdasarkan studi kasus, yang mana akan meninjau dengan cermat program, peristiwa kegiatan, tahap atau sekelompok individu. Kasus dibatasi waktu serta kegiatan, informasi terkumpul dengan lengkap memakai berbagai tahapan mengumpulkan data didasarkan waktu yang sudah ditentukan. Pada pendekatan kualitatif ini memakai pertanyaan terbuka, pendekatan dinamis, serta data yang tekstual. Pengumpulan data dari partisipan, penelitian konteks, serta kolaborasi dengan partisipan (Sidiq & Choiri, 2019).

3.2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana peneliti melakukan penelitian untuk dapat memperoleh data yang digunakan. Adapun lokasi penelitian ini diambil di BMT UGT Sidogiri Capem Gadang yang berlokasi di Jl. Gadang No. 21A, Sukun, Kota Malang. Penelitian ini dilakukan di BMT UGT Sidogiri Capem Gadang karena memiliki tempat yang strategis, yang berada di sekitar pasar Gadang sebagai salah satu pusat perekonomian masyarakat. Di BMT UGT Sidogiri Capem Gadang mengalami perkembangan yang pesat dikarenakan pelayanannya sangat baik dan mudah dipahami oleh masyarakat awam.

3.3. Subyek Penelitian

Penelitian ini penentuan subjek penelitian menggunakan *purposive sampling* dan *snowball sampling* yang mana yang disebut dengan *purposive sampling* adalah

suatu teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Adapun beberapa contoh dari pertimbangan tertentu adalah orang tersebut yang dianggap paling afluens atau mengerti tentang apa yang kita harapkan atau tentang sebuah permasalahan yang menjadi focus dari penelitian kita, atau mungkin dia sebagai penguasa atau memiliki kedudukan tinggi sehingga akan memudahkan peneliti mencari informasi pada suatu objek yang diteliti (Ika, 2021).

Kemudian dalam penelitian ini pihak yang dianggap atau dipercaya dapat mengetahui dan menjawab persoalan mengenai Strategi Layanan Sistem Jemput Bola Terhadap Meningkatkan Motivasi Menabung pada BMT UGT Sidogiri Capem Gadang sehingga dipilih subjek dalam penelitian ini adalah :

1. Bapak Ismail Marzuki sebagai pimpinan di BMT UGT Sidogiri Capem Gadang
2. Bapak Imam Syafi'i sebagai AOAP di BMT UGT Sidogiri Capem Gadang
3. Bapak Khoirudin sebagai AOSP BMT UGT Sidogiri Capem Gadang
4. Bapak Rudy sebagai anggota BMT UGT Sidogiri Capem Gadang
5. Ibu Siti sebagai anggota BMT UGT Sidogiri Capem Gadang

Tabel 3.1 Subyek Penelitian

No	INFORMAN	DATA YANG INGIN DIDAPATKAN
1	Ismail Marzuki (Kepala Pimpinan)	SOP tentang strategi layanan sistem jemput bola di BMT apakah bisa meningkatkan motivasi menabung anggota.
2	Imam Syafi'i (AOAP)	Permasalahan-permasalahan yang ada di produk tabungan beserta solusi untuk menyelesaikan.
3	Khoirudin (AOSP)	Praktik strategi layanan sistem jemput bola untuk meningkatkan motivasi menabung anggota.
4	Rudy (Anggota)	Permasalahan yang dialami saat melakukan menabung di BMT.
5	Siti (Anggota)	Kelebihan menabung dengan strategi jemput bola.

3.4. Data dan Jenis Data

Data, dalam pandangan *Kippondof*, adalah satu kesatuan informasi yang telah direkam oleh media dan dapat dibedakan dari data lain untuk diteliti secara tepat tergantung pada isu-isu tertentu. Untuk mengungkapkan hubungan antara sumber informasi dan representasi simbolik di satu sisi, data harus berbentuk keterkaitan antar informasi. Namun, data harus konsisten dengan teori dan pengetahuan (Izeh, 2011). Informasi yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari pemeriksaan, wawancara, dan dokumentasi yang telah dilengkapi sebelumnya.

Namun Ari Kunto menegaskan bahwa topik dari mana data itu berasal adalah sumber datanya (Arikunto, 2006). *Lofland* menegaskan bahwa kata-kata dan tindakan

adalah sumber data utama dalam penelitian kualitatif, dengan sumber data tambahan seperti dokumen dan sumber lain untuk sisanya. (Moleong, 2011).

Sumber data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2009). Dalam pengambilan informan (subjek penelitian), peneliti menggunakan metode *purposive sampling* (sampel purposif). *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sumber data dengan pertimbangan tertentu, misalnya orang tersebut dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga memudahkan peneliti menjelajahi onjel/situasi sosial yang diteliti. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah Kepala, pegawai, dan anggota BMT UGT Sidogiri Capem Gadang Kota Malang.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber yang memberikan data melalui sumber tekstual seperti buku, dokumen, dan foto daripada langsung memberikan data itu sendiri (Sugiyono, 2009). Peneliti mengumpulkan data sekunder dari buku dan internet yang relevan dengan penelitian mereka.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data yang diperlukan, digunakan proses standar yang sistematis yang disebut pengumpulan data. Teknik pengumpulan data dan masalah

yang harus diselidiki selalu berkaitan. Masalah ini akan memberi arah dan mempengaruhi metode pengumpulan data.

Pengumpulan data adalah proses pengumpulan informasi melalui pengukuran tertentu untuk dijadikan sebagai dasar untuk mengubah argumen yang logis menjadi fakta. Sedangkan fakta itu sendiri adalah kenyataan yang telah diuji kebenarannya secara empirik. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Wawancara

Wawancara adalah proses memperoleh penjelasan untuk mengumpulkan informasi melalui tanya jawab, baik tatap muka atau secara *virtual* melalui media telekomunikasi antara pewawancara dan subjek Handisa, (2018). Wawancara yang dilakukan pada penelitian kualitatif dapat dilakukan secara *face to face* (bertatap muka secara langsung) dengan informan. Wawancara ini dilakukan secara langsung di lokasi BMT UGT Sidogiri Capem Gadang.

2. Dokumentasi

Dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan informasi dari sumber atau dokumen tertulis, seperti buku, majalah, peraturan, notulen rapat, jurnal, dan lain sebagainya. Metodologi ini berfungsi sebagai landasan untuk data yang lebih tepat dan informasi lain sebagai bahan pendukung data penelitian. Pada penelitian ini peneliti langsung ke lokasi untuk mengetahui Strategi Layanan Sistem Jemput Bola Terhadap Meningkatkan Motivasi Menabung Anggota Pada BMT UGT

Sidogiri Capem Gadang.

3.6. Analisis Data

Analisis data adalah proses yang melibatkan pencarian menyeluruh dan menyusun informasi dari wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi. Informasi diatur ke dalam beberapa kategori, termasuk memecahnya menjadi unit, mensintesisnya, menyusunnya menjadi pola, dan memutuskan mana yang akan digunakan. penting dan topik yang akan diselidiki, dan mengembangkan temuan yang sederhana untuk dipahami baik oleh individu maupun orang lain (Sugiyono, 2009).

Dalam penelitian kualitatif, analisis data terjadi sebelum terjun ke lapangan, selama kerja lapangan, dan setelah penelitian lapangan selesai. Dalam penelitian yang menggunakan metode analisis data ini, model Miles dan Huberman sering digunakan. Tujuannya agar mudah dipahami oleh khalayak umum ketika menggambarkan kejadian-kejadian yang terjadi di lapangan. Data yang telah dikumpulkan dari berbagai sumber di lapangan disediakan terlebih dahulu agar proses analisis data dapat dipertanggungjawabkan dengan baik. Kegiatan analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berkesinambungan hingga akhir penelitian. (Sugiyono, 2009). Berikut aktivitas dalam analisis antara lain.

1. Pengumpulan Data (*Data Collection*)

Peneliti mengumpulkan data melalui wawancara dan mendokumentasikannya dalam catatan lapangan, yang terdiri dari dua bagian: deskripsi dan refleksi. Catatan deskripsi adalah data yang belum

diolah yang mencakup berbagai penemuan data yang telah dilihat, didengar, dirasakan, dan dialami oleh peneliti. Kemudian, catatan refleksi adalah catatan yang dibuat peneliti mengenai berbagai hasil data yang mereka temui saat melakukan penelitian. Catatan ini mencakup kesan, komentar, dan interpretasi beragam dari peneliti, dan berfungsi sebagai dasar untuk rencana pengumpulan data di masa mendatang.

2. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Studi lapangan menghasilkan jumlah data yang cukup besar, sehingga sangat penting bahwa hasilnya didokumentasikan dengan cermat dan rinci. Semakin banyak waktu yang dihabiskan seorang peneliti di lapangan, semakin luas dan kompleks data yang didapatkan. Hal ini diperlukan adanya analisis data melalui reduksi data. Meringkas, memilih detail yang paling penting, dan mencari tema dan pola adalah contoh reduksi data. Dengan demikian, data yang dipadatkan akan memberikan gambaran yang lebih jelas, sangat membantu peneliti dalam melakukan pengumpulan data tambahan, dan mempermudah pencarian bila diperlukan (Sugiyono, 2009). Tujuan peneliti dalam penelitian ini adalah untuk membahas semua wawancara dan catatan terkait dokumentasi

3. Penyajian Data (*Data Display*)

Tahap selanjutnya adalah menampilkan data setelah direduksi. Menampilkan data dari seluruh temuan penelitian dalam bentuk paparan negatif yang representatif merupakan metode penyajian data, yang

selanjutnya dapat mempermudah peneliti untuk melihat gambaran temuan penelitian (Usmani, 2009).

Untuk memudahkan dalam menilai data dan mengambil keputusan berdasarkan pemahaman yang diperoleh dari penyajiannya, maka data tersebut harus disajikan secara lebih lugas. Setelah melalui berbagai prosedur pemilihan data yang sesuai dengan fokus penelitian, peneliti menyajikan data dalam format yang lugas.

4. Penyimpulan Data (*Conclusion Data*)

Membuat kesimpulan merupakan langkah terakhir dalam membuat laporan penelitian. Membuat kesimpulan adalah upaya untuk memastikan atau memahami makna, keteraturan pola penjelasan, dan arah sebab akibat. Untuk mendapatkan pemahaman yang tepat, temuan-temuan tersebut selanjutnya dicocokkan dengan catatan lapangan yang telah dikumpulkan. (Usmani, 2009).

Data yang digunakan dalam penelitian ini untuk menggali data dari peranan strategi layanan jemput bola berasal dari sumber primer. Informasi tersebut kemudian dikelompokkan berdasarkan tujuan penelitian. Peneliti selanjutnya mengkonfirmasi informasi yang dikumpulkan dengan memeriksa literatur (data sekunder) terkait setelah sampai pada kesimpulan pertama.

3.7. Uji Keabsahan Data

Dalam penelitian kualitatif, Jika peneliti dalam melaporkan tidak ada perbedaan dengan apa yang sebenarnya terjadi pada hal yang diteliti, maka data atau temuan tersebut dapat disebut asli atau benar. Teknik triangulasi digunakan dalam penelitian ini untuk menilai reliabilitas data yang digunakan. Menurut (Alfansyur & Mariyani, 2020) Triangulasi melibatkan membandingkan data dari berbagai sumber, teknik, dan waktu. Adapun triangulasi dibagi menjadi tiga, yaitu:

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber memverifikasi data yang dikumpulkan dari beberapa sumber untuk menentukan kebenaran informasi. Dalam hal ini, adalah Informan dalam wawancara untuk penelitian ini.

2. Triangulasi teknik

Dengan membandingkan hasil dari banyak prosedur pada sumber yang sama, digunakan teknik triangulasi untuk menilai keabsahan data. Dalam penelitian ini, dengan melihat aplikasi yang sama dengan menggunakan metodologi yang berbeda. Dalam penelitian ini, teknik yang berbeda yakni dengan mengkaji penerapannya dalam perspektif hukum Islam.

3. Triangulasi waktu

Waktu juga sering mempengaruhi kredibilitas data. Data yang dikumpulkan dengan teknik wawancara di pagi hari pada saat narasumber masih segar dan belum banyak masalah akan memberikan data yang lebih valid, sehingga

data yang didapat lebih kredibel. Oleh karena itu, dalam rangka pengujian kredibilitas data dapat dilakukan dengan cara melakukan pengecekan dengan wawancara atau teknik lain dalam waktu atau situasi yang berbeda. Bila hasil uji menghasilkan data yang berbeda, maka dilakukan secara berulang-ulang sehingga ditemukan kepastian datanya (Alfansyur & Mariyani, 2020).

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Paparan Data Hasil Penelitian

4.1.1 Sejarah BMT UGT Sidogiri

a. Kantor Pusat

Berdirinya BMT UGT Sidogiri ini diawali dengan keprihatinan Bapak KH. Nawawi Thoyib akan maraknya praktik rentenir di Desa Sidogiri, maka beliau mengutus beberapa mengganti hutang masyarakat tersebut dengan pola pinjam tanpa bunga. Selanjutnya program ini diminati masyarakat, sudah berjalan sekitar 4 tahun meskipun masih terdapat banyak kekurangan dan rentenir juga belum hilang. Dari keprihatinan tersebut muncul tekad untuk meneruskan cita-cita Bapak KH. Nawawi Thoyib mendirikan Koperasi yang di gagas oleh Ust. H. Mahmud Ali Zain bersama beberapa Asatidz Madrasah.

Koperasi pertama yang didirikan bernama MMU. Setelah berjalan selama dua tahun banyak masyarakat Madrasah Diniyah dan para alumni Pondok Pesantren Sidogiri yang berdomisili diluar Kabupaten Pasuruan mendesak dan mendorong untuk mendirikan Koperasi dengan jangkauan yang lebih luas yakni wilayah Jawa Timur. Maka pada tanggal 05 Rabiul Awal 1421 H (bertepatan dengan bulan lahirnya rasulullah SAW) atau 22 Juni 2000 diresmikan dan dibuka satu unit Koperasi BMT UGT Sidogiri di Jalan Asem Mulyo 48 C Surabaya, selang kemudian mendapatkan Badan Hukum Koperasi dari Kanwil Dinas Koperasi, PK dan M Provinsi Jawa Timur

dengan SK Nomor : 09/BH/KWK.13/VII/2000 tertanggal 22 Juli 2000 (bmt ugt sidogiri, 2022)

b. Kantor Cabang Pembantu Gadang

BMT UGT sidogiri Capem Gadang berdiri atas didasari keprihatinan terhadap banyaknya rentenir yang ada di pasar induk Gadang yang memeras dengan dalih menolong menggunakan pinjaman berbungan yang sangat mencekik dan bertentangan dengan syariat Islam. Tahun pertama berdiri sudah mengantongi 500 anggota dari BMT UGT Sidogiri Cabang Malang Kota. Harapannya mendirikan BMT UGT Sidogiri ini adalah untuk meniadakan para rentenir yang ada di pasar induk Gadang dengan memberikan bantuan dana dengan akad-akad yang sesuai dengan syariat Islam, dan juga menjadi saranan yang aman untuk berinvestasi uang dalam bentuk deposito ataupun tabungan.

Pada tanggal 28 Desember 2015 dibuka secara resmi BMT UGT Sidogiri Capem Gadang di Jalan Raya Gadang No. 21 A. Dari awal berdiri hingga sekarang sudah mempunyai anggota aktif sebanyak 2411, dengan mempunyai empat staf yaitu bapak Ismail Marzuki sebagai kepala cabang pembantu, bapak Imam Syafi'i sebagai *Account Officer* Simpan Pinjam, Bapak Khoirudin sebagai *Account Officer* Analisis Pembiayaan, Bapak M. Syukron sebagai *Account Officer* Analisis Pembiayaan, Bapak M. Aris Alwan sebagai kasir

4.1.2. Visi dan Misi BMT UGT Sidogiri

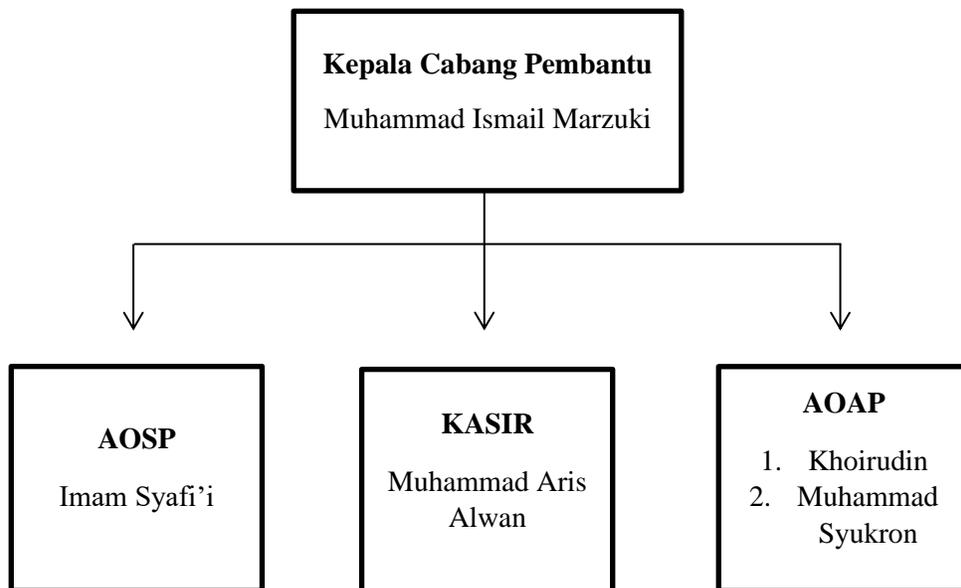
Visi :

Koperasi yang Amanah, Tangguh dan Bermartabat

Misi :

- a. Mengelola koperasi yang sesuai dengan jatidiri santri.
- b. Menerapkan sistem syariah yang sesuai dengan standar kitab salaf dan Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN).
- c. Menciptakan kemandirian likuiditas yang berkelanjutan.
- d. Memperkokoh sinergi ekonomi antar anggota.
- e. Memperkuat kepedulian anggota terhadap koperasi.
- f. Memberikan khidmah terbaik terhadap anggota dan umat.
- g. Meningkatkan kesejahteraan anggota dan umat.

4.1.3. Struktur BMT UGT Sidogiri Capem Gadang



Susunan Pengurus

Kepala capem : Bpk. Muhammad Ismail Marzuki

Kasir : Bpk. Muhammad Aris Alwan

Account Officer SP : Bpk. Imam Syafi'i

Account Officer AP : 1. Khoirudin

1. Muhammad Syukron

4.1.4. Legalitas BMT UGT Sidogiri

Tanggal Berdiri : 5 Rabiul Awal 1421 H / 6 Juni 2000

Badan Hukum : 09/BH/KWK.13/VII/2000

TDP : 13.26.2.64.00100

SIUP : 517/099/424/061/2003

NPWP : 02.082.190.6-624.000

Alamat : Jl. Sidogiri Barat RT 03 RW 02 Kraton Pasuruan 67151 Jawa

Timur

Telp./Fax : (0343) 423521/ (0343) 423571

E-mail : bmt.ugt.pusat@gmail.com

Bmt_ugt_pusat@yahoo.co.id

4.1.5. Produk-Produk BMT UGT Sidogiri

4.1.5.1. Produk Simpanan

a. Tabungan Umum Syariah

Tabungan umum syariah yang setoran dan penarikannya dapat dilakukan setiap saat sesuai kebutuhan anggota. Tabungan ini menggunakan akad *wadhiah* yang pada tiap bulan pihak BMT UGT Sidogiri akan memberikan bonus yang sudah disepakati di awal.

b. Tabungan Haji

Merupakan layanan penyimpanan dana yang membantu pelaksanaan ibadah haji anggota. Adapun akad yang digunakan adalah *wadhiah yad adhomanah*.

c. Tabungan Umrah

Merupakan layanan penyimpanan dana yang membantu anggota dalam pelaksanaan ibadah umrah. Akad yang digunakan adalah *wadhiah yad adhomanah*.

d. Tabungan Pendidikan.

Merupakan layanan penyimpanan dana menggunakan akad *wadhiah yad adhomanah* untuk mengumpulkan uang simpanan siswa untuk lembaga pendidikan melalui layanan penyimpanan dana. Sesuai kebijakan BMT UGT Sidogiri, tabungan ini akan menerima dana beasiswa bagi mahasiswa yang tidak mampu sebesar Rp. 150.000,- dan bebas biaya administrasi bulanan.

e. Tabungan berjangka atau *saving account*

Merupakan tabungan berjangka yang setoran dan penarikannya berdasarkan jangka waktu tertentu. Akad yang digunakan yaitu *mudharabah* dan *musyarakah*. Nisbah yang disepakati yaitu jangka 1 bulan 50

% anggota : 50% BMT, jangka waktu 3 bulan 52% anggota : 48% BMT, jangka waktu 6 bulan 55% anggota : 45% BMT, jangka waktu 12 bulan 60% anggota : 40% BMT, dan jangka waktu 24 bulan 70% anggota : 30% BMT.

f. Tabungan Kurban

Merupakan layanan penyimpanan dana untuk membantu anggota dalam merencanakan kurban dan aqiqah. Akad yang digunakan yaitu *Imudharabah musyarakah*.

g. Tabungan Tarbiyah

Merupakan layanan penyimpanan dana untuk keperluan pendidikan anak dengan jumlah setoran bulanan tetap dan dilengkapi asuransi. Akad yang digunakan yaitu *musharabah musyarakah*.

h. Tabungan Idul Fitri

Merupakan layanan penghimpunan dana yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan pada saat hari raya idul fitri.

4.1.5.2. Produk Pembiayaan

a. UGT GES (Gadai Emas Syariah)

Fasilitas pembiayaan dengan agunan berupa emas, sebagai alternatif memperoleh uang tunai dengan cepat dan mudah.

Akad Pembiayaan : Akad Ranh bil Ujrah

b. UGT MUB (Modal Usaha Barokah)

Fasilitas pembiayaan modal kerja bagi anggota yang mempunyai usaha mikro dan kecil.

Akad Pembiayaan : Akad yang berbasis bagi hasil (Mudharabah/Musyarakah) atau jual beli (Murabahah)

c. UGT MTA (Multi Guna Tanpa Agunan)

Fasilitas pembiayaan tanpa agunan untuk memenuhi kebutuhan anggota.

Akad Pembiayaan : Akad yang berbasis jual beli (Murabahah) atau berbasis sewa (Ijarah & Kafalah)

d. UGT KBB (Kendaraan Bermotor Barokah)

Merupakan fasilitas pembiayaan untuk pembelian kendaraan bermotor

Akad Pembiayaan : Akad yang berbasis jual beli (Murabahah)

e. UGT PBE (Pembelian Barang Elektronik)

Fasilitas pembiayaan yang ditujukan untuk pembelian barang elektronik.

Jenis barang elektronik yang bisa diajukan adalah:

1. Barang elektronik yang dijual secara legal (baru atau bekas)
2. Bergaransi (pabrik/toko)

3. Barang marketable seperti Laptop, Komputer, TV, Audio, Kulkas, dan lain-lain.

Akad Pembiayaan : akad yang berbasis jual beli (Murabahah) atau akad Ijarah Muntahiyah Bittamlik.

- f. UGT PKH (Pembiayaan Kafalah Haji)

UGT PKH adalah fasilitas pembiayaan konsumtif bagi anggota untuk memenuhi kebutuhan kekurangan setoran awal Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji (BPIH) yang ditentukan oleh Kementrian Agama, Untuk mendapatkan nomor seat porsi haji.

Akad Pembiayaan : Akad Kafalah bil Ujrah dan Wakalah bil Ujroh.

- g. UGT MJB (Multi Jasa Barokah)

UGT MJB adalah fasilitas pembiayaan yang diberikan kepada anggota untuk kebutuhan jasa dengan agunan berupa fixed asset atau kendaraan bermotor selama jasa dimaksud tidak bertentangan dengan undang-undang/hukum yang berlaku serta tidak termasuk kategori yang diharamkan Syariah Islam.

Akad Pembiayaan : Akad yang berbasis jual beli dan sewa (Bai' al Wafa atau Ba'i dan IMBT) atau berbasis sewa (Ijarah atau Rahn Tasjili)

- h. UGT MGB (Multi Griya Barokah)

UGT MGD adalah pembiayaan jangka pendek, menengah, atau panjang atau untuk membiayai pembelian rumah tinggal (konsumer), baik baru

atau maupun bekas, di lingkungan developer maupun non developer, atau membangun rumah atau renovasi rumah.

Akad Pembiayaan : akad yang berbasis jual beli (Murabahah, Bai' Maushuf Fiddimmah atau Istishna') atau Multi Akad (Murabahah dan Ijarah Paralel)

i. UGT MPB (Modal Pertanian Barokah)

UGT MPB adalah pembiayaan untuk usaha pertanian.

Akad Pembiayaan: kontrak yang melibatkan pembelian dan penjualan (Murabahah) atau beberapa kontrak (Bai' al Wafa dan Ijarah atau Murabahah dan Ijarah paralel)

4.1.6. Papasan Hasil Wawancara dan Dokumentasi Tentang Implementasi

Sistem Layanan Jemput Bola Terhadap Meningkatkan Motivasi

Menabung Anggota Pada BMT Sidogiri Capem Gadang

Seperti yang telah dibahas pada bab sebelumnya, penelitian ini menggunakan teknik wawancara sebagai metode pengumpulan datanya. Wawancara dilakukan dengan narasumber di BMT UGT Sidogiri Capem Gadang. Informan wawancara antara lain Bapak Muhammad Ismail Mubarak yang menjabat sebagai Kepala Cabang Pembantu, Bapak Muhammad Khoirudin selaku *account officer* simpan pinjam, Bapak Imam Syafi'i yang selaku *account officer* analisis pembiayaan, dan Bapak Rudy dan Ibu Siti, yang keduanya merupakan anggota BMT UGT Sidogiri Capem Gadang.

Peneliti akan memberikan penjelasan lengkap tentang hasil wawancara ini secara deskriptif. Peneliti mengumpulkan informasi melalui wawancara dan dokumentasi untuk menentukan bagaimana BMT UGT Sidogiri Capem Gadang memperoleh data spesifik anggota. Pada hari Sabtu tanggal 25 Desember 2021 bertempat di kantor BMT UGT Sidogiri Capem Gadang peneliti melakukan wawancara dengan Bapak Muhammad Ismail Mubarak selaku kepala cabang pembantu Gadang. Ketika ditanya bagaimana BMT UGT Sidogiri Capem Gadang memperoleh data anggota, responden menyatakan:

“Cara kami mendapat data diri anggota yaitu dari KTP atau KK anggota, karna setiap penabung atau anggota baru harus menyertakan KTP ataupun KK. Dari situ kami mendapatkan data individu anggota”.

BMT UGT Sidogiri Capem Gadang mendapatkan data anggota perorangan dari KTP atau KK yang merupakan prasyarat bagi penabung baru, menurut responden. Di kantor BMT UGT Sidogiri Capem Gadang pada hari Sabtu, 25 Desember 2021, Bapak Khoirudin yang merupakan *account officer* simpan pinjam juga menyampaikan sebagai berikut:

“Untuk mendapatkan data anggota, kan setiap anggota para penabung baru kami mintai semua data, baik KTP, nomor hp, atau KK. Untuk KK sendiri diminta agar kami mengetahui ahli warisnya siapa, supaya ketika terjadi sesuatu yang tidak diharapkan seperti anggota mengalami kecelakaan ataupun meninggal dunia, uang anggota yang ada pada kami bisa dilimpahkan keahli waris”.

Untuk memperkuat pernyataan dari Bapak Khoirudin, peneliti melakukan triangulasi dengan mewawancarai *account officer* analisis pembiayaan yaitu

Bapak Imam Syafi'i pada hari Sabtu tanggal 25 Desember 2021 dikantor BMT UGT Sidogiri Capem Gadang, beliau menyatakan bahwa:

"Jadi untuk mendapatkan data individu anggota setiap penabung atau anggota baru harus memberikan foto copy KTP dan KK, dari situ kita mendapatkan data individu anggota, dan ahli waris".

Hasil wawancara dengan para staf tersebut dapat disimpulkan bahwa, BMT UGT Sidogiri Capem Gadang mendapatkan data individu anggota dari KTP atau KK yang diberikan anggota baru sebagai prasyarat menjadi anggota. selain itu Kartu Keluarga juga dibutuhkan untuk mengetahui siapa ahli warisnya. Data ahli waris dibutuhkan untuk ketika suatu saat anggota meninggal dunia, dana anggota dapat di limpahkan ke ahli waris.

Kemudian strategi layanan yang digunakan untuk meningkatkan motivasi menabung anggota di BMT UGT Sidogiri Capem Gadang adalah strategi layanan jemput bola, alasannya adalah karena anggota merasa dimudahkan dengan adanya layanan tersebut. hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan Bapak Muhammad Ismail Mubarak selaku kepala cabang pembantu Gadang pada hari Sabtu tanggal 25 Desember 2021 di kantor BMT UGT Sidogiri Capem Gadang, terkait bagaimana implementasi layanan yang digunakan untuk meningkatkan motivasi menabung anggota, responden mengatakan:

"Sangat berpengaruh terhadap meningkatkan motivasi menabung anggota, karena itu adalah pelayanan unggulan dari kita dan itu juga menjadi kelebihan dan perbedaan dari yang lain. Karena anggota hanya menunggu dirumah atau di toko kemudian kami pihak BMT UGT Sidogiri Capem Gadang yang datang untuk melakukan transaksi".

Responden menjelaskan bahwasannya pelayanan jemput bola tersebut sangat berpengaruh untuk meningkatkan motivasi menabung anggota, karena itu adalah unggulan dari BMT UGT Sidogiri dan menjadi perbedaan dari yang lain. hal ini juga diperkuat oleh penjelasan dari Bapak Khoirudin sebagai account officer simpan pinjam pada hari Sabtu tanggal 25 Desember 2021 dikantor BMT UGT Sidogiri Capem Gadang, yaitu:

"Dengan adanya layanan jemput bola yang kita lakukan, maka anggota merasa sangat dimudahkan dan termotivasi untuk menabung di BMT UGT Sidogiri Capem Gadang. Karena apabila anggota ingin bertransaksi cukup menghubungi pihak BMT UGT Sidogiri Capem Gadang kemudian kita datang untuk melakukan transaksi "

Untuk menguatkan pernyataan Pak Khoirudin, peneliti melakukan triangulasi dengan menanyakan kepada Bapak Imam Syafi'i, selaku account officer analisis pembiayaan, pada hari Sabtu, 25 Desember 2021 di kantor BMT UGT Sidogiri Capem Gadang. Beliau menunjukkan bahwa:

"Jadi anggota merasa termudahkan dan termotivasi untuk menabung karena adanya layanan jemput bola ini, yang menjadi kelebihan dan perbedaan dari yang lain yaitu layanan jemput bola ini".

Dari hasil wawancara yang dilakukan dengan staf tersebut dapat disimpulkan bahwasannya, strategi layanan jemput bola ini meningkatkan motivasi anggota untuk menabung karena banyak kemudahan yang diberikan dan layanan ini menjadi kelebihan dan pembeda dari yang lain.

Kemudian, peneliti melakukan wawancara untuk mengetahui alasan anggota memilih BMT UGT Sidogiri Capem Gadang adalah karena

kemudahan proses transaksi yang diberikan oleh pegawai BMT UGT Sidogiri Capem Gadang, pernyataan tersebut sesuai dengan wawancara dengan Bapak Ismail Marzuki (Kepala Capem Gadang) pada hari Sabtu tanggal 25 Desember 2021 di kantor BMT UGT Sidogiri Capem Gadang, beliau menyatakan bahwa:

“Yang menjadi alasan anggota memilih BMT UGT Sidogiri Capem Gadang ketimbang koperasi ataupun perusahaan jasa keuangan lain itu mungkin karna kemudahan yang diberikan oleh pihak kami untuk anggota. Jadi anggota yang dipasar itu mereka menabung, kitakan mayoritas di usaha mikro jadi tabungan tiap harinya mungkin ada yang Rp.5 .000, ada yang Rp. 50.000, dan ada yang Rp. 100.000 dan itu pegawai mendatangi setiap hari kepasar, jadi anggota merasa dimudahkan. Kalau ke bank mau menyimpan Rp. 5.000,- kan rugi, harus menunggu lama, dan juga kalau nominalnya kecil ke bank pasti minder mereka, kalau kitakan mau menerima berapapun nominalnya dan kita selalu kepasar. Selanjutnya mungkin hanya di BMT UGT Sidogiri dapat menabung tanpa minimal nominal, secara tidak langsung maka anggota dapat menyuruh, mengajari, mendidik, memberikan pemahaman kepada anak tentang pentingnya menabung. Itu mungkin yang menjadi alasan para anggota memilih BMT ketimbang yang lain, selain itu juga kita menggunakan cara-cara yang luwes, yang memudahkan anggota, dan tidak lupa dengan etika yang baik dan amanah yang selalu kita tanamkan dalam pelayanan”.

Menurut responden, kemudahan bertransaksi yang ditawarkan BMT UGT Sidogiri Capem Gadang membuat anggota lebih memilih koperasi ini daripada koperasi simpan pinjam yang lain. Misalnya, anggota dapat menyetor tabungan tanpa harus datang ke kantor karena staf BMT UGT Sidogiri Capem Gadang selalu ada di pasar. Peneliti meminta pendapat Bapak Khoirudin dan Bapak Imam Syafi'i untuk menguatkan pernyataan Bapak Muhammad Ismail Mubarak. Berikut penuturannya pada hari Sabtu, 25 Desember 2021 di kantor BMT UGT Sidogiri Capem Gadang:

“Yang menjadi alasan anggota memilih BMT ketimbang koperasi simpan pinjam lain mungkin, satu transaksi disini yang mudah, ketika anggota ingin setor tabungan ataupun menarik tabungannya, anggota tidak direpotkan dengan harus datang ke kantor, tapi kita dan teman-teman (staf) yang menghampiri, kemudian banyak keuntungan misalnya jumlah saldo tidak akan berkurang, bahkan bertambah dengan adanya bagi hasil dengan nisbah 0,1% - 0,25%”

Bapak Imam Syafi'i pada hari Sabtu tanggal 25 Desember 2021 di kantor BMT UGT Sidogiri Capem Gadang juga menyatakan bahwa:

“Yang menjadi alasan anggota memilih kami yaitu, mungkin karena disini proses transaksinya mudah. Anggota ketika ingin menabung ataupun ingin menarik tabungannya tidak perlu datang ke kantor, karena setiap hari kami ke pasar, dan kami yang menghampiri anggota. Kemudian anggota juga merasa aman karena ada tanda bukti seperti buku tabungan, slip setoran dan slip penarikan”.

Dari pernyataan staf BMT UGT Sidogiri Capem Gadang tersebut di atas, dapat disimpulkan bahwa anggota memilih BMT UGT Sidogiri Capem Gadang daripada koperasi simpan pinjam lainnya karena kemudahan dalam bertransaksi, seperti ketika anggota ingin menarik uang atau menyetor tabungan anggota tidak perlu ke kantor karena staf BMT akan mendatangi anggota di rumah atau di pasar. Pada hari Minggu, 26 Desember 2021 di Pasar Induk Gadang, anggota juga menyampaikan hal yang sama dengan staf, khususnya Pak Rudy yang bekerja sebagai pedagang sembako disana, yaitu:

“Alasan saya memilih BMT UGT Sidogiri Capem Gadang itu karena memudahkan saya, kalau saya pengen nabung pegawai BMTnya yang datang jadi saya gak perlu datang ke kantornya, dan klo pengen tarik duit juga dianterin sama bapaknya, pokoknya sangat membantu dan memudahkan saya sebagai pedagang yang tidak punya waktu apabila transaksi dilakukan di kantor”.

Penyataan tersebut menguatkan pernyataan para pegawai BMT UGT Sidogiri Capem Gadang bahwa kemudahan transaksi lah yang menjadi alasan anggota memilih dari lembaga keuangan yang lain

Selanjutnya, untuk membuat anggota menjadi loyal kepada BMT UGT Sidogiri Capem Gadang, bagaimana pelayanan yang diberikan agar anggota mendapatkan nilai tambah. Berikut ini hasil wawancara peneliti dengan Bapak Muhammad Ismail Mubarok (Kepala Capem) pada hari Sabtu tanggal 25 Desember 2021 terkait bagaimana pelayanan yang diberikan agar mendapatkan nilai tambah bagi anggota, yaitu:

“Untuk menciptakan nilai tambah bagi pelanggan sendiri ya tentunya kita berikan pelayan kita sebaik mungkin yang tidak menyusahkan anggota kita. Dengan memberikan pelayana yang lues, kekeluargaan, dan menggunakan bahasa yang dimengerti anggota ketika melayani, maksudnya ketika anggota yang kita layani orang madura, kita menggunakan bahasa madura, anggota menggunakan bahasa jawa kita layani pake bahasa jawa, dan lain sebagainya yang penting kita bisa bahasa anggota tersebut, tujuannya apa? Biar apa yang diinginkan anggota dapat kita pahami dan kita mengerti. Selain itu juga sebisa mungkin kita jujur dan amanah apa yang anggota percayakan pada kita, kita jaga sebaik mungkin”

Responden menjelaskan bahwasannya, untuk mendapatkan nilai tambah bagi anggotanya yaitu dengan memberikan pelayanan yang terbaik, dan memudahkan anggota. Selain itu menggunakan bahasa apa yang anggota mengerti agar mudah dipahami apa yang diinginkan atau tujuan anggota. Kemudian untuk memperkuat pernyataan dari Bapak Ismail Mubarok peneliti melakukan triangulasi pada pegawai yang lain yaitu Bapak Khoirudin, Bapak

Imam Syafi'i. Pada hari Sabtu tanggal 25 Desember 2021, Bapak Khoirudin menjelaskan sebagai berikut :

“Untuk menciptakan nilai tambah bagi anggota mungkin kita hanya memberikan pelayanan yang terbaik dan memuaskan, menggunakan bahasa apa yang mereka mengerti. Semisal bertransaksi dengan orang madura kita menggunakan bahasa madura. Selain itu, jujur dan dapat dipercaya”

Bapak Imam Syafi'i pada hari Sabtu tanggal 25 Desember 2021 menjelaskan bahwa:

“Soal menciptakan nilai tambah yang kita lakukan yang pertama jujur, amanah dan memberikan pelayanan yang maksimal aja sih. Pasti para anggota sudah merasakan nilai tambahnya”.

Dari pernyataan para pegawai tersebut dapat disimpulkan bahwasannya cara yang digunakan oleh BMT UGT Sidogiri Capem Gadang adalah memberikan pelayanan yang terbaik, dan menggunakan bahasa yang anggota mengerti agar kita dapat memahami apa tujuan para anggota. Selain itu pegawai harus jujur, amanah dan dapat dipercaya. Hal ini juga dikuatkan oleh pernyataan anggota BMT UGT Sidogiri Capem Gadang pada tanggal 26 Desember 2021, Bapak Rudy dan Ibu Siti menjelaskan :

“Keunggulann yang di miliki BMT UGT Sidogiri Capem Gadang adalah para pegawainya jujur dan dapat dipercaya kemudian mereka juga bisa menggunakan bahasa daerah kita. Jadi kita mudah untuk berkomunikasi untuk transaksi”.

Pernyataan tersebut sudah dapat disimpulkan bahwasannya para pegawai dalam menciptakan nilai tambah bagi anggota benar adanya. Karena

penjelasan anggotanya sesuai dengan pernyataan para pegawai yaitu mereka memberikan pelayanan yang terbaik, dan menggunakan bahasa sehari-hari yang digunakan anggota. Jujur dan dapat dipercaya juga merupakan cara lain untuk menciptakan nilai tambah bagi anggota BMT UGT Sidogiri.

4.2. Pembahasan Hasil Penelitian

Implementasi Sistem Layanan Jemput Bola di BMT UGT Sidogiri Sistem layanan jemput bola yang diterapkan oleh BMT UGT Sidogiri merupakan sistem yang mencakup banyak hal, diantaranya (Lilis, 2016) :

1. Merupakan sistem yang efektif untuk pemasaran

Dengan model pemasaran dan aktivitas karyawan yang efektif, petugas pemasaran mendekati setiap anggota atau calon anggota secara langsung, kemudian muncullah word of mouth. Ini adalah strategi pemasaran yang sangat efektif dan langsung menyentuh masyarakat.

2. Merupakan sistem yang memudahkan anggota

Sistemnya yang jemput bola membuat anggota dimanjakan oleh BMT UGT Sidogiri. Bukan hanya setoran yang diambil, penarikan bisa diantar kerumah oleh karyawan BMT UGT Sidogiri.

2. Merupakan sistem yang simpel

Persyaratan pembukaan rekening dan pengajuan fasilitas layanan jemput bola tidak menyerahkan berbagai persyaratan yang rumit, pemohon hanya mengajukan Photo Copy KTP yang digunakan untuk pembuatan data

1. Merupakan sistem tabungan yang tidak memaksa

Berapapun jumlah setoran, bahkan hanya Rp. 5.000, akan diterima untuk meningkatkan saldo akun.

2. Merupakan sistem yang menguntungkan

Layanan jemput bola tidak dikenakan pajak. Bahkan jika saldo tabungan anggota sejumlah Rp. 1.000.000,-, zakat sudah dibayarkan. Saldo utama tidak terpengaruh karena zakat dipotong dari bagian keuntungan bagi hasil anggota. Keuntungan yang didapatkan berlipat, saldo yang dimiliki bertambah, dan mampu membayar zakat.

3. Merupakan sistem yang aman

Kesalahan dapat dikurangi atau bahkan dihindari dengan fasilitas seperti buku tabungan, slip setoran, dan slip penarikan. Dan juga slip setoran yang duplikat juga memiliki nomor seri yang menyertainya. Dana anggota yang digunakan secara tidak benar akan diawasi.

4. Merupakan sistem yang mendidik

Tidak ada tabungan yang pada saat setor berupa uang receh atau uang dengan nominal kecil selain menabung di BMT UGT Sidogiri. Dengan adanya layanan jemput bola yang diterapkan BMT UGT Sidogiri maka anggota dapat menyuruh, mengajari, mendidik, memberikan pemahaman kepada anak tentang pentingnya menabung ketika petugas BMT ke rumah-rumah anggota sehingga menjadi kebiasaan yang baik bagi si anak untuk menabung meskipun dengan nominal yang tidak banyak (Lilis, 2016)

Motivasi Menabung Anggota Dengan Adanya Sistem Layanan Jemput Bola yang Diterapkan BMT UGT Sidogiri, Sistem layanan jemput bola merupakan alasan utama anggota menabung di BMT UGT Sidogiri. Anggota mengaku banyak mendapatkan untung menabung di BMT UGT Sidogiri keuntungan yang mencolok adalah sistem jemput bola dan setoran yang tidak banyak yakni minimum Rp. 5.000,-, kecuali anggota yang jaraknya jauh dibatasi nominal Rp. 50.000. Anggota tinggal menunggu di rumah, setoran selalu diambil oleh petugas BMT UGT Sidogiri setiap harinya dan anggota yang jaraknya jauh harus menghubungi petugas BMT UGT Sidogiri terlebih dahulu. Bahkan pengambilan juga bisa diantar, dan berapapun jumlah setoran dari anggota melalui layanan jemput bola jumlahnya tetap masuk rekening tabungan.

Hal ini dalam menabung di BMT UGT Sidogiri dengan menggunakan layanan jemput bola pasti memiliki tujuan. Anggota menggunakan teori *in order to motif* (motif tujuan) untuk berbagai tujuan. Beberapa orang menggunakan layanan jemput bola untuk tujuan pendidikan, yang lain melakukannya untuk mempersiapkan kebutuhan masa depan mereka, untuk mempermudah anggota, dan untuk memberi mereka rasa aman karena mereka menerima buku tabungan mereka, slip setoran, dan slip penarikan, sehingga mengurangi kemungkinan kesalahan.

Anggota memiliki tujuan tertentu, terlihat dari beragamnya alasan mereka memilih untuk menabung menggunakan layanan jemput bola. Anggota didorong atau dimotivasi untuk menabung berdasarkan kebutuhannya. Menurut Maslow,

ada lima tingkat keinginan manusia yang berfungsi sebagai motivator, yaitu fisiologis, keamanan, kebutuhan cinta memiliki dan dimiliki, kebutuhan penghargaan, dan terakhir aktualisasi.

Dorongan anggota BMT UGT Sidogiri Capem Gadang dengan menggunakan jasa jemput bola berdasarkan tuntutan yang tercantum dalam hierarki Maslow di atas. Setiap motif memiliki kebutuhan yang berbeda.

1. Kebutuhan Fisiologis

Mayoritas tujuan menabung anggota di BMT UGT Sidogiri masih dalam tahap awal dan berkisar pada tuntutan fisiologis. Kebutuhan dasar manusia, seperti yang berkaitan dengan fisiologi, terpenuhi berkat fasilitas layanan antar-jemput. Unsur pendidikan, pendidikan, dan pengajaran yang merupakan pelajaran mendasar akan muncul dari fasilitas yang awalnya ditemui anggota. Pendidikan menabung itu perlu karena, seperti nasehat mutiara bijak, “Hemat Pangkal Kaya”, menabung bisa membuat seseorang menjadi kaya.

Oleh karena itu, menabung sebagai edukasi merupakan prasyarat pertama untuk tingkat tabungan. Selanjutnya karena menyasar anak-anak, masih dalam proses mendidik melalui sistem layanan jemput bola, menjabarkan nilai penting menabung, dan pada akhirnya memotivasi anak-anak dan masyarakat khususnya anggota untuk gemar dalam menabung. (Lilis, 2016)

2. Kebutuhan rasa aman

Ada beberapa pendapat tentang pentingnya keamanan. Motivasi sebagai dorongan kedua adalah untuk menyediakan kebutuhan yang dapat diperkirakan sebelumnya. Dalam hal ini, anggota mempercayakan BMT UGT Sidogiri untuk mengurus simpanannya. Kebutuhan keluarga di masa depan serta kebutuhan pendidikan anak-anak ditanggung oleh dana tersebut. Anggota berpikir bahwa BMT adalah tempat yang aman untuk menyimpan uang. Sudut pandang kedua adalah mengenal manajemen, petugas BMT, dan layanan jemput bola.

Mereka (anggota) percaya bahwa pengelola dapat mengelola dan menjaga uang mereka dengan baik, dan jika ada yang tidak beres di kemudian hari, mereka dapat pergi ke pengelola atau petugas BMT untuk meminta pertanggungjawaban tanpa harus mencari informasi dengan susah payah, seperti alamat rumah dan keluarga pengelola atau petugas. Oleh karena itu, dalam hal ini, anggota H berpikir bahwa uang yang disimpan, dikelola oleh orang yang dikenalnya untuk mengurangi kesalahan.

Letak BMT UGT Sidogiri yang dekat dengan tempat tinggalnya merupakan poin terakhir tentang perlunya keamanan. Dalam hal ini hampir sama dengan pendapat nomor 2 yang notabene yaitu mempertimbangkan kesalahan. Jika tampilan nomor 2 dengan mencari pengelola, maka pendapat nomor 3 akan mengunjungi kantor BMT. Letak BMT yang dekat dengan rumah tentu juga dapat melihat perkembangan BMT, dan dapat mengantisipasi bila terjadi hal yang tidak diinginkan. Contohnya

menanyakan komplain dekat. Dekat dengan tempat tinggal juga memudahkan anggota dalam bertransaksi. Pandangan anggota akan kebutuhan rasa aman tersebut merupakan kebutuhan keamanan terhadap harta (saldo tabungan) yang dimiliki anggota (Lilis, 2016).

3. Kebutuhan cinta memiliki-dimiliki

Kebutuhan ini berkaitan dengan bagaimana anggota dan pekerja BMT BMT UGT Sidogiri berinteraksi. Dalam situasi seperti ini, dapat menghemat dengan menggunakan layanan jemput bola sehingga anggota staf, khususnya AO BMT, dapat menghubungi anggota setiap minggu, setiap dua minggu, setiap tiga minggu, dan bahkan setiap hari. Meski sedikit investasi tetap diperbolehkan, pelayanan yang mudah menunjukkan bahwa BMT peduli dengan nasabahnya karena penarikan bisa dilakukan. Itu menunjukkan pengabdian BMT UGT Sidogiri kepada konstituennya. Selain itu, anggota merasa benar-benar menjadi bagian dari BMT karena tidak dilupakan dan selalu dijaga (Lilis, 2016).

Berdasarkan keinginan akan harga diri dan kebutuhan aktualisasi diri ternyata anggota belum memiliki alasan yang memotivasi untuk kebutuhan lebih. Mungkin karena anggota kelas menengah dan bawah hanya menganggap layanan sederhana untuk menyimpan uang di BMT UGT Sidogiri melalui layanan jemput bola.(Lilis, 2016).

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh penulis, maka diperoleh kesimpulan bahwa: Implementasi sistem layanan jemput bola di BMT UGT Sidogiri adalah dengan mendatangi rumah- rumah anggota. Banyak anggota memperoleh motivasi lebih untuk menabung karena pegawai memberikan layanan dengan maksimal, dan juga dari hasil wawancara yang dilakukan dengan beberapa anggota perihal bagaimana pelayanan yang dilakukan oleh semua pegawai BMT UGT Sidogiri mengatakan bahwa pelayanan yang diberikan sangat maksimal karena dengan adanya layanan tersebut bisa menabung tanpa harus ke kantor BMT.

Banyak dorongan yang menjadikan anggota menabung di BMT UGT Sidogiri yakni layanan jemput bola merupakan sistem yang efektif untuk pemasaran, petugas langsung menggunakan pemasaran yang efektif dengan mendatangi satu persatu anggota ataupun calon anggota. Selanjutnya merupakan sistem yang memudahkan anggota karena anggota dimanjakan dengan cara petugas selalu menghampiri para anggota untuk melakukan transaksi. Selanjutnya yaitu merupakan sistem yang simpel ataupun tidak ribet, persyaratan yang digunakan untuk menjadi anggota cukup menggunakan *Photo Copy* kartu identitas. Selanjutnya sistem ini juga menguntungkan karena sistem ini tidak ada pajak atau saldo berkurang, bahkan saldo akan bertambah karena adanya sistem

bagi hasil dengan BMT. Selanjutnya pemenuhan kebutuhan fisiologis, kebutuhan akan menabung yang perlu diterapkan sejak dini dapat memberikan pemahaman kepada anak tentang pentingnya menabung. Selain itu, banyak anggota yang percaya bahwa BMT adalah lokasi yang aman karena mereka menerima fasilitas berupa buku tabungan, slip setoran, dan slip penarikan, sehingga meminimalkan potensi kesalahan. Terakhir pemenuhan kebutuhan cinta memiliki- dimiliki, pelayanan yang mudah di BMT memberikan bukti bahwa BMT mencintai anggotanya, bisa dilihat dari sistem yang tidak memaksa untuk nominal menabung.

5.2. Saran

Berikut saran yang dibuat oleh penulis berdasarkan penjelasan temuan penelitian:

1. Kepada pihak BMT UGT Sidogiri, diharapkan BMT UGT Sidogiri bisa membuat strategi pemasaran lainnya. Contohnya termasuk memberikan promosi, memberikan peningkatan produk, dan banyak lagi.
2. Bagi Perbankan atau lembaga keuangan syariah lainnya, dalam rangka meningkatkan jumlah anggota yang menyimpan atau menandatangani uang dan jumlah DPK (Dana Pihak Ketiga) dalam rangka memenuhi tujuan penghimpunan dana, bank atau lembaga keuangan syariah lainnya juga dapat menggunakan sistem layanan jemput. sebagai rencana pemasaran.

3. Bagi peneliti selanjutnya, diperlukan penelitian yang lebih mendalam dan lebih luas mengenai layanan jemput bola, seperti analisis biaya operasional jasa, dari peneliti selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- AEY, S. (2019). *Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Di Derwana Hotel dan Convention Bojonegoro*. 3(2), 6.
- Agusrinal, D. D. (2014). Perancangan Strategi Pemasaran Pada Produk Anyaman Pandan. *Jurnal Sains, Teknologi Dan Industri, Vol. 11, N(2)*, 2.
- Alfansyur, A., & Mariyani. (2020). Seni Mengelola Data: Penerapan Triangulasi Teknik, Sumber dan Waktu. *Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 5(2), 146–150.
- Andini, U. M. (2018). *Pengaruh Biaya Administrasi, Bonus Lebaran, dan Layanan Jemput Bola terhadap Minat Nasabah Memilih Produk Si Fitri pada BMT Harapan Ummat Sidoarjo*.
- Anggraini, A. (2016). *Evaluasi Pelayanan Sistem Jemput Bola Dalam Meningkatkan Loyalitas Anggota Pada BMT Amanah Kudus*.
- Annisa, S. N. (2013). *Persepsi Nasabah Terhadap Sistem Jemput Bola Pada BMT Anda Salatiga*.
- Apriani, D. (2017). *Sistem Layanan Jemput Bola Dalam Meningkatkan Motivasi Menabung Nasabah Pada BMT UGT Sidogiri Cabang Banjarmasin*.
- Aziz, A. (2018). *Pelaksanaan Produk Tabungan Dengan Sistem Jemput Bola pada BMT Al Fataya Cabang Guguk Lima Puluh Kota*.
- Azizah, N. (2019). Strategi Layanan Sistem Jemput Bola Dalam Meningkatkan Motivasi Menabung Anggota Pada KSU BMT Dana Mentari Muhammadiyah KC Karanglewas Purwokerto. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Dynda Rosadi, A. (2020). *Prosedur Pembukaan Dan Penutupan Tabungan Maburr*

- Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Balung.* 68–74.
- Fauziyah, diah nur, & Andarini, S. (2021). *Strategi Pemasaran menggunakan Pendekatan Analisis SWOT pada BUKUKURNAS.ID Sidoarjo.* 1(6), 6.
- Hakim, R. Al, Mustika, I., & Yuliani, W. (2021). *Validitas Dan Reabilitas Angket Motivasi Berprestasi.* 4(4), 263–268.
- Handisa, R. H. (2018). *Studi Observatif terhadap Ragam Hambatan pada Wawancara Referensi secara Tatap Muka dan Virtual Rattahpinnusa.* 10(21), 1–9.
- Handoko, T. H. (2001). *Perilaku Konsumen dan Etika Dalam Memilih Produk.* *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Hasibuan. (2007). *Dasar Dasar Perbankan.* Jakarta Bumi Aksara, 136(1), 23–42.
- Hidayati, U. (2016). *Analisis Penerapan Sistem Jemput Bola, Pemberian Santunan Muawanah Dan Asuransi Pembiayaan Pada BMT usaha Gabungan Terpadu Sidogiri Cabang Blitar.*
- Ika, L. (2021). *Teknik Pengambilan Sampel Purposive dan Snowball Sampling.* *Jurnal Kajian, Penelitian & Pengambilan Pendidikan Sejarah*, 6(1), 33–39.
- Iman, titis fajar. (2018). *Strategi Pemasaran Jemput Bola.*
- Islami, A. (2021). *Analisis Jaminan Dalam Akad-Akad Bagi Hasil (Akad Mudharabah dan Akad Musyarakah) Di Perbankan Syariah.* *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.30595/jhes.v4i1.9903>
- Jaya, T. J. (2020). *Branding Perbankan Syariah Melalui Produk-Produk Pendanaan.* *Islamic Banking: Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Perbankan Syariah*, 6(1), 69–80. <https://doi.org/10.36908/isbank.v6i1.133>
- Kurniawan, N. (2014). *Strategi Meningkatkan Nasabah Pada BMT Usaha Mulya*

Pondok Indah.

- Lilis, E. (2016). *Sistem Layanan Jemput Bola Dalam Meningkatkan Motivasi Menabung Nasabah Pada BMT MUDA (Mandiri Ukhuwah Persada) Kedinding Lor Surabaya*. 47, 49.
- Pitriana, A. N. (2020). *Strategi Pelayanan Account Officer Simpan Pinjam Pada Anggota Baitul Maal Wat Tamwil*.
- Potu, J., Lengkong, V. P. K., Trang, I., & Lengkong, V. P. K. (2021). *Pengaruh Motivasi Intrinsik dan Motivasi Ekstrinsik terhadap Kinerja Karyawan pada PT. AIR Manado*. 9(2), 387–394.
- Priambodo, M. P., Istiqomah, N., Yunikawati, N. A., Puspasari, E. Y., & Sidi, F. (2021). *Ecotourism Strategy for Indigenous Community to Contribute Socioeconomic Resilient in Pulau Merah Area. Proceedings of the Sixth Padang International Conference On Economics Education, Economics, Business and Management, Accounting and Entrepreneurship (PICEEBA 2020)*, 179(Piceeba 2020), 612–618. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.210616.094>
- Rahmatullah, N. (2020). *Motivasi Menabung Masyarakat Di Kecamatan Mattiro Sompe Kabupaten Pinrang*.
- Ridwan, M. (2004). *Manajemen Baiti Maal Wat Tamwil*. UII Press, 5–24.
- Sidiq, U., & Choiri, M. M. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan*. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9).
- Subhan, M. (2021). *Strategi Pemasaran Baitul Maal Wa Tamwil*. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Sumar'in. (2012). *Konsep Kelembagaan Bank Syariah*. In *Graha Ilmu*.
- Syahputra, M. E., Bahri, S., & Rambe, M. F. (2020). *Pengaruh Kepemimpinan ,*

- Disiplin dan Motivasi Terhadap Kinerja Pegawai Dinas Tarukim Labura. 13(1).*
- Tohari, I. (2017). Bab II Landasan Teori. In *Service Excellence dalam Menciptakan Loyalitas Nasabah (studi atas Sistem Layanan Jemput Bola di Baitul Maal wat Tamwil Usaha Gabungan Terpadu Sidogiri Kantor Cabang Pembantu Kanigoro Blitar)* (Vol. 53, Issue 9).
- Triandini, H. (2018). Pengaruh Layanan Jemput Bola Produk Funding Terhadap Dpk Dan Jumlah Nasabah: Studi Pada Bprs Artha Karimah Irsyadi. *Etikonomi*. <https://doi.org/10.15408/etk.v12i2.1913>
- Wanda, K. (2021). *Aplikasi Strategi Pembelajaran Lightening The Learning Climate Untuk Meningkatkan Motivasi Belajar IPS pada Mahasiswa PGSD. 4, 178–185.*
- Wulandari, F. (2018). *Kepuasan Nasabah/Anggota dalam Menggunakan Sistem Jemput Bola Pada BMT Fajar Kota Metro.*
- Yuliani, W. (2019). Metode Penelitian Deskriptif Kualitatif Dalam Perspektif Bimbingan dan Konseling. *Quanta, 3(1), 9–19.*

LAMPIRAN

Transkrip Wawancara

Informan 1

Nama : Bapak Muhammad Ismail Mubarok

Jabatan : Kepala Cabang

Tanggal : 25 Desember 2021

1. Bagaimana cara BMT UGT Sidogiri Capem Gadang mendapatkan data individu anggota?

"Cara kami mendapat data diri anggota yaitu dari KTP atau KK anggota, karna setiap penabung atau anggota baru harus menyertakan KTP ataupun KK. Dari situ kami mendapatkan data individu anggota".

2. Bagaimana implementasi sistem layanan jemput bola terhadap meningkatkan motivasi menabung anggota?

"Sangat berpengaruh terhadap meningkatkan motivasi menabung anggota, karena itu adalah pelayanan unggulan dari kita dan itu juga menjadi kelebihan dan perbedaan dari yang lain. Karena anggota hanya menunggu dirumah atau di toko kemudian kami pihak BMT UGT Sidogiri Capem Gadang yang datang untuk melakukan transaksi".

3. Apa alasan anggota memilih BMT UGT Sidogiri Capem Gadang?

"Yang menjadi alasan anggota memilih BMT UGT Sidogiri Capem Gadang ketimbang koperasi ataupun perusahaan jasa keuangan lain itu mungkin karna kemudahan yang diberikan oleh pihak kami untuk anggota. Jadi anggota yang dipasar itu mereka menabung, kitakan mayoritas di usaha mikro jadi tabungan tiap harinya mungkin ada yang Rp.5 .000, ada yang Rp. 50.000, dan ada yang Rp. 100.000 dan itu

pegawai mendatangi setiap hari kepasar, jadi anggota merasa dimudahkan. Kalau ke bank mau menyimpan Rp. 5.000,- kan rugi, harus menunggu lama, dan juga kalau nominalnya kecil ke bank pasti minder mereka, kalau kitakan mau menerima berapapun nominalnya dan kita selalu kepasar. Selanjutnya mungkin hanya di BMT UGT Sidogiri dapat menabung tanpa minimal nominal, secara tidak langsung maka anggota dapat menyuruh, mengajari, mendidik, memberikan pemahaman kepada anak tentang pentingnya menabung. Itu mungkin yang menjadi alasan para anggota memilih BMT ketimbang yang lain, selain itu juga kita menggunakan cara-cara yang luwes, yang memudahkan anggota, dan tidak lupa dengan etika yang baik dan amanah yang selalu kita tanamkan dalam pelayanan”.

4. Bagaimana cara untuk membuat anggota menjadi loyal kepada BMT UGT Sidogiri Capem Gadang?

“Untuk menciptakan nilai tambah bagi pelanggan sendiri ya tentunya kita berikan pelayan kita sebaik mungkin yang tidak menyusahkan anggota kita. Dengan memberikan pelayanan yang lues, kekeluargaan, dan menggunakan bahasa yang dimengerti anggota ketika melayani, maksudnya ketika anggota yang kita layani orang madura, kita menggunakan bahasa madura, anggota menggunakan bahasa jawa kita layani pake bahasa jawa, dan lain sebagainya yang penting kita bisa bahasa anggota tersebut, tujuannya apa? Biar apa yang diinginkan anggota dapat kita pahami dan kita mengerti. Selain itu juga sebisa mungkin kita jujur dan amanah apa yang anggota percayakan pada kita, kita jaga sebaik mungkin”.

Informan 2

Nama : Bapak Muhammad Khoirudin

Jabatan : Account Officer Simpan Pinjam (AOSP)

Tanggal : 25 Desember 2021

1. Bagaimana cara BMT UGT Sidogiri Capem Gadang mendapatkan data individu anggota ?

“Untuk mendapatkan data anggota, kan setiap anggota para penabung baru kami mintai semua data, baik KTP, nomor hp, atau KK. Untuk KK sendiri diminta agar kami mengetahui ahli warisnya siapa, supaya ketika terjadi sesuatu yang tidak diharapkan seperti anggota mengalami kecelakaan ataupun meninggal dunia, uang anggota yang ada pada kami bisa dilimpahkan keahli waris”.

2. Bagaimana implementasi sistem layanan jemput bola terhadap meningkatkan motivasi menabung anggota?

"Dengan adanya layanan jemput bola yang kita lakukan, maka anggota merasa sangat dimudahkan dan termotivasi untuk menabung di BMT UGT Sidogiri Capem Gadang. Karena apabila anggota ingin bertransaksi cukup menghubungi pihak BMT UGT Sidogiri Capem Gadang kemudian kita datang untuk melakukan transaksi ”.

3. Apa alasan anggota memilih bmt ugt sidogiri capem gadang?

“Yang menjadi alasan anggota memilih BMT ketimbang koperasi simpan pinjam lain mungkin, satu transaksi disini yang mudah, ketika anggota ingin setor tabungan ataupun menarik tabungannya, anggota tidak direpotkan dengan harus datang ke kantor, tapi kita dan teman- teman (staf) yang menghampiri, kemudian banyak keuntungan misalnya jumlah saldo tidak akan berkurang, bahkan bertambah dengan adanya bagi hasil dengan nisbah 0,1% - 0,25%”

4. Bagaimana cara untuk membuat anggota menjadi loyal kepada BMT UGT Sidogiri Capem Gadang?

“Untuk menciptakan nilai tambah bagi anggota mungkin kita hanya memberikan pelayanan yang terbaik dan memuaskan, menggunakan bahasa apa yang mereka mengerti. Semisal bertransaksi dengan orang madura kita menggunakan bahasa madura. Selain itu, jujur dan dapat dipercaya”.

Informan 3

Nama : Bapak Imam Syafi'i

Jabatan : Account Officer Analisis Pembiayaan (AOAP)

Tanggal : 25 Desember 2021

1. Bagaimana cara BMT UGT Sidogiri Capem Gadang mendapatkan data individu anggota?

"Jadi untuk mendapatkan data individu anggota setiap penabung atau anggota baru harus memberikan foto copy KTP dan KK, dari situ kita mendapatkan data individu anggota, dan ahli waris".

2. Bagaimana implementasi sistem layanan jemput bola terhadap meningkatkan motivasi menabung anggota?

"Jadi anggota merasa termudahkan dan termotivasi untuk menabung karena adanya layanan jemput bola ini, yang menjadi kelebihan dan perbedaan dari yang lain yaitu layanan jemput bola ini".

3. Apa alasan anggota memilih BMT Ugt Sidogiri Capem Gadang?

"Yang menjadi alasan anggota memilih kami yaitu, mungkin karna disini proses transaksinya mudah. Anggota ketika ingin menabung ataupun ingin menarik tabungannya tidak perlu datang kekantor, karna setiap hari kami kepasar, dan kami yang menghampiri anggota. Kemudian anggota juga merasa aman karena ada tanda bukti seperti buku tabungan, slip setoran dan slip penarikan".

4. Bagaimana cara untuk membuat anggota menjadi loyal kepada BMT UGT Sidogiri Capem Gadang?

"Soal menciptakan nilai tambah yang kita lakukan yang pertama jujur, amanah dan memberikan pelayanan yang maksimal aja sih. Pasti para anggota sudah merasakan nilai tambahnya".

Informan 4

Nama : Bapak Rudy

Jabatan : Anggota

Tanggal : 26 Desember 2021

1. Apa alasan anda memilih menjadi anggota bmt ugt sidogiri capem gadang?

“Alasan saya memilih BMT UGT Sidogiri Capem Gadang itu karna memudahkan saya, kalau saya pengen nabung pegawai BMTnya yang datang jadi saya gak perlu dateng ke kantornya, dan klo pengen narik duit juga dianterin sama bapaknya, pokoknya sangat membantu dan memudahkan saya sebagai pedagang yang tidak punya waktu apabila transaksi dilakukan dikantor”.

2. Bagaimana cara untuk membuat anggota menjadi loyal kepada BMT UGT Sidogiri Capem Gadang?

“Keunggulann yang di miliki BMT UGT Sidogiri Capem Gadang adalah para pegawainya jujur dan dapat dipercaya kemudian mereka juga bisa menggunakan bahasa daerah kita. Jadi kita mudah untuk berkomunikasi untuk transaksi”.

Informan 5

Nama : Ibu Siti

Jabatan : Anggota

Tanggal : 26 Desember 2021

1. Apa alasan anda memilih menjadi anggota BMT Ugt Sidogiri Capem Gadang?

“Alasan saya memilih BMT UGT Sidogiri Capem Gadang itu karna memudahkan saya, kalau saya pengen nabung pegawai BMTnya yang datang jadi saya gak perlu dateng ke kantornya, dan klo pengen narik duit juga dianterin sama bapaknya, pokoknya sangat membantu dan memudahkan saya sebagai pedagang yang tidak punya waktu apabila transaksi dilakukan dikantor”.

2. Bagaimana cara untuk membuat anggota menjadi loyal kepada BMT UGT Sidogiri Capem Gadang?

“Keunggulann yang di miliki BMT UGT Sidogiri Capem Gadang adalah para pegawainya jujur dan dapat dipercaya kemudian mereka juga bisa menggunakan bahasa daerah kita. Jadi kita mudah untuk berkomunikasi untuk transaksi”.

Dokumentasi



Surat izin penelitian



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS EKONOMI**

Jalan Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881
Website : www.uin-malang.ac.id Email : info@ui-malang.ac.id

Nomor : B-1266/FEK.1/PP.00.9/10/2021 26 Oktober 2021
Lampiran : -
Perihal : **Ijin Penelitian Skripsi**

Kepada Yth.
Pimpinan BMT UGT Sidogiri Capem Gadang Kota Malang
Jl. Raya Gadang No.21 A, Gadang, Sukun, Malang
di Tempat

Assalamu`alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka memenuhi tugas akhir bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang untuk melakukan penelitian lapangan pada lembaga atau perusahaan.

Oleh karena itu, kami mohon kepada Bapak/Ibu kiranya berkenan untuk memberikan ijin penelitian di instansi Bapak/Ibu pimpin kepada mahasiswa kami :

Nama Mahasiswa : Ahmad Muizuddin
NIM : 18540103
Program Studi : Perbankan Syariah
Semester : IX (Sembilan)
Contact Person : 0081450304005
Judul Penelitian : Strategi Layanan Jemput Bola Terhadap Motivasi Menabung Anggota (studi kasus pada BMT UGT Sidogiri Capem Gadang)

Perlu kami sampaikan bahwa data-data yang diperlukan sebatas kajian keilmuan dan tidak dipublikasikan.

Demikian permohonan kami, atas perhatian dan kerjasama yang baik, kami sampaikan terima kasih.

Wassalamu`alaikum Wr.Wb

a.n. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik,



Tembusan disampaikan kepada Yth :

1. Dekan Sebagai Laporan,
2. Kabag Tata Usaha,
3. Kasubag. Akademik, Kemahasiswaan dan Alumni,
4. Arsip.

HASIL TURNITIN

25%

SIMILARITY INDEX

24%

INTERNET SOURCES

2%

PUBLICATIONS

7%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	14%
2	repository.iainpurwokerto.ac.id Internet Source	3%
3	repo.iainbatusangkar.ac.id Internet Source	2%
4	adoc.pub Internet Source	1%
5	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	1%
6	Submitted to UIN Maulana Malik Ibrahim Malang Student Paper	1%
7	text-id.123dok.com Internet Source	1%
8	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	1%
9	repo.iain-tulungagung.ac.id Internet Source	1%



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
UP2M - FAKULTAS EKONOMI

Jalan Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME
(FORM C)

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Eka Wahyu Hestya Budianto, Lc., M.Si
 NIP : 198908082020121002
 Jabatan : UP2M

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut :

Nama : Ahmad Muizuddin
 NIM : 18540103
 Handphone : 081450304005
 Prodi/Konsentrasi : Perbankan Syariah/Keuangan
 Email : ahmadmuiz41@gmail.com
 Judul Skripsi : Implementasi sistem Layanan Jemput Bola terhadap Meningkatkan Motivasi Menabung Anggota (studi pada BMT UGT Sidogiri Capem Gadang)
 Pembimbing : Tiara Juliana Jaya, M.Si

Menerangkan bahwa penulisan skripsi mahasiswa tersebut di atas dinyatakan **BEBAS PLAGIARISME** dari **TURNITIN** dengan nilai *Originaly report*:

SIMILARTY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
25%	24%	2%	7%

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan di berikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 13 Juli 2022
 UP2M

Eka Wahyu Hestya Budianto, Lc., M.Si
 NIP. 198908082020121002

REKAP BIMBINGAN

JURNAL REKAP BIMBINGAN SKRIPSI

No	Tanggal Bimbingan	Nama Pembimbing	Deskripsi Bimbingan	Status
1	2021-05-27	Tiara Juliana Jaya,M.Si	konsultasi pengajuan judul	Sudah Dikoreksi
2	2021-06-17	Tiara Juliana Jaya,M.Si	Konsultasi bab 1,2,3	Sudah Dikoreksi
3	2021-07-27	Tiara Juliana Jaya,M.Si	Revisi bab 1,2,3	Sudah Dikoreksi
4	2021-10-08	Tiara Juliana Jaya,M.Si	Seminar Proposal	Sudah Dikoreksi
5	2021-10-10	Tiara Juliana Jaya,M.Si	Perbaikan Mendeley	Sudah Dikoreksi
6	2021-12-24	Tiara Juliana Jaya,M.Si	Mengumpulkan Revisi Seminar Proposal	Sudah Dikoreksi
7	2022-03-06	Tiara Juliana Jaya,M.Si	Revisi etnografi (ethnography), studi kasus (case studies), studi dokumen/teks (document studies), observasi alami (natural observation), wawancara terpusat (focused interviews), fenomenologi (phenomenology)	Sudah Dikoreksi
8	2022-03-22	Tiara Juliana Jaya,M.Si	Perbaikan Bab 4 dan 5	Sudah Dikoreksi
9	2022-04-08	Tiara Juliana Jaya,M.Si	Perbaikan Bab 4 dan 5	Sudah Dikoreksi
10	2022-04-26	Tiara Juliana Jaya,M.Si	Perbaikan1. Pengutipan sitasi2. Penulisan bahasa asing di penelitian terdahulu3. Penelitian terdahulu di sitasi4. Tambah sitasi Dosen FE UIN malang (pembimbing 1 dan sisanya dosen UIN malang yang berkaitan dengan penelitian5. Daftar pustaka masih huruf besar edit di mendley atau zotero supaya otomatis	Sudah Dikoreksi
11	2022-05-25	Tiara Juliana Jaya,M.Si	Ujian Semhas	Sudah Dikoreksi
12	2022-06-24	Tiara Juliana Jaya,M.Si	Ujian Skripsi	Sudah Dikoreksi

Telah disetujui
Untuk mengajukan ujian Skripsi/Tesis/Disertasi

Dosen Pembimbing 2

Dosen Pembimbing 1



Tiara Julianda Jaya, M.,Si
NIP.19920708 201903 2 020

Kajur / Kaprodi



Dr. Yayuk Sri Rahayu,SE.,M.M
NIP.19770826 200801 2 011

BIODATA DIRI

A. IDENTITAS DIRI

Nama Lengkap : Ahmad Muizuddin
Tempat, Tanggal Lahir : Mojokerto, 17 Januari 1999
Alamat Kos : Jalan Tirto Mulyo No. 40 Klandungan, Landungsari
Alamat Asal : Desa Lebaksono, Kec. Pungging, Kab. Mojokerto
Email : ahmadmuiz41@gmail.com
Instagram : ahmuizuddin

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

- SDN Lebaksono (2005-2011)
- MTsn Mojosari (2011-2014)
- SMAN 1 Mojosari (2014-2017)
- Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang (2017 – 2022)