

**SKRIPSI**

**ANALISIS STRATEGI JEMPUT BOLA  
DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH  
DI PT BPRS METRO MADANI KANTOR CABANG  
JATIMULYO**

**Oleh:**

**FARIZ ADITYA PRATAMA  
NPM.1502100255**



**Jurusan S1 Perbankan Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO  
1441 H / 2019 M**

**ANALISIS STRATEGI JEMPUT BOLA  
DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH  
DI PT BPRS METRO MADANI KANTOR CABANG  
JATIMULYO**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagian Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi(S.E)

Oleh:

**FARIZ ADITYA PRATAMA**  
NPM.1502100255

Pembimbing I : Siti Zulaikha, S.Ag, MH  
Pembimbing II : Zumaroh, M. E. Sy

Jurusan S1 Perbankan Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI(IAIN) METRO**  
**1441 H / 2019 M**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

Judul Skripsi : **STRATEGI JEMPUT BOLA DALAM MENINGKATKAN  
JUMLAH NASABAH DI PT. BPRS METRO MADANI KC  
JATIMULYO**

Nama : **FARIZ ADITYA PRATAMA**  
NPM : 1502100255  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

**MENYETUJUI**


Untuk dimunaqsyahkan dalam sidang munaqsyah Fakultas Ekonomi  
dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Metro, November 2019

Pembimbing I,

  
**Hj. Siti Zulaikha, S.Ag, MH**  
NIP. 19720611 199803 2 001

Pembimbing II,

  
**Zumaroh, M.E.Sy**  
NIP. 19790422 200604 2 002

## NOTA DINAS

Nomor :  
Lampiran : 1 (satu) berkas  
Hal : **Pengajuan untuk Dimunaqosyahkan  
Saudara Fariz Aditya Pratama**

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro  
Di \_  
Tempat

*Assalammu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah Kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan  
seperlunya maka skripsi saudara:

Nama : **FARIZ ADITYA PRATAMA**  
NPM : 1502100255  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : S1 Perbankan Syariah  
Judul : **STRATEGI JEMPUT BOLA DALAM MENINGKATKAN  
JUMLAH NASABAH DI PT. BPRS METRO MADANI KC  
JATIMULYO**

Sudah dapat kami setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro untuk dimunaqosyahkan.

Demikianlah harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terima  
kasih.

*Wassalammu'alaikum Wr. Wb.*

Metro, November 2019

Pembimbing I,



**Hj. Siti Zulaikha, S.Ag, MH**  
NIP. 19720611 199803 2 001

Pembimbing II,



**Zumaroh, M.E.Sy**  
NIP. 19790422 200604 2 002



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0726) 47298;  
Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

**PENGESAHAN SKRIPSI**

No. 3760 / (n. 28. 3 / D) / PP. 00. 9 / 12 / 2019

Skripsi dengan Judul: ANALISIS STRATEGI JEMPUT BOLA DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH DI PT. BPRS METRO MADANI KANTOR CABANG JATIMULYO, disusun Oleh: FARIZ ADITYA PRATAMA, NPM: 1502100255, Jurusan: SI Perbankan Syariah telah diujikan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada Hari/Tanggal: Kamis/12 Desember 2019.

**TIM PENGUJI:**

Ketua/Moderator : Hj. Siti Zulaikha, S.Ag, MH

Penguji I : Suci Hayati, S.Ag. M.S.I

Penguji II : Zumaroh, M.E.Sy

Sekretaris : Aulia Ranny Priyatna, M.E.Sy



Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



*[Signature]*  
**Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum**  
NIP. 19720923 200003 2 002

## ABSTRAK

### ANALISIS STRATEGI JEMPUT BOLA DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH DI PT BPRS METRO MADANI KANTOR CABANG JATIMULYO

Oleh:

Fariz Aditya Pratama

NPM. 1502100255

BPRS Metro Madani kantor cabang Jatimulyo merupakan salah satu lembaga keuangan berbasis syariah. Dalam melakukan promosi produk khususnya tabungan haji azzamani, perusahaan jasa seperti BPRS Metro Madani kantor cabang Jatimulyo ini dalam meningkatkan jumlah nasabahnya menggunakan strategi jemput bola yaitu suatu strategi untuk mempromosikan dan mensosialisasikan suatu produk tertentu dengan mendatangi masyarakat potensial secara langsung.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Bagaimana efektifitas strategi jemput bola dalam meningkatkan jumlah nasabah pada PT. BPRS Metro Madani kantor cabang Jatimulyo. Penelitian ini menggunakan metode wawancara dan dokumentasi. Wawancara dilakukan kepada kepala cabang bank, *marketing funding*, nasabah tabungan haji, dan masyarakat muslim potensial yang ada di Jatimulyo, cara ini dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh keterangan dan data penelitian. Dokumentasi digunakan untuk mendapatkan data-data mengenai profil PT. BPRS Metro Madani kantor cabangJatimulyo dan profil masyarakat muslim potensial di Jatimulyo. Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif dengan cara berfikir induktif. Penelitian ini berangkat dari fakta di lapangan untuk digeneralisasikan berdasarkan teori-teori yang ada.

Setelah dilakukan penelitian, strategi jemput bola dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan haji di PT. BPRS Metro Madani kantor cabang Jatimulyo dikatakan tidak efektif. Hal ini dapat dilihat dari 4 aspek yaitu aspek tugas dan fungsi, aspek rencana dan program, aspek ketentuan dan peraturan, serta aspek tujuan dan kondisi ideal. Aspek rencana dan program merupakan aspek salah satu aspek yang penting untuk mengetahui efektivitas strategi jemput bola dalam meningkatkan jumlah nasabah di BPRS Metro Madani kantor cabang Jatimulyo, dalam aspek ini terdapat rencana bank dari strategi jemput bola dalam meningkatkan jumlah nasabah haji dengan menetapkan target sebanyak 480 nasabah pertahun, akan tetapi bank tidak mampu memenuhi target yang ditetapkan. Sehingga aspek rencana dan program dalam strategi jemput bola dalam meningkatkan jumlah nasabah pada PT. BPRS Metro Madani kantor cabang Jatimulyo tidak terpenuhi.

## ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fariz Aditya Pratama  
NPM : 1502100255  
Jurusan : S1 Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, Oktober 2019  
Yang menyatakan,



**Fariz Aditya Pratama**  
NPM. 1502100255

## MOTTO

فِيهِ آيَاتٌ بَيِّنَاتٌ مَّقَامُ إِبْرَاهِيمَ وَمَنْ دَخَلَهُ كَانَ آمِنًا وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حِجُّ  
الْبَيْتِ مَنْ أُسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا وَمَنْ كَفَرَ فَإِنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ عَنِ الْعَالَمِينَ ٩٧

Artinya: “Di sana terdapat tanda-tanda yang jelas, (diantaranya) maqam Ibrahim. Barang siapa memasukinya (Baitullah) amanlah dia. Dan (di antara) kewajiban manusia terhadap Allah adalah melaksanakan ibadah haji ke Baitullah, yaitu bagi orang-orang yang mampu mengadakan perjalanan ke sana. Barang siapa mengingkari (kewajiban) haji, maka ketahuilah bahwa Allah maha kaya (tidak memerlukan sesuatu) dari seluruh alam.” (Al-Qur’an Surah Al-Imran:97)<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Departemen Agama RI, Al-Qur’an dan Terjemahannya, (Bandung: Diponegoro, 2005), 57.



## **PERSEMBAHAN**

Dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan karunia dan hidayah-Nya, maka akan saya persembahkan karya ini kepada:

1. Kedua orang tuaku tercinta, Ibu Katini Wati dan Bapak Sukadi yang selalu mencurahkan kasih sayangnya, perhatian, kesabaran dan selalu memberikan semangat serta tidak kenal lelah mendoakan untuk keberhasilan anak-anaknya sejak kecil hingga sekarang.
2. Kakakku Heny Oktaria yang telah memberikan dukungan dan semangat kepadaku selama aku menempuh studi.
3. Sahabat-sahabatku seperjuangan (para pejuang skripsi) yang selalu memberikan dukungan dan bantuan yang tak ternilai harganya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Almamater tercinta IAIN Metro yang menjadi tempat peneliti menuntut ilmu dan memperdalam ilmu Perbankan Syariah.

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT atas taufik hidayah dan inayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan Skripsi ini. Penulisan Skripsi ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan program Strata Satu (S1) Jurusan S1-Perbankan Syariah guna mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (SE). Upaya penyelesaian Skripsi ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Enizar, M.Ag, selaku Rektor IAIN Metro,
2. Ibu Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
3. Ibu Reonika Puspitasari, M.E.Sy, selaku Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah
4. Ibu Siti Zulaikha, S.Ag, MH., selaku Pembimbing I, yang telah memberikan bimbingan yang sangat berharga kepada peneliti.
5. Ibu Zumaroh, M. E. Sy, selaku Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan yang sangat berharga kepada peneliti.
6. Bapak dan Ibu Dosen/Karyawan IAIN Metro yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan sarana prasarana selama peneliti menempuh pendidikan.
7. Pimpinan, segenap Karyawan, dan nasabah PT BPRS Metro Madani KC Jatimulyo serta masyarakat Jatimulyo yang telah memberikan sarana dan prasarana kepada peneliti sehingga skripsi ini terselesaikan.

Kritik dan saran demi perbaikan skripsi ini sangat diharapkan dan akan diterima dengan kelapangan dada. Dan akhirnya semoga skripsi ini kiranya dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu Hukum Ekonomi Syariah.

Metro, Oktober 2019  
Peneliti,



**Fariz Aditya Pratama**  
NPM.1502100255

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN NOTA DINAS.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
HALAMAN ABSTRAK .....	vi
HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN.....	vii
HALAMAN MOTTO .....	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	ix
HALAMAN KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Pertanyaan Penelitian .....	4
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	5
D. Penelitian Relevan.....	5
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>8</b>
A. <i>Personal Selling</i> .....	8
1. Pengertian <i>Personal Selling</i> .....	8
2. Sifat <i>Personal Selling</i> .....	9
3. Fungsi <i>Personal Selling</i> .....	10
4. Bentuk-Bentuk <i>Personal Selling</i> .....	11
5. Keunggulan dan Kelemahan <i>Personal Selling</i> .....	12
6. Praktik Jemput Bola Sebagai Strategi <i>Personal Selling</i> .....	14
B. Tabungan <i>Mudharabah</i> .....	16
1. Pengertian Tabungan <i>Mudharabah</i> .....	16
2. Rukun Akad <i>Mudharabah</i> .....	18
3. Jenis-Jenis Tabungan <i>Mudharabah</i> .....	19
4. Aplikasi <i>Mudharabah</i> dalam Lembaga Keuangan Syariah .....	24
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>26</b>
A. Jenis dan Sifat Penelitian .....	26
B. Sumber Data Penelitian.....	27
C. Teknik Pengumpulan Data.....	29
D. Teknik Analisa Data.....	31

<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>32</b>
A. Gambaran Umum PT BPRS Metro Madani KC Jatimulyo.....	32
1. Sejarah Berdirinya PT BPRS Metro Madani KC Jatimulyo..	32
2. Uraian Tugas dan Struktur Organisasi PT BPRS Metro Madani KC Jatimulyo .....	33
3. Produk-produk pada PT BPRS Metro Madani KC. Jatimulyo .....	36
4. Profil Masyarakat Muslim di Jatimulyo Potensial Menjadi Nasabah Bank.....	39
B. Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Haji pada PT BPRS Metro Madani KC Jatimulyo .....	42
C. Strategi Jemput Bola dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan haji pada PT BPRS Metro Madani KC. Jatimulyo .....	46
D. Analisis Strategi Jemput Bola dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan haji pada PT BPRS Metro Madani KC. Jatimulyo .....	55
 <b>BAB V PENUTUP.....</b>	 <b>61</b>
A. Kesimpulan.....	61
B. Saran .....	61
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	
<b>RIWAYAT HIDUP</b>	

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 4.1 Jumlah Penduduk Desa Jatimulyo .....	39
Tabel 4.2 Jumlah Penduduk Desa Jatimulyo berdasarkan Agama .....	40
Tabel 4.3 Tingkat Pendidikan Desa Jatimulyo .....	41
Tabel 4.4 Mata Pencaharian Desa Jatimulyo .....	41

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 4.1 Struktur organisasi PT BPRS Metro Madani KC Jatimulyo.....	35
---	----

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Surat Izin *Research*
- Lampiran 2 : Surat Tugas
- Lampiran 3 : Surat Balasan *Research*
- Lampiran 4 : Surat Bebas Pustaka
- Lampiran 5 : Surat Pembimbing Skripsi
- Lampiran 6 : Formulir Konsultasi Skripsi
- Lampiran 7 : Alat Pengumpul Data (APD)
- Lampiran 8 : Foto Penelitian



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini sudah banyak bank syariah yang sudah berdiri di Indonesia, semua bank syariah tersebut saling bersaing dalam membuat produk mereka dan juga memberikan layanan terbaik kepada masyarakat (nasabah). Salah satu produk bank syariah yang diminati oleh nasabah maupun calon nasabah adalah produk penghimpunan dana yaitu tabungan. Menabung adalah tindakan yang dianjurkan oleh agama Islam, karena dengan menabung berarti seseorang mempersiapkan diri untuk pelaksanaan perencanaan masa yang akan datang sekaligus untuk menghadapi hal-hal yang tidak diinginkan.

Penghimpunan dana di lembaga keuangan syariah berbeda dengan yang terdapat di lembaga keuangan konvensional yang dikenal dengan tiga jenis yaitu giro, tabungan, dan deposito.<sup>2</sup> Dalam lembaga keuangan syariah produk pendanaan terbagi menjadi dana simpanan dan produk dana investasi.

BPRS Metro Madani KC Jatimulyo merupakan lembaga keuangan syariah yang memiliki produk-produk tabungan yang bervariasi guna untuk menarik dan meningkatkan jumlah nasabah. Produk tabungan tersebut terdapat dua macam akad yaitu tabungan dengan akad *wadi'ah yad dhamanah* (titipan) dan tabungan dengan akad *mudharabah* (bagi hasil) yaitu

---

<sup>2</sup> Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2016), 61.

berupa tabungan Pendidikan, tabungan qurban, tabungan haji azzamani, tabungan *walimah* dan deposito investasi *mudharabah*.<sup>3</sup> Dari banyak tabungan tersebut, yang akan dibahas oleh peneliti difokuskan pada tabungan haji.

Tabungan haji di BPRS Metro Madani KC Jatimulyo adalah tabungan yang menggunakan akad *mudharabah* yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada saat nasabah menunaikan ibadah haji pada saat tertentu sesuai yang diperjanjikan. Tabungan haji diperuntukkan bagi orang-orang yang mempersiapkan dana agar mencukupi untuk membiayai perjalanannya ke Tanah Suci. Karena di Agama Islam, ibadah haji merupakan salah satu rukun Islam yang lima yang harus dijalankan bagi orang yang sudah mampu baik fisik maupun materi. Oleh sebab itu lembaga keuangan syariah seperti BPRS Metro Madani KC Jatimulyo membuka peluang untuk memudahkan atau meringankan orang-orang yang akan melaksanakan ibadah haji.<sup>4</sup>

BPRS Metro Madani KC Jatimulyo yang merupakan pelopor salah satu lembaga keuangan syariah yang dipercayai untuk menawarkan produk haji seperti tabungan haji. Dalam menawarkan produk tabungan haji pihak bank menerapkan strategi jemput bola untuk mendekati kepada nasabah, promosi, dan sosialisasi dengan mendatangi masyarakat muslim potensial seperti mendatangi tempat keramaian seperti pasar dan acara-acara pengajian untuk memberi pemahaman jika tabungan haji adalah untuk membantu calon

---

<sup>3</sup> Wawancara Dengan Kepala Cabang PT BPRS Metro Madaani, KC Jatimulyo, Pada tanggal 6 Desember 2018.

<sup>4</sup> Wawancara Dengan Kepala Cabang PT BPRS Metro Madaani, KC Jatimulyo, Pada tanggal 6 Desember 2018.

nasabah menyisihkan uangnya untuk ditabung agar nantinya dapat mendaftar haji pada setiap tahunnya.

Dari penerapan strategi jemput bola, nasabah tabungan haji di BPRS Metro Madani KC Jatimulyo selalu bertambah. Hal ini terlihat pada tahun 2016 berjumlah 8 nasabah, pada tahun 2017 berjumlah 13 nasabah, dan pada tahun 2018 berjumlah 19 nasabah. Peningkatan jumlah nasabah ini tidak terlepas dari kinerja yang dilakukan *marketing* BPRS Metro Madani KC Jatimulyo.

Meski mengalami peningkatan, namun masih banyak kendala-kendala yang ditemui *marketing* BPRS Metro Madani KC Jatimulyo dalam memasarkan produk tabungan hajinya. Kendala tersebut adalah kurang mengenalnya masyarakat tentang produk tabungan haji yang disebabkan oleh minimnya minat masyarakat untuk datang ke bank. Selain itu kurangnya kesadaran atau keinginan masyarakat untuk mendaftar haji meskipun banyak masyarakat muslim di Jatimulyo yang mampu untuk melakukan ibadah haji.<sup>5</sup>

Selain masyarakat muslim yang dijadikan sasaran, yang sudah menjadi nasabah pun bisa dijadikan sasaran target untuk promosi tentang tabungan haji. Hal ini dilakukan karena sudah saling mengenal antara pihak bank dan nasabah sehingga lebih mudah untuk mempromosikan dan merayu nasabah tersebut untuk menyisihkan sebagian dana nasabah untuk ditabung untuk ibadah haji.<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> Wawancara Dengan Marketing *Funding* PT BPRS Metro Madani, KC Jatimulyo, Pada tanggal 6 Desember 2018.

<sup>6</sup> Wawancara Dengan Marketing *Funding* PT BPRS Metro Madani, KC Jatimulyo, Pada tanggal 6 Desember 2018.

Dari tahun ke tahun produk tabungan haji yang ada di BPRS Metro Madani KC Jatimulyo mengalami peningkatan. Meskipun demikian, masih banyak masyarakat muslim yang potensial di sekitar BPRS Metro Madani KC Jatimulyo yang belum menabung tabungan haji. Sampai saat ini produk tabungan haji yang berakad *mudharabah* masih sangat minim peminatnya dibandingkan produk tabungan lainnya. Sehingga dalam hal ini *marketing* dituntut untuk lebih efektif lagi dalam melakukan promosi dan sosialisasi dengan strategi jemput bola dan memberikan edukasi yang memadai kepada masyarakat tentang produk tabungan haji.

Berdasarkan latar belakang di atas peneliti tertarik untuk meneliti lebih mendalam keefektifan strategi jemput bola pada PT. BPRS Metro Madani kantor cabang Jatimulyo dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan haji dengan judul “Analisis Strategi Jemput Bola dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada PT. BPRS Metro Madani KC. Jatimulyo.”

## **B. Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang dibahas yakni, Bagaimana efektifitas strategi jemput bola dalam meningkatkan jumlah nasabah pada PT. BPRS Metro Madani kantor cabang Jatimulyo ?

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian yang dilakukan di PT. BPRS Metro Madani kantor cabang Jatimulyo ini adalah untuk mengetahui efektifitas strategi jemput bola dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan haji di PT. BPRS Metro Madani kantor cabang Jatimulyo.

### **2. Manfaat penelitian**

Adapun manfaat yang diharapkan di dalam penelitian ini adalah:

#### **a. Secara Teoritis**

Penelitian ini diharapkan akan menambah pengetahuan dan wawasan tentang strategi jemput bola khususnya dalam meningkatkan jumlah nasabah pada Perbankan Syariah.

#### **b. Secara praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi praktisi bank Syariah tentang strategi jemput bola dalam meningkatkan jumlah nasabah di PT. BPRS Metro Madani kantor cabang Jatimulyo.

## **D. Penelitian Relevan**

Penelitian relevan berisi tentang uraian mengenai hasil penelitian terdahulu tentang persoalan yang akan dikaji. Peneliti mengemukakan dan menunjukkan dengan tegas bahwa masalah yang akan dibahas belum pernah

diteliti atau berbeda dengan penelitian sebelumnya. Penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini antara lain :

Penelitian yang dilakukan oleh Ervina Lilis Saadah yang berjudul Sistem Jemput Bola Dalam Meningkatkan Motivasi Menabung Nasabah pada BMT Muda (Mandiri Ukhuwah Persada) Kedinding Lor Surabaya, fokus pada penelitian ini adalah tentang bagaimana penerapan sistem jemput bola dalam memotivasi anggota untuk lebih rutin menabung.<sup>7</sup>

Penelitian Fitriana Wulandari dengan judul Kepuasan Anggota Dalam Menggunakan Sistem Jemput Bola pada BMT Fajar Kota Metro, Fokus pada penelitian ini adalah tentang apakah anggota puas dengan adanya sistem jemput bola yang dilihat dari anggota tersebut menggunakan produknya.<sup>8</sup>

Penelitian Nurul Fadlilah dengan judul Implementasi Sistem Jemput Bola Terhadap Masyarakat UMKM Pada Bank Syariah Mandiri KCP Lubuk Sikaping Sumatera Barat Menurut Tinjauan Ekonomi Islam, fokus pada penelitian ini adalah bagaimana implementasi sistem jemput bola, faktor pendukung dan penghambat dalam pengimplementasikan sistem jemput bola oleh bank Syariah Mandiri KCP Lubuk Sikaping serta bagaimana tinjauan ekonomi islam terhadap implementasi sistem jemput bola tersebut.<sup>9</sup>

---

<sup>7</sup> Ervina Lilis Saadah, *Sistem Jemput Bola Dalam Meningkatkan Motivasi Menabung Nasabah pada BMT Muda (Mandiri Ukhuwah Persada) Kedinding Lor Surabaya*, (UIN Sunan Ampel Surabaya, 2016).

<sup>8</sup> Fitriana Wulandari, *Kepuasan Anggota Dalam Menggunakan Sistem Jemput Bola pada BMT Fajar Kota Metro*, (IAIN Metro, 2018).

<sup>9</sup> Nurul Fadlilah, *Implementasi Sistem Jemput Bola Terhadap Masyarakat UMKM Pada Bank Syariah Mandiri KCP Lubuk Sikaping Sumatera Barat Menurut Tinjauan Ekonomi Islam*, (UIN Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru, 2013).

Beberapa hasil penelitian yang dilakukan di atas, dapat diketahui bahwa penelitian yang akan dilakukan ini memiliki kajian yang berbeda, walaupun memiliki fokus kajian yang sama pada tema-tema tertentu. Akan tetapi, dalam penelitian ini lebih ditekankan dan difokuskan pada keefektifan strategi jemput bola dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan haji.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### **A. *Personal Selling***

##### **1. Pengertian *Personal Selling***

*Personal selling* adalah interaksi antar individu, saling bertemu muka yang ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai, atau mempertahankan hubungan pertukaran yang saling menguntungkan dengan pihak lain.<sup>10</sup>

Menurut MC Daniel, *personal selling* adalah komunikasi secara langsung antara seorang perwakilan penjual dan satu atau lebih calon konsumen dalam upaya mempengaruhi satu dengan yang lainnya dalam situasi pembelian.<sup>11</sup>

Menurut Mia Lasmi Wardiah *Personal selling* adalah interaksi langsung antara salesman bank dengan satu atau lebih calon pembeli guna melakukan presentasi, menjawab pertanyaan, dan menerima pesan.<sup>12</sup>

Berdasarkan berbagai pengertian *personal selling* diatas, dapat dipahami bahwa *personal selling* adalah suatu komunikasi secara langsung antara penjual dan calon konsumen (nasabah) untuk memperkenalkan suatu produk kepada calon konsumen (nasabah) dan membentuk pemahaman konsumen terhadap produk sehingga mereka tertarik dan membelinya.

---

<sup>10</sup> Donni Juni Priansa, *Komunikasi Pemasaran Terpadu*, (Bandung: Pustaka Setia, 2017), 220.

<sup>11</sup> *Ibid.*

<sup>12</sup> Mia Lasmi Wardiah, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013), 332.



## 2. Sifat *Personal Selling*

*Personal selling* merupakan strategi atau alat promosi yang paling efektif terutama dalam bentuk prefensi, keyakinan, dan tindakan pembeli.

*Personal selling* memiliki tiga sifat khusus yaitu:

- a. Konfrontasi personal, artinya strategi *personal selling* mencakup hubungan yang hidup, langsung, dan interaktif antara dua orang atau lebih. Masing-masing pihak dapat melihat kebutuhan dan karakteristik pihak lain dengan lebih dekat.
- b. Mempererat, artinya strategi *personal selling* memungkinkan timbulnya berbagai jenis hubungan, mulai hubungan penjualan sampai hubungan persahabatan.
- c. Tanggapan, artinya strategi *personal selling* membuat pembeli merasa berkewajiban untuk mendengar, memperhatikan, dan menanggapi wiraniaga atau penjual.<sup>13</sup>

Jadi terdapat sifat khusus dari strategi *personal selling* yaitu konfrontasi personal, mempererat, dan tanggapan. Semua sifat ini saling keterkaitan dan di butuhkan. *Personal selling* mempunyai kelebihan antara lain operasinya lebih fleksibel karena penjual dapat mengamati reaksi konsumen dan menyesuaikan pendekatannya, usaha yang sia-sia dapat diminimalkan, konsumen yang berminat biasanya langsung membeli, dan penjual dapat membina hubungan jangka panjang dengan konsumen.

---

<sup>13</sup> *Ibid*, 334.

### 3. Fungsi *Personal Selling*

Aktivitas strategi *personal selling* memiliki beberapa fungsi sebagai berikut:<sup>14</sup>

#### a. *Prospecting*

*Personal selling* berfungsi mencari dan mendapatkan konsumen baru serta menjalin hubungan yang baik dan positif dengan mereka secara berkelanjutan.

#### b. *Targetting*

*Personal selling* berfungsi untuk mengalokasikan berbagai potensi yang dimiliki oleh perusahaan dalam rangka memperoleh konsumen.

#### c. *Communicating*

*Personal selling* berfungsi untuk memberikan informasi mengenai produk perusahaan kepada konsumen sehingga konsumen memperoleh pengetahuan yang cukup tentang produk tersebut.

#### d. *Selling*

*Personal selling* berfungsi untuk mendekati, mempresentasikan dan mendemonstrasikan, mengatasi penolakan, serta menjual produk kepada pelanggan. Penjual tersebut merupakan sumber profit bagi perusahaan.

---

<sup>14</sup> Donni Juni Priansa, *Komunikasi Pemasaran.*, 224-225.

e. *Servicing*

*Personal selling* berfungsi untuk memberikan berbagai jasa dan pelayanan kepada pelanggan sehingga pelayanan yang dirasakan oleh konsumen dapat dirasakan lebih optimal.

f. *Information Gathering*

*Personal selling* berfungsi melakukan riset dan inteligen pasar dan informasi yang diperoleh akan dijadikan sebagai sumber data bagi pengambilan keputusan bagi perusahaan dan atau pemasar.

g. *Allocating*

*Personal selling* berfungsi untuk menentukan konsumen yang akan dituju oleh perusahaan dan memaksimalkan produk yang dijual oleh perusahaan.

#### **4. Bentuk-bentuk *Personal Selling***

Terdapat tiga bentuk dari *personal selling*, yaitu sebagai berikut:

- a. *Field Selling*, yaitu tenaga penjual yang melakukan penjualan atau pendekatan di luar perusahaan, dengan mendatangi nasabah ke rumah-rumah, perusahaan, kantor, sekolah, dan lain-lain.
- b. *Retail Selling*, yaitu tenaga penjual melakukan penjualan dengan cara melayani nasabah yang datang ke bank atau perusahaan.

- c. *Executive Selling*, yaitu pimpinan perusahaan yang bertindak sebagai tenaga penjual yang melakukan penjualan. Level kesepakatan yang akan dilakukan adalah antar *top management*.<sup>15</sup>

Dalam setiap lembaga keuangan syariah, bentuk-bentuk *personal selling* tersebut kadang digunakan secara bersama-sama dan kadang hanya menggunakan salah satu bentuk saja. Hal tersebut disesuaikan dengan produk yang ditawarkan, pasar yang dituju, dan kemampuan lembaga keuangan. Tetapi bentuk manapun yang dipilih, Bank harus menentukan bentuk yang paling cocok dan efektif dalam mencapai sasaran. Salah satu bentuk *personal selling* yang sering digunakan saat ini adalah bentuk *field selling* atau yang lebih dikenal dengan istilah jempot bola.

## 5. Keunggulan dan Kelemahan *Personal Selling*

Terdapat keunggulan dari strategi *personal selling* mempromosikan penjualan yaitu sebagai berikut:<sup>16</sup>

- a. Lebih mudah disesuaikan dalam cara menjualnya, yaitu kebutuhan dan keinginan konsumen menjadi prioritas sehingga reaksi konsumen terhadap barang yang dipromosikan dapat diketahui secara langsung.
- b. Berbeda dengan promosi lain dalam melakukan penjualan, *personal selling* mengadakan penjualan pada saat terjadi kontak dengan calon nasabah atau konsumen.
- c. Mendemonstrasikan kegunaan produk secara langsung kepada konsumen dan sekaligus menonjolkan kelebihan produk-produk tersebut.

---

<sup>15</sup> M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung : Alfabeta, 2012), 181.

<sup>16</sup> Donni Juni Priansa, *Komunikasi Pemasaran*, 237.

- d. Memberikan jawaban atas pertanyaan calon nasabah dan memberikan penjelasan atas berbagai keberatan serta dengan keahliannya dapat membuat calon nasabah yang semula tidak tertarik menjadi tertarik dan mengkonsumsi produk tersebut.
- e. Strategi *personal selling* berkaitan dengan kunjungan *sales person* atau wiraniaga yang teratur terhadap nasabah dan calon nasabah potensial dalam rangka menanyakan informasi dari konsumen sehingga perusahaan mampu mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif.

Selain memiliki keunggulan, *personal selling* juga memiliki sejumlah kelemahan sebagai berikut:<sup>17</sup>

- a. Biaya untuk melakukan kontak personal dengan nasabah relatif tinggi karena sifatnya yang *one to one* atau *face to face*.
- b. Dalam pelaksanaan aktivitasnya, *personal selling* membutuhkan waktu yang cukup lama mulai dari mengadakan kontak awal sampai terjadinya transaksi.
- c. Strategi *personal selling* mempunyai keterbatasan dalam menjangkau serta menemui calon pelanggan.

## 6. Praktik Jemput Bola Sebagai Strategi *Personal Selling*

Strategi jemput bola adalah suatu ajang promosi secara langsung dengan menawarkan produk yang ada.<sup>18</sup> Sama halnya dengan BMT, Sebagai lembaga keuangan yang belum lama lahir, BMT membutuhkan promosi dan sosialisasi secara lebih optimal di masyarakat. Keaktifan pengelola dalam

---

<sup>17</sup> *Ibid*, 238.

<sup>18</sup> Dinullah, Nurdin, "Analisis Penerimaan Mahasiswa Baru Dengan Penentuan Strategi Keunggulan Bersaing", dalam JITI Vol.16 (2), Desember 2017, 106.

memasarkan produk BMT merupakan komponen terpenting di antara komponen-komponen lainnya yang akan menentukan tingkat keberhasilan lembaga. Salah satu cara efektif yang dilakukan untuk mencapai target-target pemasaran produk BMT di awal operasionalnya adalah dengan melakukan pendekatan jemput bola. Pendekatan ini dilakukan dengan cara petugas mendatangi langsung calon nasabah. petugas dengan leluasa menjeaskan mengenai konsep keuangan syariah, sistem dan prosedur operasional BMT. Dari perspektif syariah, jemput bola dapat pula di artikan sebagai upaya BMT mengembangkan tradisi silaturahmi yang menurut Rasulullah SAW dapat menambah rezeki, memanjangkan umur serta menjauhkan manusia dari dendan dan kebencian.<sup>19</sup>

Sebagai mana dijelaskan di dalam ayat Alquran surat an-Nisa ayat 36 mengenai silaturahmi:

وَأَعْبُدُوا اللَّهَ وَلَا تُشْرِكُوا بِهِ شَيْئًا وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا وَبِذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَالْجَارِ ذِي الْقُرْبَىٰ  
وَالْجَارِ الْجُنُبِ وَالصَّاحِبِ بِالْجَنبِ وَابْنِ السَّبِيلِ وَمَا مَلَكَتْ أَيْمَانُكُمْ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ مَن كَانَ مُخْتَالًا  
فَخُورًا ۝ ٣٦

Artinya: *Dan sembahlah Allah dan janganlah kamu mempersekutukannya dengan sesuatu apapun. Dan berbuat baiklah kepada kedua orang tua, karib kerabat, anak-anak yatim, orang-orang miskin, tetangga dekat dan tetangga jauh, teman sejawat, ibnu sabil, dan hamba sahaya yang kamu miliki. Sungguh, Allah tidak menyukai orang yang sombong dan membangkang diri.*<sup>20</sup>

Selanjutnya hal yang perlu dikembangkan strategi pemasaran adalah sebagai berikut:

<sup>19</sup> Nurul Huda, Khamim Hudori, dkk, *Pemasaran Syariah Teori dan Aplikasi*, (Depok: Kencana, 2017), 167.

<sup>20</sup> Departemen Agama RI, *Alquran dan Terjemahannya*, (Bandung: CV. Diponegoro, 2005), 77.

1. Pengelola BMT harus mampu bertindak jujur, amanah, profesional dibidangnya dengan mewujudkan signifikansi transparansi di bidang manajemen. Keikhlasan menerima kritik dan saran, bijaksana dalam mengambil keputusan penting, serta memberikan pelayanan terbaik kepada semua orang.
2. Memiliki produk penghimpunan dana yang tepat dengan ukuran sederhana (mudah dalam pemasaran, pengelolaan, maupun penerapannya sesuai prinsip-prinsip syariah), tidak terlalu berisiko artinya dana tersebut dipercayakan penyimpanannya dalam jangka waktu yang relatif lama satu sampai dua tahun atau lebih dan besaran beban bagi hasil usaha ditentukan berdasarkan perhitungan yang wajar namun tetap kompetitif. Mempunyai nilai jual yang tinggi, maksudnya adalah bahwa produk penghimpunan dana yang ditawarkan benar-benar menjawab kebutuhan kongkret masyarakat kelas menengah ke bawah.<sup>21</sup>

Penggunaan strategi jempot bola bukan hanya untuk memasarkan produk yang dimiliki oleh suatu bank, namun juga menjual nama bank itu sendiri kepada masyarakat. sehingga, nasabah tidak hanya mempercayai dana yang dititipkan kepada petugas marketing namun juga mempercayakan kepada semua elemen opsional yang ada didalamnya.

---

<sup>21</sup> Nurul Huda, Khamim Hudori, dkk, *Pemasaran Syariah*, 167-168.

## B. Tabungan *Mudharabah*

### 1. Pengertian *Mudharabah*

*Mudharabah* bisa disebut dengan *al-qiradh* yang berarti potongan, karena pemilik modal memotong apabila hartanya untuk diperdagangkan dengan sebagian keuntungannya. Istilah *Mudharabah* dipopulerkan ulama iraq, sedangkan *qiradh* oleh ulama hijaz, namun tidak ada perbedaan prinsip antara kedua istilah tersebut.<sup>22</sup>

Secara teknis, *Mudharabah* adalah akad kerjasama usaha antara dua belah pihak dimana pihak pertama (*shohibul maal*) menyediakan seluruh (100%) modal, sedangkan pihak lainnya menjadi pengelola. Keuntungan usaha secara *Mudharabah* dibagi menurut kesepakatan yang dituangkan dalam kontrak, sedangkan apabila rugi ditanggung oleh pemilik modal selama kerugian itu bukan akibat kelalaian si pengelola. Seandainya kerugian itu diakibatkan karena kecurangan atau kelalaian si pengelola, si pengelola harus bertanggung jawab atas kerugian tersebut.<sup>23</sup>

*Mudharabah* merupakan prinsip bagi hasil dan bagi kerugian ketika nasabah sebagai pemilik modal atau *shahibul maal* menyerahkan dananya kepada bank sebagai pengusaha (*mudharib*) untuk diusahakan. Keuntungan dibagi sesuai kesepakatan, dan kerugian ditanggung oleh pemilik dana atau nasabah.<sup>24</sup>

---

<sup>22</sup> Ahmad Dahlan, *Bank Syariah Teori, Praktik, Kritik*, (Yogyakarta, Kalimedia, 2018), 128.

<sup>23</sup> Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*, (Depok, Gema Insani, 2001), 95.

<sup>24</sup> Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2007), 117.



Dalam fiqih muamalah, defeni terminologi *Mudharabah* diungkapkan secara bermacam-macam oleh beberapa ulama mazhab diantaranya:

- a. Mazhab Hanafi, yaitu suatu perjanjian untuk berkongsi didalam keuntungan dengan modal dari salah satu pihak dan kerja (usaha) dari pihak lain.
- b. Mazhab Maliki, yaitu penyerahan uang dimuka oleh pemilik modal dalama jumlah uang yang ditentukan kepada seorang yang usaha dengan uang itu dengan imbalan sebagaian dari keuntungan.
- c. Mazhab Syafi'i, yaitu bahwa pemilik modal menyerahkan sejumlah uang kepada pengusaha untuk dijalankan dalam suatu usaha dagang dengan keuntungan menjadi milik bersama antara keduanya.
- d. Mazhab Hambali, yaitu penyerahan suatu barang atau sejenisnya dalam jumlah yang jelas dan tertentu kepada orang yang mengusahakannya dengan mendapatkan bagian tertentu dari keuntungannya.<sup>25</sup>

Berdasarkan uraian tersebut dapat dipahami bahwa pengertian *Mudharabah* adalah suatu bentuk kerjasama antara dua belah pihak dimana salah satu pihak sebagai *shohibul maal* atau pemilik modal dan pihak lain sebagai *mudharib* atau pengelola usaha dengan perjanjian diawal kontrak.

---

<sup>25</sup> Akhmad Mujahidin, *Hukum Perbankan Syariah*, (Depok: PT RajaGrafindo, 2016), 69.

## 2. Rukun Akad *Mudharabah*

Dalam prinsip *Mudharabah*, penyimpan dana atau deposit bertindak sebagai *shaibul maal* (pemilik modal) dan bank sebagai *mudharib* (pengelola). Rukun *Mudharabah* terpenuhi sempurna apabila :

- a. *Shahibul Maal* (pemilik modal), yaitu harus ada pihak yang bertindak sebagai pemilik dana yang hendak ditanam di bank, dalam hal ini nasabah adalah sebagai *shahibul maal*.
- b. *Mudharib* (pengelola), yaitu harus ada pihak yang bertindak sebagai pengelola atas dana yang ditanam di bank untuk di manfaatkan, dalam hal ini bank bertindak sebagai *mudharib*.
- c. Usaha/ pekerjaan yang akan dibagihasilkan harus ada.
- d. Nisbah bagi hasil harus jelas dan sudah ditetapkan diawal sebagai patokan dasar nasabah dalam menanam.

*Ijab qabul* antara pihak *shahibul maal* dengan *mudharib*.<sup>26</sup>

## 3. Jenis-Jenis Tabungan *Mudharabah*

Berdasarkan kewenangan yang diberikan oleh pihak penyimpan dana, prinsip *mudharabah* terbagi dua yaitu:

- a. *Mudharabah Mutlaqah*

*Mudharabah mutlaqah* merupakan akad perjanjian antara dua belah pihak yaitu *shaibul maal* dan *mudharib*, yang mana *shaibul maal* menyerahkan sepenuhnya atas dana yang diinvestasikan kepada *mudharib* untuk mengelola usaha hanya sesuai dengan prinsip syariah.

---

<sup>26</sup> Irham Fahmi, Bank dan Keuangan Lainnya, (Bandung: Alfabeta, 2014), 27-28.

*Shaibul maal* tidak memberikan batasan jenis usaha, waktu yang diperlukan, strategi pemasarannya, serta wilayah bisnis yang dilakukan. *Shaibul maal* memberikan kewenangan yang sangat besar kepada *mudharib* untuk menjalankan aktivitas usahanya asalkan sesuai dengan prinsip syariah Islam.

Bank syariah tidak mempunyai kewajiban untuk mengembalikan dana dari *shaibul maal* apabila terjadi kerugian atas pengelolaan dana yang bukan disebabkan kelalaian atau kesalahan bank sebagai *mudharib*. Namun sebaliknya, apabila bank syariah (*mudharib*) melakukan kesalahan atau kelalaian dalam pengelolaan dana investor (*shaibul maal*), maka bank syariah wajib mengganti semua dana investasi *mudharabah muthlaqah*.<sup>27</sup>

Dari penerapan *Mudharabah Mutlaqah* ini dikembangkan produk tabungan dan deposito, sehingga terdapat dua jenis penghimpunan dana, yaitu tabungan *Mudharabah* dan deposito *Mudharabah*. Ketentuan umum dalam produk ini adalah:

- 1) Bank wajib memberitahukan kepada pemilik dana mengenai nisbah dan tatacara pemberitahuan keuntungan atau pembagian keuntungan secara risiko yang dapat ditimbulkan dari penyimpanan dana. Appabila telah tercapai kesepakatan, hal tersebut harus dicantumkan dalam akad.

---

<sup>27</sup> Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2011), 86.

- 2) Untuk tabungan *Mudharabah*, bank dapat memberikan buku tabungan sebagai bukti penyimpanan, serta kartu ATM dan atau alat penarikan lainnya kepada penabung. Untuk deposito *mudharabah*, bank wajib memberikan sertifikat atau tanda penyimpanan (bilyet) deposito kepada deposan.
- 3) Tabungan *mudharabah* dapat diambil disetiap saat oleh penabung sesuai dengan perjanjian yang disepakati, namun tidak diperkenankan mengalami saldo negatif.
- 4) Deposito *mudharabah* hanya dapat dicairkan sesuai jangka waktu yang telah disepakati. Deposito yang diperpanjang, setelah jatuh tempo akan diperlakukan sama seperti deposito baru, tetapi bila pada akad sudah dicantumkan perpanjangan otomatis maka tidak perlu dibuat akad baru.
- 5) Ketentuan – ketentuan yang lain yang berkaitan dengan tabungan dan deposito tetap berlaku sepanjang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.<sup>28</sup>

Dari uraian diatas, menjelaskan bahwa *mudharabah mutlaqah* adalah bagi hasil mutlak tanpa adanya batasan bagi bank dalam menggunakan dan menyalurkan dana yang dihimpun. Penerapan *mudharabah mutlaqah* oleh bank dikembangkan kedalam produk tabungan dan deposito.

---

<sup>28</sup> Adiwarnman A. Karim, *Bank Islam. Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 20014), 109-110.

b. *Mudharabah Muqayyadah*

*Mudharabah muqayyadah* merupakan akad kerja sama usaha antara dua pihak yang mana pihak pertama sebagai pemilik dana (*shahibul maal*) dan pihak kedua sebagai pengelola dana (*mudharib*). Shahibul maal menginvestasikan dananya kepada *mudharib*, dan memberi batasan atas penggunaan dana yang diinvestasikannya. Batasannya antara lain tentang:

- 1) Tempat dan cara berinvestasi
- 2) Jenis investasi
- 3) Objek investasi
- 4) Jangka waktu.<sup>29</sup>

*Mudharabah muqayyadah* ini dua jenis, yaitu:

1) *Mudharabah Muqayyadah On Balance Sheet*

*Mudharabah muqayyadahon balance sheet* merupakan simpanan khusus dimana pemilik dana dapat menetapkan syarat-syarat tertentu yang harus dipatuhi oleh bank. misalnya, disyaratkan digunakan untuk bisnis tertentu, atau disyaratkan dengan akad tertentu, atau disyaratkan digunakan untuk nasabah tertentu.<sup>30</sup>

Karakteristik jenis simpanan ini adalah sebagai berikut:

- a) Pemilik dana wajib menetapkan syarat – syarat tertentu yang harus diikuti oleh bank dan wajib membuat akad yang mengatur persyaratan penyaluran dana simpanan khusus.

---

<sup>29</sup> Ismail, *Perbankan Syariah*, 87.

<sup>30</sup> Heri Sudarsono, *Bank & Lembaga Keuangan Syariah Deskripsi dan Ilustrasi*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2003), 69.

- b) Bank wajib memberitahukan kepada pemilik dana mengenai nisbah dan tatacara pemberitahuan keuntungan atau pembagian keuntungan secara risiko yang dapat ditimbulkan dari penyimpanan dana. Apabila telah tercapai kesepakatan, maka hal tersebut harus dicantumkan dalam akad.
- c) Sebagai tanda bukti simpanan bank menerbitkan bukti – bukti simpanan khusus. Bank wajib memisahkan dana ini dari rekening lainnya.
- d) Untuk deposito *mudharabah*, bank wajib memberikan sertifikat atau tanda penyimpanan (bilyet) deposito kepada deposan.<sup>31</sup>

## 2) *Mudharabah Muqayyadah Off Balance Sheet*

*Mudharabah RIA off balance sheet* merupakan akad *mudharabah muqayyadah* yang mana pihak pemilik dana (*shahibul maal*) memberikan batasan yang jelas, baik batasan tentang proyek yang diperbolehkan, jangka waktu, serta pihak pelaksana pekerjaan. Pengelola dana (*mudharib*) telah ditetapkan oleh pemilik dana (*shahibul maal*). Bank syariah bertindak sebagai pihak yang mempertemukan antara pemilik dana (*shahibul maal*) dan Pengelola dana (*mudharib*). Bagi hasil yang akan dibagi antara pemilik dana (*shahibul maal*) dan Pengelola dana (*mudharib*) berasal dari proyek

---

<sup>31</sup> Adiwarnman A. Karim, *Bank Islam.*, 109-110.

khusus. Bank syariah, bertindak sebagai agen yang mempertemukan kedua pihak, dan akan memperoleh *fee*.<sup>32</sup>

Karakteristik jenis simpanan ini adalah sebagai berikut:

- a) Sebagai tanda bukti simpanan bank menerbitkan bukti simpanan khusus. Bank wajib memisahkan dana dari rekening lainnya. Simpanan khusus dicatat pada pos tersendiri dalam rekening administratif.
- b) Dana simpanan khusus harus disalurkan secara langsung kepada pihak yang diamanatkan oleh pemilik dana.
- c) Bank menerima komisi atas jasa mempertemukan kedua pihak. Sedangkan antara pemilik dana dan pelaksana usaha berlaku nisbah bagi hasil.<sup>33</sup>

*Mudharabah muqayadah* adalah bagi hasil dengan adanya syarat-syarat tertentu dari nasabah. *Mudharabah muqayadah* ini dibagi menjadi dua macam yaitu *Mudharabah muqayadah on balance sheet* dan *Mudharabah muqayadah off balance sheet*.

*Mudharabah muqayadah on balance sheet* yaitu bagi hasil dimana nasabah memberikan syarat tertentu yang harus dipatuhi oleh pihak bank, misalnya nasabah menentukan dana untuk disalurkan ke bisnis tertentu. *Mudharabah muqayadah off balance sheet* yaitu bagi hasil dimana nasabah menunjukan langsung siapa yang menjadi pelaksana usahanya atau siapa penerima dana. Dalam *Mudharabah muqayadah off balance*

---

<sup>32</sup> Ismail, *Perbankan Syariah*., 88.

<sup>33</sup> Adiwarnan A. Karim, *Bank Islam*., 111.

*sheet* bank hanya sebagai perantara antara pemilik dana dan pihak yang membutuhkan dana.

#### 4. Aplikasi *Mudharabah* dalam Lembaga Keuangan Syariah

*Mudharabah* biasanya diterapkan pada produk-produk pembiayaan dan pendanaan. Pada sisi penghimpunan dana *Mudharabah* diterapkan pada:

- a. Tabungan berjangka, yaitu tabungan yang dimaksudkan untuk tujuan khusus, seperti tabungan haji, tabungan qurban, dan sebagainya.
- b. Deposito spesial (*special investment*) dimana dana yang dititipkan nasabah khusus untuk bisnis tertentu, misalnya *Murabahah* saja atau *ijarah* saja.

Adapun pada sisi pembiayaan, *Mudharabah* diterapkan untuk:

- a. Pembiayaan modal kerja, seperti modal kerja perdagangan dan jasa
- b. Investasi khusus disebut juga *Mudharabah muqayyadah*, dimana sumber dana khusus dengan penyaluran yang khusus dengan syarat-syarat yang telah ditetapkan oleh *shahibul maal*.<sup>34</sup>

---

<sup>34</sup> Muhammad syafi'I antonio, *Bank Syariah.*, 97.



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis dan Sifat Penelitian**

##### **1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan. Penelitian lapangan (*Field Research*) dapat di anggap sebagai pendekatan luas dalam penelitian kualitatif atau sebagai metode untuk mengumpulkan data kualitatif, dimana peneliti berangkat ke lapangan untuk mengadakan pengamatan tentang sesuatu fenomena dalam suatu keadaan alamiah.<sup>35</sup> Penelitian lapangan merupakan untuk menemukan realita yang terjadi di PT BPRS Metro Madani kantor cabang jatimulyo sebagai lokasi penelitian yang telah peneliti pilih untuk menganalisis Strategi Jemput Bola dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah tabungan Haji Di PT BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan.

##### **2. Sifat Penelitian**

Penelitian ini bersifat deskriptif yaitu pola pikir yang berusaha memahami suatu fenomena atau kejadian dengan jalan menjelaskan keadaan fenomena atau kejadian itu seperti apa adanya atau menjelaskan tangkapan peneliti tentang fenomena atau kejadian itu.<sup>36</sup>

---

<sup>35</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi penelitian kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014), 26.

<sup>36</sup> Moh Kasiran, *Metode Penelitian Kualitatif-Kuantitatif*, (Yogyakarta: UN-Maliki Press, 2008), 100.

Konsep diatas menjelaskan bahwa deskriptif yang dimaksud adalah peneliti mengumpulkan data-data yang terkumpul dalam bentuk deskripsi atau gambaran bukan dalam bentuk angka-angka. Dimana peneliti memberikan gambaran dan keterangan-keterangan tentang Analisis Strategi Jemput Bola dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah tabungan Haji Di PT BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo.

## **B. Sumber Data**

Sumber data merupakan bagian yang penting dalam penelitian. Dengan data inilah seorang dapat menganalisis suatu masalah, menarik kesimpulan dan mencari solusi-solusi atas permasalahan yang sedang diteliti. Berdasarkan sumbernya, data dibagi menjadi dua yakni data primer dan data sekunder.<sup>37</sup>

### **1. Sumber Data Primer**

Menurut Sugiyono sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.<sup>38</sup> Sumber data primer dalam penelitian ini adalah kepala cabang, seorang *marketing funding*, tiga nasabah tabungan haji dan tiga masyarakat muslim potensial.

Pemilihan tiga nasabah tabungan haji dipilih berdasarkan angkatan pertahun dimulai dari tahun 2016 berjumlah 8 nasabah, tahun 2017 berjumlah 13 nasabah, dan pada tahun 2018 berjumlah 19 nasabah yang mana disetiap tahun tersebut dipilih satu nasabah yang paling aktif untuk menabung. Sedangkan untuk pemilihan tiga masyarakat muslim potensial

---

<sup>37</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi*, 8.

<sup>38</sup> Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 62.

dipilih masyarakat yang berdomisili di sekitar BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo yang memiliki usaha atau toko yang cukup besar.

Nasabah dan masyarakat potensial yang di pilih sebagai sumber data primer pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penelitian yang lebih mengutamakan tujuan penelitian daripada sifat populasi dalam menentukan sampel penelitian. Walaupun demikian, untuk menggunakan teknik ini peneliti seharusnya orang yang pakar dalam karakteristik populasi. Berdasarkan pengetahuan yang jeli terhadap populasi, maka unit-unit dianggap “kunci”, diambil sebagai sampel penelitian.<sup>39</sup>

## 2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber dari bahan bacaan.<sup>40</sup> Sumber data sekunder merupakan sumber data penunjang yang berkaitan dengan penelitian.

Dalam penelitian ini sumber data sekunder yang menjadi sumber data penunjang adalah buku, majalah, internet, serta sumber lainnya yang berkaitan dengan penulisan skripsi ini. Peneliti menggunakan data sekunder dengan merujuk pada buku-buku dan jurnal yang berkaitan dengan permasalahan tersebut diantaranya buku tentang: Komunikasi Pemasaran Terpadu karangan Donni Juni Priansa, Dasar-Dasar Perbankan karangan Mia Lasmi Wardiah, Pemasaran Syariah Teori dan Aplikasi karangan Nurul Huda dkk, Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah

---

<sup>39</sup> M. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*, (Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri, 2013), 118.

<sup>40</sup> S. Nasution, *Metode Research, (Penelitian Ilmiah)*, (Jakarta: Bumi aksara, 2012), 143.

karangan M. Nur Rianto, Bank dan Keuangan Lainnya karangan Kasmir, Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik karangan Muhammad Syafi'i Antonio, jurnal yang membahas strategi jempu bola, serta informasi dari sumber kepustakaan yaitu data-data, dokumen-dokumen sejarah, profil, dan struktur PT BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo, dan sumber lain yang berkaitan dengan penelitian.

### C. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, yaitu:

#### 1. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan untuk mengetahui hal-hal yang lebih mendalam dari responden.<sup>41</sup> Teknik yang di gunakan dalam penelitian ini adalah wawancara terarah/bebas terpimpin, yaitu wawancara yang dilaksanakan secara bebas, tetapi kebebasan ini tidak terlepas dari pokok permasalahan yang telah ditanyakan kepada responden dan telah dipersiapkan sebelumnya oleh pewawancara.<sup>42</sup> Dalam penelitian ini yang menjadi obyek wawancara yaitu :

a. Bapak Joko Susilo selaku kepala cabang, dan Edy Darmady selaku

*Marketing funding* BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo.

---

<sup>41</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*(Bandung: Alfabeta, 2016), 231.

<sup>42</sup> Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Social dan Ekonomi: Format-Format Kuantitatif dan Kualitatif Untuk Studi Social, Kebijakan Publik, Komunikasi Manajemen, dan Pemasaran*(Jakarta: Kencana, 2013), 135.

- b. Bapak Tohariyanto, Bapak Azhari, dan Ibu Sartinem selaku nasabah tabungan Haji BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo.
- c. Bapak Triyono, Bapak Tugiman, dan Bapak Sutrisno selaku masyarakat muslim potensial yang berada di Desa Jatimulyo.

. Wawancara digunakan untuk mengumpulkan data tentang praktik strategi jemput bola di PT BPRS Metro Madani kantor cabang Jatimulyo kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan.

## **2. Dokumentasi**

Menurut Suharsimi Arikunto dokumentasi berasal dari kata dokumen yang artinya barang-barang tertentu. Di dalam melakukan metode dokumentasi, peneliti menyelidiki benda-benda tertulis.<sup>43</sup>

Dalam melakukan penelitian ini peneliti ini, metode dokumentasi dilakukan dengan cara mengumpulkan data-data yang ada, yang berkaitan dengan pembahasan skripsi ini melalui buku-buku, jurnal, internet dan media lainnya yang berhubungan dengan pokok pembahasan. Dokumentasi dalam penelitian ini yang digunakan adalah profil PT BPRS Metro Madani kantor cabang Jatimulyo, profil masyarakat muslim potensial di Desa Jatimulyo dan data-data dokumentasi lainnya.

## **D. Teknis Analisis Data**

Penelitian yang dilakukan bersifat deskriptif, jadi data yang telah terkumpul kemudian di analisis dan diinterpretasikan dengan menggunakan

---

<sup>43</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Pendekatan Praktik*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2006), 158.

teknis deskriptif kualitatif, yaitu analisis yang dilakukan secara terus-menerus agar data yang diperoleh baik melalui wawancara, dokumen-dokumen dapat menghasilkan kesimpulan yang kongkrit dan valid.<sup>44</sup>

Di sini peneliti merumuskan kesimpulan akhir dengan menggunakan metode berfikir induktif, yaitu suatu cara berfikir yang berangkat dari fakta atau peristiwa yang khusus kongkrit itu ditarik generalisasi yang mempunyai sifat umum. Dari teknis analisis tersebut, peneliti mencoba menganalisis bagaimana praktik strategi jemput bola dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan Haji. Kemudian dari pemahaman tersebut dapat diambil kesimpulan umum tentang bagaimana praktik strategi jemput bola dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan haji di PT BPRS Metro Madani kantor cabang Jatimulyo kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan.

---

<sup>44</sup> Moh. Kasiram, *Metodologi Penelitian.*, 176.

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **A. Gambaran Umum BPRS Metro Madani KC Jatimulyo**

#### **1. Sejarah Berdirinya BPRS Metro Madani KC Jatimulyo<sup>45</sup>**

Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah (BPRS) Metro Madani adalah salah satu lembaga keuangan yang menggunakan prinsip Syariah Islam dalam kegiatan operasionalnya. Dasar hukum undang-undang no 7 tahun 1992 tentang perbankan sebagaimana di ubah dengan UU no 10 tahun 1998 dan terakhir UU no 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah. PT BPRS Metro Madani mulai beroperasi tanggal 20 September 2005, didirikan berdasarkan akta anggaran dasar notaris Hermazulia, SH di Bandar Lampung No. 1 tanggal 03 Maret 2005 yang di sahkan oleh menteri hukum dan hak asasi manusia (HAM) No C-16872 HT 01.01. TH. 2005 tanggal 17 Juni 2005. Izin usaha dari Bank Indonesia no.7/54/KEP. GBI/2005 tanggal 08 September 2005.

Saat ini PT. BPRS Metro Madanai memiliki 4 kantor cabang satu kantor kas Metro yaitu cabang pertama di unit II Tulang Bawang sejak 14 Januari 2008, cabang ke II di Kecamatan Kalirejo Kabupaten Lampung Tengah sejak 01 November 2009, kantor kas Metro di 15A kampus kota metro sejak 01 Oktober 2011, cabang ke 3 di Daya Asri Kecamatan Tumi Jajar Kabupaten Tulang Bawang Barat sejak tanggal 23 juli 2012 serta cabang ke empat di Jatimulyo Kecamatan Jati Agung Kabupaten Lampung

---

<sup>45</sup> Dokumentasi PT. BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo, tanggal 14 Agustus 2019.

Selatan sejak 2013. serta kantor layanan kas di RSUD Muhammadiyah Metro sejak 15 Oktober 2012. NPWP Nomor 02.247.5-321.000 tanggal 27 Januari 2007.

## **2. Uraian Tugas dan Stuktur Organisasi PT BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo<sup>46</sup>**

### a. Uraian Tugas

#### 1) Kepala Cabang

Sebagai penanggung jawab dalam pelaksanaannya kegiatan operasional khususnya yang berkaitan dengan pengadministrasian dan pengelolaan kegiatan operasional yang meliputi kegiatan layanan nasabah/customer service, teller/kasir, akunting/pelaporan, administrasi tabungan dan deposito, serta support pembiayaan.

#### 2) *Support* Operasional

Sebagai unit kerja yang melaksanakan pencatatan transaksi, melakukan proses jurnal, pengadministrasian serta kegiatan-kegiatan yang menunjang proses tugas akuntansi dan penyampaian laporan keuangan setiap transaksi kegiatan operasional perusahaan yang menjadi tanggung jawab unit akuntansi.

#### 3) *Teller*

*Teller* adalah petugas bank yang pekerjaan sehari-harinya berhadapan dengan nasabah dan masyarakat umum untuk keperluan

---

<sup>46</sup> Dokumentasi, *Job Description* Bank BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo, pada tanggal 14 Agustus 2019.



transaksi sehari-hari, teller dilengkapi dengan uang tunai yang jumlahnya cukup untuk kebutuhan satu hari transaksi yang normal.

4) *Funding/Lending Officer/Marketing*

Bertanggung jawab atas pelaksanaan kegiatan marketing penghimpunan dana-dana masyarakat dan pembiayaan sejak proses pencairan nasabah potensial, sampai dengan pembinaan hubungan dengan nasabah, serta pelunasan pembiayaan.

5) *Customer Service*

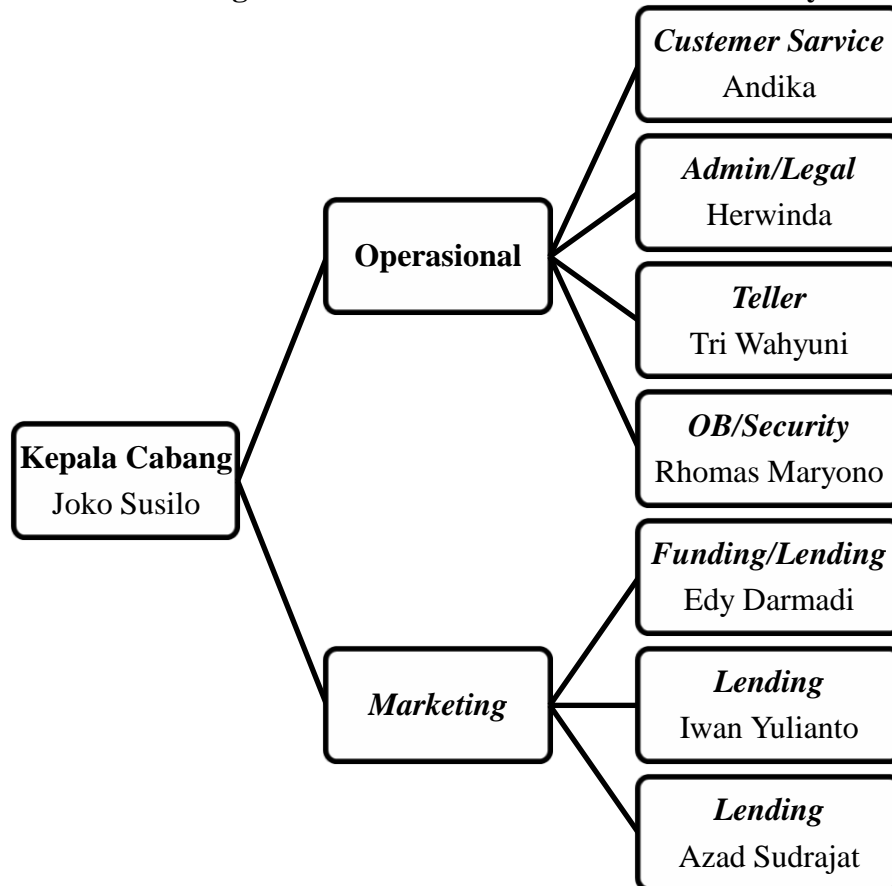
Seorang yang diberikan tugas dimana setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan melalui pelayanan yang diberikan seseorang secara memuaskan.

6) *Legal admin pembiayaan*

Sebagai unit kerja yang bertanggung jawab atas pelaksanaan proses pembiayaan kusus dari aspek legal pembiayaan, kelengkapan dan keabsahan surat-surat jaminan nasabah dan nilai serta kondisi fisik jaminan serta administrasi, pengarsipan dan pelaporan kondisi pembiayaan yang di berikan.

## b. Stuktur Organisasai PT BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo

**Gambar 4.1**  
**Struktur organisasi BPRS Metro Madani KC Jatimulyo**



Sumber: Dokumentasi PT BPRS Metro Madani KC Jatimulyo

Strategi jemput bola merupakan bagian dari bentuk *personal selling* yaitu seseorang marketing melakukan penjualan atau pendekatan untuk menawarkan suatu produk dengan mendatangi calon nasabah secara langsung. Meskipun sudah memiliki tugas dan wewenang masing-masing dalam struktur oraganisasi BPRS Metro Madani KC Jatimulto, strategi

jemput bola tidak hanya dilakukan oleh marketing saja namun semua pihak bank bisa melakukan penjualan.<sup>47</sup>

### 3. Produk-produk pada BPRS Metro Madani KC Jatimulyo<sup>48</sup>

#### a. Produk Penghimpunan Dana

##### 1) Tabungan Syariah Metro Madani

Merupakan simpanan yang di perentukan bagi perorangan maupun badan usaha yang dikelola berdasarkan prinsip syariah. Simpanan pada BPRS Metro Madani bebas dari potongan biaya administrasi bulanan.

##### a) Simpanan dengan akad wadiah ( tititpan)

Merupakan titipan (*wadiah dhamanah*) yang dapat disetor dan ditarik setiap saat kapan pun anda memerlukan dana. BPRS Metro Madani dapat memperniagakan dana sesuai prinsip syariah. Dapat diberikan bonus, namun tidak diperjanjikan di muka.

##### b) Simpanan dengan *akad mudharabah* (bagi hasil)

Merupakan simpanan dengan akad *mudharabah al muthlaqah* yang penarikannya di sesuaikan dengan kebutuhan. Bagi hasil kompetitif, diperhitungkan setiap akhir bulan dan langsung ditambahkan pada saldo tabungan sesuai nisbah yang disepakati. Jenis tabungan ini adalah tabungan qurban, *walimah*,

---

<sup>47</sup> Wawancara dengan *Marketing Funding* PT BPRS Metro Madani KC Jatimulyo, pada tanggal 14 Agustus 2019.

<sup>48</sup> Dokumentasi, Profil Bank BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo, pada tanggal 14 Agustus 2019.

tabungan pendidikan, tabungan Haji Azzamani dan deposito investasi *mudharabah*.

Tujuan dari adanya Tabungan Haji Azzamani adalah untuk membantu calon nasabah untuk merencanakan niat melaksanakan ibadah haji ke tanah suci secara terencana sesuai dengan kemampuan keuangan dan jangka waktu yang dikehendaki.

Dalam tabungan Haji Azzamani ini dikelola dengan akad *mudharabah muthlaqah* dengan nisbah bagi hasil yang disepakati. Kemudian dalam penarikan tabungan ini hanya diperbolehkan jika hendak melunasi ONH (Ongkos Naik Haji). PT BPRS Metro Madani bekerjasama dengan Bank Umum Syariah yang online dengan sistem informasi dan komputerisasi haji terpadu departemen agama (siskohat depag). Sehingga memberikan kepastian memperoleh porsi keberangkatan haji setelah terpenuhi saldo sejumlah setorannya. Untuk mendapatkan seat dapat diproses melalui PT BPRS Metro Madani baik secara langsung maupun program talangan Haji.<sup>49</sup>

Persyaratan menggunakan tabungan haji sangatlah mudah yaitu dengan mengisi permohonan pembukaan rekening, foto copy KTP yang masih berlaku, setoran awal minimal Rp. 100.000,- dan

---

<sup>49</sup> Wawancara dengan kepala cabang PT BPRS Metro Madani KC Jatimulyo, pada tanggal 27 Agustus 2019.

selanjutnya tidak ada setoran minimal sehingga tidak memberatkan nasabah untuk menabung.<sup>50</sup>

Perkembangan produk tabungan haji dari tiga tahun terakhir selalu mengalami peningkatan meski belum signifikan. Pada tahun 2016 terdapat sejumlah 9 nasabah tabungan haji, kemudian naik pada tahun 2017 menjadi 13 nasabah, dan yang terakhir pada tahun 2018 naik menjadi 19 nasabah tabungan haji.<sup>51</sup>

Tabungan Haji Azzamani adalah tabungan yang bertujuan untuk membantu calon nasabah melaksanakan ibadah haji ke tanah suci. Tabungan Haji ini menggunakan akad *mudharabah muthlaqah* dengan nisbah bagi hasil yang disepakati antara pihak bank dan nasabah. Nasabah tabungan Haji di PT BPRS Metro Madani KC Jatimulyo dari tahun 2016 hingga tahun 2018 selalu mengalami peningkatan. Meski mengalami peningkatan nasabah, peningkatan tersebut tidak begitu signifikan, hal ini dapat dilihat dari peningkatan tahun 2016 ke tahun 2017 naik 44,44% dan pada tahun 2017 ke tahun 2018 naik sebesar 46,15%, jika dirata-ratakan setiap tahun naik sebesar 45,29 %.

---

<sup>50</sup> Wawancara dengan *Marketing* PT BPRS Metro Madani KC Jatimulyo, pada tanggal 27 Agustus 2019.

<sup>51</sup> Wawancara dengan kepala cabang PT BPRS Metro Madani KC Jatimulyo, pada tanggal 27 Agustus 2019.

#### 4. Profil Masyarakat Muslim di Jatimulyo Potensial Menjadi Nasabah Bank<sup>52</sup>

Desa Jatimulyo merupakan salah satu dari 21 Desa di Wilayah Kecamatan Jati Agung, yang terletak 7 Km ke arah Barat dari kota Kecamatan .Desa Jatimulyo mempunyai luas wilayah seluas 884 Hektar.

Desa Jatimulyo mempunyai Jumlah Penduduk 15.695 Jiwa, yang tersebar dalam 8 Wilayah Dusun dengan Perincian sebagaimana tabel berikut:

**Tabel 4.1**  
**Jumlah Penduduk**

No	Wilayah Dusun	Jumlah	%
1	Dusun 1A	1.925 Jiwa	12.3
2	Dusun 1B	1.975 Jiwa	12.6
3	Dusun 1C	1.952 Jiwa	12.4
4	Dusun IIA	1.949 Jiwa	12.4
5	Dusun IIB	2.382 Jiwa	15.2
6	Dusun III	1.960 Jiwa	12.5
7	Dusun IV	1.764 Jiwa	11.2
8	Dusun V	1.788 Jiwa	11.4
<b>Total Jumlah</b>		<b>15.695 Jiwa</b>	<b>100</b>

Sumber: Monografi Desa Jatimulyo

Penduduk desa Jatimulyo sangat heterogen yang memiliki latar belakang agama, suku, budaya, dan tingkat pendidikan yang beragam. Mayoritas penduduk di desa Jatimulyo adalah memeluk Agama Islam. Sedangkan pemeluk agama minoritas adalah Agama Budha. Komposisi jumlah penduduk desa Jatimulyo berdasarkan Agama seperti yang tertera pada tabel berikut:

<sup>52</sup> Dokumentasi, Profil Desa Jatimulyo, tanggal 23 September 2019.

**Tabel 4.2**  
**Jumlah penduduk desa Jatimulyo berdasarkan agama yang dianut**

No	Agama	Jumlah	%
1	Islam	15.154 Jiwa	96.5
2	Kristen	335 Jiwa	2.1
3	Khatolik	182 Jiwa	1.2
4	Budha	24 Jiwa	0.2
<b>Total Jumlah</b>		<b>15.695 Jiwa</b>	<b>100</b>

Sumber: Monografi Desa Jatimulyo

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa keanekaragaman penduduk dapat dilihat dari aspek keagamaan. Mayoritas penduduk di Desa Jatimulyo memeluk agama Islam sebesar 96.5%, sedangkan pemeluk minoritas adalah agama Budha sebesar 0.2%. Di Desa Jatimulyo, masyarakat beragama islam dengan masyarakat beragama lain, hidup saling berdampingan dengan keanekaragaman dan kebiasaan masing-masing.

Tingkat pendidikan desa Jatimulyo masih didominasi pada tingkat dasar yaitu SD, SMP dan SMA. Hanya sebagian penduduk yang mengenyam pendidikan sarjana. Komposisi penduduk berdasarkan tingkat pendidikan dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.3**  
**Tingkat Pendidikan Desa Jatimulyo**

No	Pendidikan	Jumlah	%
1	Pra Sekolah	1.921 jiwa	18.4
2	SD	1.459 jiwa	14.1
3	SMP	4.652 jiwa	44.6
4	SLTA	2.142 jiwa	20.6
5	D.3	116 jiwa	1.1

6	Sarjana (S.1)	129 jiwa	1.2
<b>Total Jumlah</b>		<b>10.419 Jiwa</b>	<b>100</b>

Sumber: Monografi Desa Jatimulyo

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui penduduk di Desa Jatimulyo mempunyai tingkat pendidikan yang belum cukup tinggi. Hal ini terlihat dari jumlah penduduk yang bersekolah SMP dan SMA lebih tinggi di bandingkan D.3 dan Sarjana.

Tingkat pendidikan berpengaruh dengan pekerjaan penduduk desa Jatimulyo. Komposisi penduduk berdasarkan mata pencaharian dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.4**  
**Mata Pencaharian Desa Jatimulyo**

No	Pencaharian	Jumlah	%
1	Petani	2.923 Jiwa	60.3
2	Pedagang	381 Jiwa	7.9
3	PNS	268 Jiwa	5.5
4	Buruh	517 Jiwa	10.7
5	Lainnya	753 Jiwa	15.6
<b>Total Jumlah</b>		<b>4.842 Jiwa</b>	<b>100</b>

Sumber: Monografi Desa Jatimulyo

Dari tabel diatas, dapat diketahui penduduk di Desa Jatimulyo memiliki matapencaharian yang sangat beragam dengan jumlah terbesar adalah sebagai petani (60.3%), sedangkan untuk mata pencaharian terkecil adalah sebagai PNS (5.5%)

Berdasarkan data diatas, dapat dilihat bahwa penduduk Jatimulyo yang berjumlah 15.695 jiwa mayoritas penduduknya adalah muslim yaitu sebesar 96,5% atau 15.154 jiwa. Dari jumlah tersebut, dapat diklasifikasikan kembali berdasarkan tingkat pendidikan dan mata pencaharian. Dari segi



tingkat pendidikan, terdapat total 2.3% atau 245 jiwa yang merupakan lulusan jenjang pendidikan D3 dan S1. Selanjutnya, dalam kategori mata pencaharian penduduk, sebesar 13.4% atau 649 jiwa bermata pencaharian sebagai pedagang dan PNS. Berdasarkan penjelasan diatas, dapat diperkirakan terdapat 400 jiwa di Jatimulyo yang tergolong masyarakat muslim potensial yang bisa dijadikan nasabah tabungan haji.

## **B. Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Haji Pada PT BPRS Metro Madani KC Jatimulyo.**

Promosi merupakan salah satu kegiatan pemasaran yang sangat penting untuk mempengaruhi nasabah yang dilakukan oleh bank untuk memasarkan produk-produknya dan bertujuan untuk menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru guna untuk meningkatkan penjualan produk. Dari hasil penelitian, strategi promosi yang digunakan BPRS Metro Madani KC Jatimulyo dalam mempromosikan produk-produknya adalah sebagai berikut:<sup>53</sup>

### **1. Periklanan**

BPRS Metro Madani KC Jatimulyo dalam menginformasikan, menarik, dan mempengaruhi calon konsumen atau nasabah salah satunya adalah dengan sarana promosi berupa periklanan. penggunaan promosi dengan iklan dapat dilakukan, seperti sebar brosur, kalender, pemasangan banner.

---

<sup>53</sup> Wawancara dengan *Marketing Funding* PT BPRS Metro Madani KC Jatimulyo, pada tanggal 27 Agustus 2019.

Pemasaran produk tabungan haji melalui brosur merupakan salah satu alternatif yang digunakan oleh BPRS Metro Madani KC Jatimulyo untuk memperkenalkan produk tabungan haji kepada masyarakat luas. Brosur tersebut berisikan tentang bujukan untuk menabung tabungan haji dan mekanisme dalam melakukan tabungannya. Penyebaran brosur dilakukan ditempat-tempat keramaian seperti pasar, tempat pengajian dan sebagainya. Namun dalam penyebaran brosur ini tidak terlalu aktif dikarenakan masyarakat tidak terlalu menghiraukan keberadaan brosur.

pemberian kalender secara tidak langsung bertujuan untuk merangsang minat masyarakat untuk menabung tabungan haji. Di dalam sebuah kalender tersebut biasanya terdapat produk-produk yang ada di BPRS Metro Madani KC Jatimulyo salah satunya produk tabungan haji. Dalam produk tabungan haji terdapat gambar nasabah yang sudah menabung di bank. Dari hal tersebut bertujuan untuk merangsang masyarakat dan memberikan rasa aman untuk menabung tabungan haji. Pemberian kalender biasanya diberikan pada akhir atau awal tahun kepada masyarakat atau nasabah yang berkunjung ke bank.

Pemasangan *banner* dilakukan untuk memberikan informasi kepada masyarakat untuk menabung di BPRS Metro Madani KC Jatimulyo. Namun dilihat dari fungsi dan pemanfaatannya *banner* adalah media sosialisasi yang terbatas dalam memberikan informasi produk di BPRS Metro Madani KC Jatimulyo, *banner* hanya berisi tentang ajakan dan pengenalan terhadap

suatu produk perbankan. Oleh sebab itu di BPRS Metro Madani KC Jatimulyo hanya memasang *banner* di dalam bank dan di depan bank saja.

## 2. Penjualan Pribadi (*Personal Selling*)

*Personal selling* atau penjualan pribadi merupakan komunikasi langsung antara marketing dan calon nasabah untuk memperkenalkan suatu produk kepada calon nasabah agar calon nasabah tersebut tertarik dan menjadi nasabah tetap.

Strategi BPRS Metro Madani KC Jatimulyo khususnya *personal selling* meliputi :<sup>54</sup>

### a. Melakukan pemasaran secara lisan ke lisan

Teknik pemasaran dari mulut ke mulut yang diterapkan BPRS Metro Madani KC Jatimulyo adalah dengan memancing nasabah tabungan haji yang sudah bergabung di BPRS Metro Madani KC Jatimulyo untuk merekomendasikan kepada kerabat, teman, dan keluarga agar ikut bergabung juga, karena dalam keputusan membeli atau menggunakan suatu produk tabungan rekomendasi dari orang lain berpengaruh besar, terlebih rekomendasi ini berasal dari orang yang dikenal dan sudah menjadi nasabah.

### b. Sistem jemput bola

Dalam *personal selling* terdapat beberapa bentuk *personal selling* dalam melakukan penjualannya. Salah satu bentuk *personal selling* yang sering digunakan BPRS Metro Madani KC Jatimulyo adalah mendatangi

---

<sup>54</sup> Wawancara *Marketing Funding* cabang PT BPRS Metro Madani KC Jatimulyo, pada tanggal 27 Agustus 2019.

calon nasabah potensial atau yang sering kami sebut strategi jemput bola. BPRS Metro Madani KC Jatimulyo menerapkan strategi jemput bola dengan mendatangi masyarakat yang potensial secara langsung untuk menawarkan produk tabungan haji tanpa melalui media perantara apapun. Pendekatan melalui strategi jemput bola merupakan solusi bagi masyarakat yang memiliki kesibukan sehingga tidak memiliki waktu untuk berkunjung ke BPRS Metro Madani KC Jatimulyo. Strategi ini cukup efektif dan efisien dalam menarik minat masyarakat muslim potensial untuk ikut bergabung menjadi nasabah tabungan haji di BPRS Metro Madani KC Jatimulyo, karena informasi yang disampaikan lebih jelas serta lebih mudah dipahami oleh masyarakat pada umumnya.

Selain masyarakat umum, nasabah yang sudah bergabung di BPRS Metro Madani KC Jatimulyo namun belum menggunakan produk tabungan haji juga di datangi untuk menawarkan produk tabungan haji secara langsung. Hal ini dilakukan karena pihak nasabah dengan bank sudah saling mengenal sehingga dalam menawarkan produk tabungan haji ini lebih mudah dibanding yang belum bergabung di BPRS Metro Madani KC Jatimulyo.

Peningkatan jumlah nasabah tabungan haji pada setiap tahunnya disebabkan oleh sumber daya manusia yang dipakai, dalam hal ini kemampuan marketing dalam memasarkan produk tabungan haji dengan

strategi jemput bola mampu memberikan hasil yang baik dalam perkembangan jumlah nasabah di BPRS Metro Madani KC Jatimulyo.<sup>55</sup>

Strategi jemput bola di BPRS Metro Madani KC Jatimulyo merupakan cara marketing menawarkan produk tabungan haji dengan mendatangi masyarakat secara langsung tanpa perantara. Marketing di BPRS Metro Madani KC Jatimulyo mampu memberikan hasil yang baik dalam perkembangan jumlah nasabah yang selalu meningkat.

### **C. Strategi Jemput Bola dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Haji pada PT. BPRS Metro Madani KC Jatimulyo**

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Joko Susilo di PT. BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo untuk menarik minat calon nasabah tabungan Haji PT BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo menerapkan Strategi jemput bola dengan terjun langsung ke masyarakat.<sup>56</sup>

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Joko Susilo selaku Kepala Cabang PT BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo di peroleh data perkembangan nasabah tabungan haji dari tahun 2016 sampai tahun 2018 sebagai berikut :<sup>57</sup>

---

<sup>55</sup> Wawancara dengan kepala cabang PT BPRS Metro Madani KC Jatimulyo, pada tanggal 14 September 2019.

<sup>56</sup> Wawancara dengan kepala cabang BPRS Metro Madani, KC Jatimulyo, pada tanggal 27 agustus 2019

<sup>57</sup> Wawancara dengan kepala cabang BPRS Metro Madani, KC Jatimulyo, pada tanggal 27 agustus 2019

**Tabel 4.5**  
**Tabel Perkembangan Produk Tabungan Haji**

<b>Tahun</b>	<b>Total Nasabah Tabungan Haji</b>
2016	9
2017	13
2018	19

Perkembangan nasabah tabungan haji di PT BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo selalu mengalami peningkatan setiap tahunnya. Dalam meningkatkan nasabah tabungan haji PT BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo memilih strategi jemput bola atau terjun langsung ke masyarakat. Hal ini dilakukan karena jemput bola lebih mendekatkan hubungan masyarakat dengan bank. ketika pihak bank terjun langsung mendatangi masyarakat, pihak bank lebih leluasa dalam mensosialisasikan dan mempromosikan produk-produk yang ada di bank tersebut. Selain itu, dengan jemput bola bank bisa secara langsung mengetahui keluhan kesah masyarakat dan dapat secara langsung meresponnya.

Menurut Kepala cabang PT BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo meskipun mengalami peningkatan namun masih terdapat kendala-kendala yang ditemui oleh marketing dalam memasarkan produk tabungan haji secara langsung. Kendala tersebut berupa kurang mengenalnya masyarakat terhadap produk tabungan haji yang disebabkan oleh minimnya minat masyarakat untuk datang ke bank. Selain itu kurangnya kesadaran atau

keinginan masyarakat untuk mendaftar haji meskipun banyak masyarakat muslim di Jatimulyo yang mampu untuk melakukan ibadah Haji.<sup>58</sup>

Upaya untuk menghadapi kendala dalam memasarkan produk tabungan haji yang dilakukan oleh PT BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo adalah lebih efektif lagi dalam melakukan promosi dan sosialisasi dengan strategi jemput bola dan memberikan edukasi yang memadai kepada masyarakat tentang produk tabungan haji. Biasanya marketing melakukan promosi dan sosialisasi dengan mendatangi langsung di acara-acara pengajian, pasar, dan pondok pesantren.<sup>59</sup>

Berdasarkan hasil wawancara bapak Edy Darmadi Dalam menarik minat calon nasabah dalam penerapan strategi jemput bola terhadap produk tabungan haji, bahwa penerapan strategi jemput bola di PT BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo adalah strategi yang dilakukan marketing dengan mendatangi langsung masyarakat dengan segmentasi pasar, yaitu melihat tempat mana saja yang dirasa potensial sesuai dengan produk yang akan ditawarkan. Misalkan untuk tabungan Haji pihak marketing biasanya melakukan promosi dan sosialisasi ke acara-acara pengajian dan pondok pesantren dan juga di pasar. Sedangkan untuk tabungan yang lain seperti tabungan pendidikan, marketing melakukan promosi dan sosialisasi langsung ke sekolah-sekolah. Setelah melakukan segmentasi pasar pada saat promosi marketing menyampaikan keunggulan produk yang ada di PT BPRS Metro

---

<sup>58</sup> Wawancara dengan kepala cabang BPRS Metro Madani, KC Jatimulyo, pada tanggal 27 agustus 2019

<sup>59</sup> Wawancara dengan kepala cabang BPRS Metro Madani, KC Jatimulyo, pada tanggal 27 agustus 2019

Madani Kantor Cabang Jatimulyo dibandingkan dengan produk bank lain seperti bebas biaya adminitrasi dan unggul dalam pelayanannya.<sup>60</sup>

Produk tabungan haji ini ditujukan kepada masyarakat muslim potensial yang ada di sekitar Jatimulyo. Selain itu, yang sudah menjadi nasabahpun juga bisa dijadikan target untuk promosi tentang tabungan Haji. Hal ini dilakukan karena sudah saling mengenal antara pihak bank dan nasabah sehingga lebih mudah untuk mempromosikan dan merayu nasabah tersebut untuk menyisihkan sebagian dana nasabah guna ditabung untuk ibadah haji.<sup>61</sup>

Peningkatan jumlah nasabah tabungan haji dengan menggunakan strategi jemput bola cukup baik dari tahun 2016 hingga tahun 2018. Dengan strategi jemput bola hubungan emosional bank dengan masyakat menjadi lebih dekat sehingga apa yang disampaikan oleh pihak bank dapat diterima baik oleh masyarakat, kemudian masyarakat tertarik menjadi nasabah tabungan haji. Selain itu, terdapat nasabah tabungan wadiah yang beralih menjadi tabungan Haji setelah diberikan sosialisasi oleh marketing.<sup>62</sup>

Berdasarkan wawancara dengan bapak Tohariyanto selaku nasabah tabungan haji di BPRS Metro Madani KC Jatimulyo sejak tahun 2016 strategi jemput bola yang diterapkan oleh bank cukup baik. Bank menawarkan produknya dengan cara mendatangi calon nasabah untuk menginformasikan produknya secara langsung. Strategi jemput bola dirasa efektif dibanding hanya

---

<sup>60</sup> Wawancara dengan *Marketing funding* BPRS Metro Madani, KC Jatimulyo, pada tanggal 27 agustus 2019

<sup>61</sup> Wawancara dengan *Marketing funding* BPRS Metro Madani, KC Jatimulyo, pada tanggal 27 agustus 2019

<sup>62</sup> Wawancara dengan *Marketing funding* BPRS Metro Madani, KC Jatimulyo, pada tanggal 27 agustus 2019.



menunggu nasabah datang ke bank. Namun pada Pendekatan dalam pelayanan masih kurang. Presentasi yang dilakukan atau informasi yang diberikan sangat lambat atau kurang komunikasi. Meski begitu, Pak Tohariyanto merasa senang dengan adanya marketing yang mendatangnya, karena dengan sosialisasi oleh marketing pada saat jemput bola beliau menjadi lebih mengerti tentang produk tabungan haji sehingga tertarik untuk menjadi nasabah tabungan haji.<sup>63</sup>

Ibu Sartinem selaku pedagang di pasar jatimulyo menjelaskan bahwa beliau menjadi nasabah tabungan haji di BPRS Metro Madani KC Jatimulyo sejak tahun 2017. Menurut ibu Sartinem strategi jemput bola adalah strategi bank untuk mengenalkan produk dan menarik minat calon nasabah dengan cara tatap muka atau mendatangi calon nasabah secara langsung. Ibu Sartinem tertarik menggunakan produk tabungan haji tersebut setelah mengetahuinya di acara pengajian. Pihak bank tersebut mempresentasikan produk tabungan haji kepada jamaah pengajian dengan baik dan menjawab pertanyaan-pertanyaan jamaah yang belum paham dengan sabar dan jelas. Dengan adanya pihak bank yang mendatangnya secara langsung untuk sosialisasi dan promosi sangat baik karena dengan adanya jemput bola tersebut beliau jadi tahu tentang adanya produk tabungan haji di BPRS Metro Madani KC Jatimulyo. Ibu Sartinem tertarik menjadi nasabah tabungan haji atas dasar keinginan sendiri karena beliau dapat menabung setiap hari tanpa harus datang ke bank karena terdapat pelayanan jemput tabungan setiap sorenya.<sup>64</sup>

---

<sup>63</sup> Wawancara dengan bapak Tohariyanto nasabah tabungan Haji di BPRS Metro Madani KC Jatimulyo tanggal 27 Agustus 2019.

<sup>64</sup> Wawancara dengan ibu Sartinem nasabah tabungan Haji di BPRS Metro Madani KC Jatimulyo tanggal 27 Agustus 2019.

Selanjutnya wawancara dengan bapak azhari selaku nasabah tabungan haji di BPRS Metro Madani KC Jatimulyo sejak tahun 2018. Menurut pak azhari strategi jemput bola adalah strategi bank yang diaplikasikan dengan mengenalkan atau mempromosikan produk kepada calon nasabah secara langsung oleh marketing agar dapat menarik minat calon nasabah. Namun dalam mempresentasikan produknya hanya dengan waktu yang singkat sehingga dalam penyampaian produknya kurang mendetail. Namun jika tidak adanya strategi jemput bola untuk sosialisasi tentang produk tabungan haji mungkin beliau tidak akan tahu jika di bank terdapat tabungan untuk ibadah haji. Sebelum adanya sosialisasi tentang produk tabungan haji, pak azhari hanya mengetahui bahwa di BPRS Metro Madani KC Jatimulyo terdapat tabungan seperti halnya di bank konvensional. Beliau tertarik menjadi nasabah tabungan haji atas dasar keinginan sendiri karena menabung di BPRS Metro Madani KC Jatimulyo tidak ada minimal setoran tabungan dan lebih aman.<sup>65</sup>

Selain mewawancarai nasabah tabungan haji di BPRS Metro Madani KC Jatimulyo peneliti juga mewawancarai masyarakat muslim potensial yang ada di sekitar Jatimulyo guna melihat seberapa efektif strategi jemput bola yang digunakan untuk meningkatkan jumlah nasabah tabungan haji.

Wawancara kepada bapak Triyono selaku pedagang ayam potong, beliau belum mengetahui tentang produk tabungan haji di BPRS Metro Madani KC Jatimulyo. Beliau hanya mengetahui tentang produk tabungan haji dari pihak lain, seperti biro jasa. Selama 4 tahun beliau berdagang di pasar

---

<sup>65</sup> Wawancara dengan bapak Azhari nasabah tabungan Haji di BPRS Metro Madani KC Jatimulyo tanggal 27 Agustus 2019.

Jatimulyo pernah ada pihak BPRS Metro Madani KC Jatimulyo yang datang menawarkan atau mensosialisasikan produk tabungan haji, namun beliau kurang merespon kedatangan pihak bank karena beliau sedang sibuk berdagang. Bapak Triyono baru mengetahui produk tabungan Haji melalui penjelasan masasiswa PPL di BPRS Metro Madani KC Jatimulyo. Selain itu bapak Triyono juga belum pernah melakukan transaksi atau menggunakan produk yang ada di BPRS Metro Madani KC Jatimulyo, saat ini beliau masih menggunakan bank konvensional untuk menabung dan bertransaksi dengan alasan lebih mudah dibanding bank syariah. Lebih dari itu, pak Triyono juga belum berniat untuk melakukan ibadah haji dengan alasan masih banyak kebutuhan yang lain.<sup>66</sup>

Hal lain dijelaskan oleh bapak tugiman selaku pedagang sayuran di pasar Jatimulyo. beliau pernah di datangi oleh pihak bank mempromosikan tabungan haji. Namun dalam mempromosikan produk tersebut marketingnya kurang ramah, kurang cakap dan dalam mempresentasikan produk tabungan haji masih melebih-melebihkan dan membanding-bandingkan dengan pihak lainnya. Dalam mengatasi pertanyaan-pertanyaan calon nasabah, marketing sedikit cuek. Hal inilah yang membuat beliau kurang minat dengan tabungan haji yang ditawarkan oleh BPRS Metro Madani KC Jatimulyo.<sup>67</sup>

Bapak Sutirno menjelaskan bahwa belum mengetahui tentang adanya produk tabungan haji di BPRS Metro Madani KC Jatimulyo serta belum ada

---

<sup>66</sup> Wawancara dengan bapak Triyono masyarakat muslim potensial di Jatimulyo tanggal 27 Agustus 2019.

<sup>67</sup> Wawancara dengan bapak Tugiman masyarakat muslim potensial di Jatimulyo tanggal 27 Agustus 2019.

bank yang mendatangnya dalam menawarkan produk tabungan haji. Bapak sutrisno adalah seorang petani dan menjabat sebagai sekretaris desa di Jatimulyo. Beliau juga adalah salah satu warga yang rumahnya terkena dampak pembangunan jalan tol sumatra sehingga mendapatkan penggantian dana yang cukup besar atas tergusur rumahnya. Beliau menggunakan dana tersebut untuk mendaftarkan haji melalui kemenag. Istri dan keponakan pak sutrino sudah berangkat ibadah haji setahun yang lalu dan rencananya tahun depan giliran bapak sutrisno berangkat untuk menunaikan ibadah haji.<sup>68</sup>

Strategi jemput bola yang dilakukan pihak di BPRS Metro Madani KC Jatimulyo dalam memasarkan tabungan haji mengalami peningkatan pertahunnya. Masyarakat yang bergabung menjadi nasabah tabungan haji merupakan dari hasil strategi jemput bola dengan menawarkan langsung kepada masyarakat. Meskipun demikian, menurut sebagian nasabah masih terdapat beberapa kekurangan, diantaranya terkadang masih ada penggunaan bahasa yang kurang komunikatif serta informasi yang kurang rinci dari petugas BPRS yang melakukan aktifitas marketing.

Selain itu masyarakat sekitar juga berpendapat bahwa pihak bank masih kurang dalam mensosialisasikan informasi mengenai produk tabungan dari BPRS ke seluruh masyarakat di desa Jatimulyo. Lebih dari itu, penyebab kurang efektifnya strategi jemput bola yang diterapkan oleh pihak bank adalah kurangnya respon masyarakat terhadap pihak bank yang melakukan promosi melalui jemput bola sehingga banyak masyarakat muslim potensial di

---

<sup>68</sup> Wawancara dengan bapak Sutrisno masyarakat muslim potensial di Jatimulyo tanggal 23 September 2019

Jatimulyo yang belum mengetahui tentang adanya tabungan haji di PT BPRS Metro Madani KC Jatimulyo.

### **C. Analisis Strategi Jemput Bola dalam meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Haji pada PT BPRS Metro Madani KC Jatimulyo**

Berdasarkan hasil penelitian di PT BPRS Metro Madani K.C Jatimulyo, peneliti membahas tentang keefektifitasan dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan haji PT BPRS Metro Madani K.C Jatimulyo menerapkan strategi jemput bola sebagai strategi promosi.

Akmal menyatakan bahwa efektifitas adalah pencapaian usaha yang sesuai dengan rencananya atau rencana hasil dibandingkan dengan realisasi hasil. Efektifitas berkaitan dengan sejauh mana organisasi mencapai tujuan yang telah ditentukan.<sup>69</sup> Menurut Muasaroh dalam efektifitas suatu program dapat dilihat dari beberapa aspek sebagai berikut:<sup>70</sup>

#### 1. Aspek tugas dan fungsi

suatu individu atau lembaga dapat dikatakan efektif apabila dapat melaksanakan tugas dan fungsinya. BPRS Metro Madani kantor cabang Jatimulyo sudah memenuhi aspek tersebut dengan menjalankan strategi jemput bola sebagai mestinya. Strategi jemput bola diterapkan oleh BPRS Metro Madani kantor cabang Jatimulyo guna untuk melakukan sosialisasi dan promosi tentang produk-produk funding perusahaan seperti tabungan haji dengan mendatangi masyarakat potensial di Jatimulyo secara langsung.

---

<sup>69</sup> Donni Juni Priansa, *Manajemen Sekertaris dan Perkantoran*, (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2017), 102.

<sup>70</sup> Meilan Eka Sari Anas, "Efektivitas Program Pemberdayaan UMKM Melalui Renstra 2011-2016", dalam *e- Journal Administrasi Bisnis*, (Samarinda: Universitas Mulawarman), Vol. 6 No. 4/ 2018, 1312.

Berdasarkan hasil penelitian, strategi jemput bola yang digunakan untuk promosi dan sosialisasi terdapat kekurangan. Dalam melakukan promosi dan sosialisasi kepada masyarakat pihak marketing belum mampu menarik minat masyarakat banyak untuk bergabung menjadi nasabah tabungan haji, hal tersebut dikarenakan dalam melakukan mempresentasikan produk-produk funding yang kurang mendetail sehingga informasi yang didapat oleh masyarakat kurang jelas meski terdapat masyarakat yang tertarik untuk bergabung. Selain itu waktu yang digunakan marketing dalam mensosialisasikan tabungan haji ke pedagang pasar jatimulyo kurang tepat, karena marketing menawarkan tabungan haji diwaktu para pedagang sedang sibuk berjualan sehingga banyak pedagang yang tidak merespon kedatangan pihak marketing. terlebih lagi pada saat marketing mendatangi rumah-rumah masyarakat untuk melakukan promosi tabungan haji pemilik rumah tidak ada dikarenakan sedang bekerja, karena selain pedagang masyarakat muslim potensial di jatimulyo adalah PNS.

Strategi jemput bola yang diterapkan oleh BPRS Metro Madani kantor cabang Jatimulyo untuk meningkatkan jumlah nasabah tabungan haji dirasa kurang efektif karena dalam mendatangi masyarakat muslim potensial di jatimulyo diwaktu yang kurang tepat. Salah satunya adalah Bapak Sutrisno warga Jatimulyo yang bekerja sebagai sekretaris desa, beliau belum pernah didatangi oleh pihak marketing sehingga beliau tidak tahu tentang tabungan haji di BPRS Metro Madani kantor cabang

Jatimulyo. Pak Sutrisno sendiri bisa dibilang masyarakat muslim potensial karena rumah beliau terkena dampak pembangunan jalan tol sumatra sehingga bapak Sutrisno mendapat dana yang cukup besar sebagai pengganti rumahnya.

## 2. Aspek rencana dan program

Suatu rencana atau program yaitu dimana lembaga keuangan dapat melakukan kinerja yang sesuai dengan rencana atau program, apabila seluruh rencana dapat dilakukan dengan baik dan benar maka rencana dapat dikatakan efektif.

BPRS Metro Madani kantor cabang Jatimulyo sudah memenuhi aspek tersebut, namun dari hasil penelitian dapat dikatakan strategi jemput bola dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan haji belum efektif diterapkan karena belum memenuhi target yang direncanakan meskipun setiap tahunnya mengalami peningkatan. Hal ini dapat dilihat dari target bank dalam nasabah tabungan haji dalam sebulan adalah 40 nasabah atau jika dilihat pertahun adalah 480 nasabah sedangkan dari tahun 2016 hanya terdapat 9 nasabah, tahun 2017 terdapat 13 nasabah dan pada tahun 2018 terdapat 19 nasabah.

## 3. Aspek ketentuan dan peraturan

Efektifitas dari suatu program juga dapat dilihat dari berfungsi tidaknya aturan yang sudah dibuat dalam rangka menjaga keberlangsungan proses kegiatan yang dijalankan.

BPRS Metro Madani kantor cabang Jatimulyo memiliki ketentuan-ketentuan dalam menentukan kriteria masyarakat dan tempat-tempat kunjungan yang dijadikan sasaran untuk mensosialisasikan tabungan haji melalui jemput bola. Kriteria masyarakat yang dimaksud adalah masyarakat yang dilihat dari segi ekonominya mampu untuk melakukan ibadah haji. kemudian tempat yang dijadikan sasaran adalah tempat-tempat yang potensial seperti pasar, rumah-rumah, dan tempat pengajian. Promosi dan sosialisasi dengan mendatangi pasar Jatimulyo dan rumah-rumah masyarakat jatimulyo yang dilakukan seminggu sekali tepatnya setiap hari senin. Sedangkan untuk ditempat pengajian dilakukan minimal 1 kali dalam sebulan.

Berdasarkan hasil penelitian, BPRS Metro Madani kantor cabang Jatimulyo sudah memenuhi aspek tersebut, namun dalam melakukan strategi jemput bola untuk sosialisasi dan promosi khususnya tabungan haji jarang dilakukan atau kurang rutin dilakukan sehingga dalam pencapaian target selalu tidak tercapai. Hal tersebut dikarenakan pihak marketing lebih mengutamakan promosi produk lending karena pencapaian target lending yang sekian hari semakin bertambah tinggi.

#### 4. Aspek tujuan dan kondisi ideal

Dalam suatu program kegiatan dapat dikatakan efektif dari sudut hasil jika tujuan atau kondisi ideal program tersebut dapat dicapai. Tujuan BPRS Metro Madani kantor cabang Jatimulyo menerapkan strategi jemput bola pada tabungan haji selain untuk promosi dan sosialisasi adalah untuk



mempererat silaturahmi serta mendekatkan antara pihak bank dengan masyarakat. Dengan hal tersebut diharapkan masyarakat jatimulyo yang mampu untuk ibadah haji memiliki kesadaran dan keinginan untuk mendaftar haji karena ibadah haji merupakan salah satu rukun Islam yang wajib dijalankan bagi orang yang sudah mampu baik fisik maupun materi.

Berdasarkan data yang peneliti peroleh terdapat 15.695 jiwa penduduk jatimulyo yang mayoritas penduduknya adalah muslim yaitu sebesar 96,5% atau 15.154 jiwa. Dari jumlah tersebut, terdapat sekitar 400 jiwa penduduk jatimulyo yang tergolong masyarakat muslim yang mampu untuk melakukan ibadah haji. Salah satu masyarakat yang didatangi marketing adalah bapak triyono selaku masyarakat jatimulyo yang bekerja sebagai pedagang ayam potong dipasar jatimulyo. Jika dilihat dari segi ekonomi, besarnya toko dan banyaknya barang yang dijual pak triyono adalah orang yang mampu melakukan ibadah haji, namun pak triyono kurang merespon kedatangan pihak bank untuk melakukan sosialisasi yang lebih jauh tentang tabungan haji, hal tersebut dikarenakan belum adanya kesadaran dan masih mementingkan kebutuhan lain sehingga minat untuk menunaikan ibadah haji belum ada.

Berdasarkan 4 aspek tersebut strategi jemput bola dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan haji di BPRS Metro Madani kantor cabang Jatimulyo dapat disimpulkan tidak efektif, hal ini dapat dilihat kurang tepatnya waktu dan kurang rutinnya kunjungan ke masyarakat dalam melakukan promosi. Selain itu kurangnya kesadaran dan keinginan masyarakat muslim di Jatimulyo dalam

segi ekonomi mampu namun belum berminat untuk ibadah haji menyebabkan pencapaian dari tahun 2016 hingga 2018 tidak pernah mencapai target yang direncanakan.

## **BAB V PENUTUP**

### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa strategi jemput bola yang digunakan PT BPRS Metro Madani KC Jatimulyo dalam memasarkan produk tabungan haji guna meningkatkan jumlah nasabah bisa dikatakan tidak efektif. Hal ini dapat dilihat dari 4 aspek yaitu aspek tugas dan fungsi, aspek rencana dan program, aspek ketentuan dan peraturan, serta aspek tujuan dan kondisi ideal. Dari semua aspek tersebut terdapat kekurangan didalamnya, seperti waktu yang digunakan untuk promosi tabungan haji dengan jemput bola tidak tepat disaat masyarakat sibuk bekerja. Selain itu pihak bank lebih mengutamakan promosi produk lending daripada produk tabungan. Lebih dari itu, mayoritas masyarakat Jatimulyo adalah muslim dan banyak masyarakat yang bisa dikatakan mampu untuk beribadah haji, namun kurangnya kesadaran dan keinginan untuk melakukan ibadah haji dari masyarakat Jatimulyo juga menjadi faktor tidak efektifnya strategi jemput bola dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan haji di PT BPRS Metro Madani KC Jatimulyo.

### **B. Saran**

Sesuai dengan judul skripsi strategi jemput bola dalam meningkatkan jumlah nasabah di PT BPRS Metro Madani KC Jatimulyo dan berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, peneliti dapat memberikan saran kepada pihak lembaga atau BPRS untuk sosialisasi lebih mendalam atau lebih merata ke masyarakat Jatimulyo tentang tabungan Haji agar lebih banyak masyarakat

muslim potensial yang mengetahui tentang adanya tabungan haji di PT BPRS Metro Madani KC Jatimulyo.

Selain itu, sebaiknya bank berinovasi dalam pemasarannya baik berinovasi dalam strategi pemasarannya ataupun berinovasi dalam suatu produknya dengan membuat program-program baru agar menambah daya tarik tersendiri bagi masyarakat untuk bergabung menjadi nasabah tabungan haji. Namun dalam membuat berinovasi tersebut harus tetap sesuai dengan prinsip syariat Islam.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adiwarnman A. Karim. *Bank Islam. Analisis Fiqih dan Keuangan*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2014.
- Ahmad Dahlan. *Bank Syariah Teori. Praktik. Kritik*. Yogyakarta. Kalimedia, 2018.
- Akhmad Mujahidin. *Hukum Perbankan Syariah*. Depok: PT RajaGrafindo, 2016.
- Ascarya. *Akad dan Produk Bank Syariah*. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2007.
- Burhan Bungin. *Metodologi Penelitian Social dan Ekonomi: Format-Format Kuantitatif dan Kualitatif Untuk Studi Social. Kebijakan Publik. KomunikasiManajemen. dan Pemasaran*. Jakarta: Kencana, 2013).
- Departemen Agama RI. *Alquran dan Terjemahannya*. Bandung: CV. Diponegoro, 2005.
- Dinullah. Nurdin. “Analisis Penerimaan Mahasiswa Baru Dengan Penentuan Strategi Keunggulan Bersaing”. dalam JITI Vol.16 (2). Desember 2017.
- Donni Juni Priansa. *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: Pustaka Setia, 2017.
- Donni Juni Priansa. *Manajemen Sekertaris dan Perkantoran*. Bandung: CV. Pustaka Setia, 2017.
- Heri Sudarsono. *Bank & Lembaga Keuangan Syariah Deskripsi dan Ilustrasi*. Yogyakarta: Ekonisia, 2003.
- Irham Fahmi. *Bank dan Keuangan Lainnya*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Ismail. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana, 2011.
- Kasmir. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2016.
- Lexy J. Moleong. *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014.
- M. Burhan Bungin. *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*. Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri, 2013.
- M. Nur Rianto Al Arif. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung : Alfabeta, 2012.

- Meilan Eka Sari Anas, "Efektivitas Program Pemberdayaan UMKM Melalui Renstra 2011-2016", dalam *e- Journal Administrasi Bisnis*, (Samarinda: Universitas Mulawarman), Vol. 6 No. 4/ 2018.
- Mia Lasmi Wardiah. *Dasar-Dasar Perbankan*. Bandung: Pustaka Setia, 2013.
- Moh Kasiran. *Metode Penelitian Kualitatif-Kuantitatif*. Yogyakarta: UN-Maliki Press, 2008.
- Muhammad Syafi'i Antonio. *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*. Depok. Gema Insani, 2001.
- Nurul Huda. Khamim Hudori. dkk. *Pemasaran Syariah Teori dan Aplikasi*. Depok: Kencana, 2017.
- S. Nasution. *Metode Research. (Penelitian Ilmiah)*. Jakarta: Bumi aksara, 2012.
- Sofian Assuari. *Manajemen pemasaran Dasar, Konsep, dan Strategi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2002.
- Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif. Kualitatif. dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Suharsimi Arikunto. *Prosedur Penelitian Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta, 2006.



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : 2078/In.28/D.1/TL.00/07/2019  
Lampiran : -  
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,  
KEPALA CABANG PT BPRS  
METRO MADANI KANTOR  
CABANG JATIMULYO  
di-

Tempat

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: 2077/In.28/D.1/TL.01/07/2019,  
tanggal 31 Juli 2019 atas nama saudara:

Nama : **FARIZ ADITYA PRATAMA**  
NPM : 1502100255  
Semester : 9 (Sembilan)  
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di PT BPRS METRO MADANI KANTOR CABANG JATIMULYO, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI JEMPUT BOLA DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH DI PT BPRS METRO MADANI KANTOR CABANG JATIMULYO".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*



Metro, 31 Juli 2019  
Wakil Dekan I,

**Drs. H.M. Saleh MA**  
NIP 19650111 199303 1 001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
 Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT TUGAS**

Nomor: 2077/In.28/D.1/TL.01/07/2019

Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro,  
 menugaskan kepada saudara:


Nama : FARIZ ADITYA PRATAMA  
 NPM : 1502100255  
 Semester : 9 (Sembilan)  
 Jurusan : S1 Perbankan Syariah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di PT BPRS METRO MADANI KANTOR CABANG JATIMULYO, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI JEMPUT BOLA DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH DI PT BPRS METRO MADANI KANTOR CABANG JATIMULYO".
  2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro  
 Pada Tanggal : 31 Juli 2019

Mengetahui,  
 Pejabat Setempat

  
 Joko Sunilo



Wakil Dekan I,

  
 Drs. H.M. Saleh MA  
 NIP 19650111 199303 1 001





**BANK SYARIAH  
METRO MADANI**  
Bank Pembiayaan Rakyat Syariah



25 Rabiul awwal 1440 H

Jatimulyo, -----

04 Desember 2018 M

Nomor : /07/BPRS-MM/KC/JTM/IX/2018

Lamp. : -

Perihal : Izin Tempat Pra Survey

**Kepada Yth,  
Dekan Institut Agama Islam Negri Metro  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Kota Metro**

*Assalamu 'alaikum Wr. Wb.*

*Teriring salam dan doa, semoga kita dalam menjalankan aktivitas sehari-hari  
senantiasa dalam lindungan dan bimbingan ALLAH SWT. Shalawat dan salam  
senantiasa tercurah kepada junjungan Nabi Muhammad SAW, sahabat, keluarga  
serta ummatnya.*

Memperhatikan surat Saudara Nomor B-2496/In.28.3/D.1/PP.00.9/11/2018 tanggal 27 November 2018 perihal Permohonan Izin Pra Survey **an. Fariz Aditya Pratama (NPM 1502100255)**, pada prinsipnya PT. BPR Syariah Metro Madani KC Jatimulyo tidak berkeberatan dan bersedia memberikan kesempatan untuk dapat melaksanakan pra survey di PT. BPR Syariah Metro Madani KC Jatimulyo.

Perlu kami sampaikan selama pelaksanaan pra survey, PT. BPR Syariah Metro Madani KC Jatimulyo tidak menyediakan akomodasi apapun dan mengharapkan agar mahasiswa dapat mematuhi tata tertib/peraturan yang berlaku serta dapat menjaga rahasia Perusahaan.

Demikian kami sampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

*Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.*

PT. BPR Syariah Metro Madani  
Kantor Cabang Jatimulyo

**Joko Susilo**  
Kepala Cabang

Kantor Pusat : Jl. Diponegoro No. 5 Metro Pusat, Kota Metro - Lampung Telp. : 0725 - 44365 Facs. : 0725 - 49669  
e-mail : [bprsmetrokadani@gmail.com](mailto:bprsmetrokadani@gmail.com)

Layanan Kas : Jl. Soekarno Hatta No. 42 16c Mulyojati, Kota Metro - Lampung (RSU Muhammadiyah Metro)

Kantor Cabang Unit II : Jl. Lintas Timur Unit 2 Banjar Agung, Tulang Bawang Lampung Telp. / Facs : 0726 - 750601

Kantor Cabang Kalirejo : Jl. Jend. Sudirman Pasar Kalirejo, Kalirejo, Lampung Tengah - Lampung Telp. / Facs : 0729 - 370400

Kantor Cabang Tulang Bawang Barat : Jl. Jend. Sudirman Daya Murni Kec. Tumijajar, Tulang Bawang Barat - Lampung Telp. / Facs. 0724 - 3200015

Kantor Cabang Jati Mulyo : Jl. Senopati No. 99 Jati Mulyo Kec. Jati Agung, Lampung Selatan - Lampung Telp. : 0721 - 6011920 Facs. : 0721 - 8011918



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
UNIT PERPUSTAKAAN**

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
M E T R O Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296, Website: [digilib.metrouniv.ac.id](http://digilib.metrouniv.ac.id); [pustaka.iain@metrouniv.ac.id](mailto:pustaka.iain@metrouniv.ac.id)

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA  
Nomor : P-923/In.28/S/OT.01/11/2019**

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : FARIZ ADITYA PRATAMA  
NPM : 1502100255  
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/S1 Perbankan Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2018 / 2019 dengan nomor anggota 1502100255.

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas dari pinjaman buku Perpustakaan dan telah memberi sumbangan kepada Perpustakaan dalam rangka penambahan koleksi buku-buku Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 12 November 2019  
Kepala Perpustakaan  
  
Drs. Mokhtand Sudin, M.Pd.  
NIP. 195808311981031001





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296;  
Website: www.metrouniv.ac.id; email: iainmetro@metrouniv.ac.id

Nomor : 2301/In.28.3/D.1/PP.00.9/10/2018

18 Oktober 2018

Lampiran : -

Perihal : Pembimbing Skripsi

Kepada Yth:

1. Siti Zulaikha, S.Ag., M.H
2. Zumaroh, M.E.Sy

di – Tempat

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Dalam rangka membantu mahasiswa dalam penyusunan Proposal dan Skripsi, maka Bapak/Ibu tersebut diatas, ditunjuk masing-masing sebagai Pembimbing I dan II Skripsi mahasiswa :

Nama : Fariz Aditya Pratama  
NPM : 1502100255  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : S1-Perbankan Syariah (S1-PBS)  
Judul : Analisis Strategi Jemput Bola Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Di BPRS Metro Madani KC. Jatimulyo

Dengan ketentuan :

1. Pembimbing, membimbing mahasiswa sejak penyusunan Proposal sampai selesai Skripsi:
  - a. Pembimbing I, mengoreksi out line, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi setelah pembimbing II mengoreksi.
  - b. Pembimbing II, mengoreksi proposal, out line, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi, sebelum ke Pembimbing I.
2. Waktu penyelesaian Skripsi maksimal 4 (empat) semester sejak SK bimbingan dikeluarkan.
3. Diwajibkan mengikuti pedoman penulisan karya ilmiah yang dikeluarkan oleh LP2M Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
4. Banyaknya halaman Skripsi antara 40 s/d 70 halaman dengan ketentuan :
  - a. Pendahuluan ± 2/6 bagian.
  - b. Isi ± 3/6 bagian.
  - c. Penutup ± 1/6 bagian.

Demikian disampaikan untuk dimaklumi dan atas kesediaan Bapak/Ibu Dosen diucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*

Amir Dekan Bidang Akd &  
Kelembagaan  
  
MUHAMMAD SALEH





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507, faksimili (0725)47296; website: [www.syariah.metrouniv.ac.id](http://www.syariah.metrouniv.ac.id); E-mail: [syariah.iaim@metrouniv.ac.id](mailto:syariah.iaim@metrouniv.ac.id)

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : **Fariz Aditya Pratama**  
NPM : 1502100255

Fakultas / Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam / SI PBS  
Semester / TA : IX/ 2019-2020

No	Hari / Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	6/11/19		Seni lengkap, runding bla- acc sub U-V lengkap runding di ujib	

Dosen Pembimbing I

Mahasiswa Ybs.

Siti Zulaikha S. Ag, MH  
NIP. 19740824200003 2 002

Fariz Aditya Pratama  
NPM. 1502100255



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iningmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507, faksimili (0725) 47298, website: [www.syariah.metrouniv.ac.id](http://www.syariah.metrouniv.ac.id), E-mail: [syariah.iaim@metrouniv.ac.id](mailto:syariah.iaim@metrouniv.ac.id)

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Fariz Aditya Pratama  
NPM : 1502100255

Fakultas / Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam / S1 PBS  
Semester / TA : IX/ 2019-2020

No	Hari / Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	22/10/19		<ul style="list-style-type: none"><li>- masy. muslim potensial itu ada Gsp? 500? apakah mte dr melalui forum di Lemb. bui (air)?</li><li>- Kesimpulan bulean copas akhir pembr hasan 6 melaike mjawab Postaya paulifican</li><li>- Susun dan lengkap</li></ul>	

Dosen Pembimbing I

Mahasiswa Ybs.

Siti Zulaikha S.Ag, MH  
NIP. 19740824200003 2 002

Fariz Aditya Pratama  
NPM. 1502100255



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507, faksimili (0725)47299, website: [www.syariah.metrouniv.ac.id](http://www.syariah.metrouniv.ac.id) E-mail: [syariah.iaim@metrouniv.ac.id](mailto:syariah.iaim@metrouniv.ac.id)

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Fariz Aditya Pratama**  
NPM : 1502100255

Fakultas / Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam / SI PBS  
Semester / TA : IX/ 2019-2020

No	Hari / Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	14/10		<p>Bagaimana proposal seling pembelukan strategi jempur kita? Kerjasama ke US Bgr dari pimpinan? Dalam analisis → seberapa apa yg tersedia peningkatan kembali tdk signifikan? Negara tsb signifikan kamu ke Bgr agar signifikan</p>	

Dosen Pembimbing I

Mahasiswa Ybs.

Siti Zulaikha S.Ag, MH  
NIP. 19740824200003 2 002

Fariz Aditya Pratama  
NPM. 1502100255



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507, faksimili (0725)47296, website: [www.syariah.metrouniv.ac.id](http://www.syariah.metrouniv.ac.id), E-mail: [syariah.iaim@metrouniv.ac.id](mailto:syariah.iaim@metrouniv.ac.id)

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Fariz Aditya Pratama** Fakultas / Jurusan : **Ekonomi dan Bisnis Islam / S1 PBS**  
NPM : **1502100255** Semester / TA : **IX / 2018-2019**

No	Hari / Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	15/8/2019		<ul style="list-style-type: none"><li>- Pujadas sulka data primer dan kuis wawancara</li><li>- Perbaiki Daftar pustaka</li><li>- lihat catatan</li></ul>	
	21/8/2019		ace bab I+III Lanjutan APD	
	30/8/2019		ace APD lanjutan penulisan Perbaiki penulisan / format APD	

Dosen Pembimbing I

Mahasiswa Ybs.

**Siti Zulaikha, S.Ag, MH**  
NIP. 19740824200003 2 002

**Fariz Aditya Pratama**  
NPM. 1502100255



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507, faksimili (0725) 47296, website: www.syahiah.meltrouniv.ac.id, E-mail: syahiah.iaim@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Fariz Aditya Pratama** Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / S1 PBS  
NPM : 1502100255 Semester / TA : IX / 2018-2019

No	Hari / Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	2/8 '19		tiga nasabah atas dasar apa? 2016, 2017, 2018 ada Gop semua? mengapa cuma 3? pada metode apa? dan Purp. Saup → apa indikator yg. selain harga 3 saja? selain nasabah siapa?	

Dosen Pembimbing I

Mahasiswa Ybs.

Siti Zulaikha, S.Ag, MH  
NIP. 19740824200003 2 002

Fariz Aditya Pratama  
NPM. 1502100255





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507, faksimili (0725)47296, website: [www.syariah.metrouniv.ac.id](http://www.syariah.metrouniv.ac.id), E-mail: [syariah.iaim@metrouniv.ac.id](mailto:syariah.iaim@metrouniv.ac.id)

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Fariz Aditya Pratama** Fakultas / Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam / S1 PBS  
NPM : 1502100255 Semester / TA : VII / 2018-2019

No	Hari / Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	23/10/19		ada m judul, LBM dan Bab II → ada saran menyambung - judul → umum di LBM → kenapa ada tabungannya lagi lalu di Teori → ada masalahnya. maka → mengapa masy. kurang mengenal? mengapa strategi kurang efektif Emp sds ada seperti itu lalu apakah tab. yg menggunakan sistem mudorobus selisya kurang di minati? → ini baru akan nyambung ← Bab III - di perbaiki dan lengkapi	

Dosen Pembimbing I

Baca Ctt.

Mahasiswa Ybs.

Siti Zulaikha, S.Ag.MH  
NIP. 19740824200003 2 002

Fariz Aditya Pratama  
NPM. 1502100255



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Inringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507; faksimili (0725) 47296; website: www.syariah.metrouniv.ac.id; E-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Fariz Aditya Pratama** Fakultas / Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam / S1 PBS  
NPM : 1502100255 Semester / TA : VII / 2018-2019

No	Hari / Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	24/2019 /6		Bab II → title? dan bid. kegi? apa hub. dg judul? Bab IV → strategi apa sejati yg di tempelkan pd metro mandiri zakatnya? baca spelephon zput kela!	
	26/2019 /6		acc outline lanjutkan penulisan bab I-III	

Dosen Pembimbing I

Mahasiswa Ybs.

Siti Zulaikha, S.Ag., MH  
NIP. 19720611 199803 2 001

Fariz Aditya Pratama  
NPM. 1502100255



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringnulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507, faksimili (0725)47296, website: [www.syariah.metrouniv.ac.id](http://www.syariah.metrouniv.ac.id), E-mail: [syariah.iaim@metrouniv.ac.id](mailto:syariah.iaim@metrouniv.ac.id)

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : **Fariz Aditya Pratama** Fakultas / Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam / S1 PBS  
NPM : 1502100255 Semester / TA : IX / 2019-2020

No	Hari / Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1	Senin 7-10-2019	Zumaroh M.E.Sy	ACC bab IV-V, lanjutkan konsultasi ke pembimbing I & Siapkan kelengkapan Skripsi (ainnya (Cover - RH)	

Dosen Pembimbing II

Mahasiswa Ybs.

**Zumaroh, M.E.Sy.**  
NIP. 197904222006042002

**Fariz Aditya Pratama**  
NPM. 1502100255



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507; faksimili (0725) 47296; website: [www.syariah.metrouniv.ac.id](http://www.syariah.metrouniv.ac.id); E-mail: [syariah.iain@metrouniv.ac.id](mailto:syariah.iain@metrouniv.ac.id)

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : **Fariz Aditya Pratama** Fakultas / Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam / S1 PBS  
NPM : 1502100255 Semester / TA : IX / 2019-2020

No	Hari / Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1	Jumat 27-09-19	Zumaroh mesy	1. menambah sumber profil masyarakat di Jatimulyo. 2. menambah intisari dari data masyarakat muslim di Jatimulyo. 3. menambahkan teori dalam analisis. 4. menambah foto foto dalam hasil wawancara.	

Dosen Pembimbing II

Mahasiswa Ybs.

**Zumaroh, M.E.Sy.**  
NIP. 197904222006042002

**Fariz Aditya Pratama**  
NPM. 1502100255



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507, faksimili (0725) 47296, website: [www.syariah.metrouniv.ac.id](http://www.syariah.metrouniv.ac.id), E-mail: [syariah.iaim@metrouniv.ac.id](mailto:syariah.iaim@metrouniv.ac.id)

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Fariz Aditya Pratama** Fakultas / Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam / S1 PBS  
NPM : 1502100255 Semester / TA : IX / 2019-2020

No	Hari / Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1	Jumat 20-9-2019	Zumaroh mesy	1. menambah profil masyarakat Jatimulyo yang potensial dijadikan nasabah 2. tambahkan analisisnya 3. gunakan bahasa yang lebih baku bukan seperti bahasa dalam buku. 4. Deskripsikan job desk pada struktur organisasi bank. 5. mendeskripsikan siapa saja yang melabukan personal sewing dan jempot bola. 6. tambahkan deskripsi tentang profil tabungan haji.	

Dosen Pembimbing II

Mahasiswa Ybs.

**Zumaroh, M.E.Sv.**  
NIP. 197904222006042002

**Fariz Aditya Pratama**  
NPM. 1502100255



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507; faksimili (0725) 47256; website: [www.syariah.metrouniv.ac.id](http://www.syariah.metrouniv.ac.id); E-mail: [syariah.iaim@metrouniv.ac.id](mailto:syariah.iaim@metrouniv.ac.id)

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : **Fariz Aditya Pratama**  
NPM : 1502100255

Fakultas / Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam / S1 PBS  
Semester / TA : VII / 2018-2019

No	Hari / Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1	10-07-2019	✓	Memperjelas pertanyaannya - memfokuskan strategi tumpuk bola itu kepada siapa saja - memperbaiki wawancara kepada kepala cabang, marketing, nasabah dan masyarakat muslim • menambah profil nasabah dan profil masyarakat muslim - menambah buku personal celing dan tabung mudharabah.	
2	17-07-2019	✓	Acc APD, lanjutkan konsultasi ke Pembimbing I	

Dosen Pembimbing II

**Zumaroh, M.E.Sy.**  
NIP. 197904222006042002

Mahasiswa Ybs.

**Fariz Aditya Pratama**  
NPM. 1502100255





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507, faksimili (0725) 47296, website: [www.syariah.metroain.ac.id](http://www.syariah.metroain.ac.id), E-mail: [syariah.ain@metrouniv.ac.id](mailto:syariah.ain@metrouniv.ac.id)

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Fariz Aditya Pratama** Fakultas / Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam / S1 PBS  
NPM : 1502100255 Semester / TA : VII / 2018-2019

No	Hari / Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1	1-7-2019	Zumaroh, M.E.Sy	1. menambah cerita tentang pemasaran produk fab. haji yang belum muncul tapi dilakukan 2. tambah penafsiran dari jumpit bola 3. menamLah sumber data primer → masyarakat potensiasi. 3. Footnote di perbaiki.  Acc bab I-III, lanjutkan konsultasi ke Pembimbing I dan penyusunan APD	  

Dosen Pembimbing II

**Zumaroh, M.E.Sy.**  
NIP. 197904222006042002

Mahasiswa Ybs.

**Fariz Aditya Pratama**  
NPM. 1502100255



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507, faksimili (0725)47296, website: [www.syariah.metrouniv.ac.id](http://www.syariah.metrouniv.ac.id), E-mail: [syariah.iaim@metrouniv.ac.id](mailto:syariah.iaim@metrouniv.ac.id)

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Fariz Aditya Pratama** Fakultas / Jurusan:Ekonomi dan Bisnis Islam / S1 PBS  
NPM : 1502100255 Semester / TA : VII / 2018-2019

No	Hari / Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	19-6-2019	zumaroh me.sy.	- Perbaiki sub bab tentang jempur bola	
	20-6-2019	✓	acc outline, lanjutkan konsultasi ke pembimbing I	

Dosen Pembimbing II

Mahasiswa Ybs.

Zumaroh, M.E.Sy.  
NIP. 197904222006042002

Fariz Aditya Pratama  
NPM. 1502100255



## ALAT PENGUMPUL DATA (APD)

### STRATEGI JEMPUT BOLA DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH DI PT BPR SYARIAH METRO MADANI KANTOR CABANG JATIMULYO

#### A. wawancara

1. Wawancara kepada Kepala Cabang PT BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo.
  - a. Bagaimana perkembangan nasabah tabungan haji di PT BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo ?
  - b. Mengapa memilih strategi jemput bola dalam meningkatkan nasabah tabungan haji ?
  - c. Apa kendala yang dihadapi dalam memasarkan produk tabungan haji?
  - d. Bagaimana upaya untuk menghadapi kendala dalam memasarkan produk tabungan haji?
2. Wawancara dengan *marketing funding* PT BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo.
  - a. Bagaimana penerapan strategi jemput bola terhadap produk tabungan haji di PT BPR Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo?
  - b. Strategi jemput bola tersebut ditujukan ke siapa saja?
  - c. Apa kelebihan strategi jemput bola di banding strategi lain?
  - d. Bagaimana peningkatan jumlah nasabah dengan menggunakan strategi jemput bola?

**3. Wawancara dengan nasabah tabungan haji PT BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo.**

- a. Sejak kapan anda menjadi nasabah tabungan haji di PT BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo?
- b. Bagaimana pelayanan jemput bola yang diberikan oleh marketing pada tabungan haji di PT BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo?
- c. Anda menjadi nasabah di PT BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo atas kemauan sendiri atau orang lain ?

**4. Wawancara dengan masyarakat muslim yang potensial di sekitar PT BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo.**

- a. Apakah anda mengetahui tentang produk tabungan haji di PT BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo?
- b. Apakah anda mengenal tentang produk tabungan haji?
- c. Adakah petugas *marketing* bank PT BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo yang datang menawarkan produk tabungan haji?

**B. Dokumentasi**

- a. Profil PT BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo.
- b. Profil nasabah tabungan haji dan masyarakat muslim yang potensial.
- c. Produk-produk PT BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo.
- d. Data jumlah nasabah tabungan haji PT BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo.

e. Buku tentang Strategi *Personal Selling* dan Tabungan  
*Mudharabah*.

Metro, Agustus 2019



Fariz Aditva Pratama  
1502100255

Disetujui oleh,

Pembimbing I



Siti Zulaikha, S.Ag, MH  
NIP. 19740824200003 2 002

Pembimbing II



Zumaroh, M.E.Sy.  
NIP. 197904222006042002

## FOTO-FOTO DOKUMENTASI



Wawancara dengan Bapak Joko Susilo Selaku kepala Cabang  
BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo



Wawancara dengan Bapak Edi Darmadi Selaku Marketing Funding  
BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo



Wawancara dengan Bapak Tohariyanto Selaku Nasabah Tabungan Haji  
di BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo



Wawancara dengan Bapak Azhari Selaku nasabah tabungan Haji  
di BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo



Wawancara dengan Ibu Sartinem Selaku nasabah tabungan Haji  
BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo



Wawancara dengan Bapak Triyono dan Bapak Sutirino  
Selaku masyarakat muslim di Jatimulyo

## RIWAYAT HIDUP



Fariz Aditya Pratama dilahirkan di Desa Sukadamai Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan pada tanggal 07 Maret 1996. Peneliti merupakan anak kedua dari 2 bersaudara pasangan Bapak Sukadi dan Ibu Katini. Bertempat tinggal di Desa Sukadamai Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan Provinsi Lampung. Memiliki hobi bermain futsal.

Berikut ini riwayat pendidikan yang telah ditempuh:

1. TK Aisyah Sukadamai, lulus pada tahun 2003
2. SD Negeri 2 Sukadamai, lulus pada tahun 2008
3. SMP Negeri 1 Metro Kibang, lulus pada tahun 2011
4. SMA Negeri 2 Metro, lulus pada tahun 2014

Kemudian pada tahun 2015, peneliti melanjutkan studi di STAIN Jurai Siwo Metro yang kemudian pada tanggal 19 Desember 2016 STAIN Jurai Siwo Metro beralih status menjadi IAIN Metro. Peneliti memilih Jurusan S1 Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, dimulai semester 1 tahun pelajaran 2015/2016, kemudian menyelesaikan pendidikan jenjang sarjana pada tahun 2020.