

**PENINGKATAN LOYALITAS ANGGOTA MELALUI STRATEGI
FUNDING PADA BMT “UNTUK GERAKAN PERUBAHAN”
WONOGIRI PEKALONGAN LAMPUNG TIMUR**

TESIS

Diajukan Memenuhi Persyaratan Guna Mencapai Gelar Magister Ekonomi (M.E)
dalam Bidang Ekonomi Syariah



Oleh:

DARMA PRANATA
NPM: 18004830

PROGRAM STUDI: EKONOMI SYARIAH

PROGRAM PASCASARJANA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
TAHUN 1442 H / 2021 M

**PENINGKATAN LOYALITAS ANGGOTA MELALUI STRATEGI
FUNDING PADA BMT “UNTUK GERAKAN PERUBAHAN”
WONOGIRI PEKALONGAN LAMPUNG TIMUR**

Diajukan Memenuhi Persyaratan Guna Mencapai Gelar Magister Ekonomi (M.E)
dalam Bidang Ekonomi Syariah

Oleh

**DARMA PRANATA
NPM: 18004830**

**Pembimbing I : Dr. Mahrus As’ad, M.Ag
Pembimbing II : Putri Swastika, M.IF, Ph.D**

PROGRAM STUDI: EKONOMI SYARIAH

**PROGRAM PASCASARJANA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
TAHUN 1442H / 2021M**

ABSTRAK

DARMA PRANATA, Tahun 2021. Peningkatan Loyalitas Anggota Melalui Strategi Funding Pada BMT “Untuk Gerakan Perubahan” Wonogiri Pekalongan Lampung Timur. Tesis Program Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro

Kualitas pelayanan yang prima dan unggul guna mempengaruhi anggotanya supaya anggota tidak berpaling dan berpindah pada lembaga keuangan lain yang memberikan kualitas pelayanan lebih baik. Tidak sedikit pula BMT yang kewalahan meyakinkan anggotanya bahwa BMT yang sekarang masih produktif bisa menjamin segala aspek dan amanah. Akibatnya banyak anggota yang menarik semua tabungan karena takut uang yang ditabung dibawa kabur atau BMT tersebut mengalami permasalahan juga. Hal ini jelas membuat kas BMT menurun dan perputaran uang semakin cepat, kepercayaan dan loyalitas pelanggan atau anggota tujuan utama dalam proses berlangsungnya atau proses pengoprasian BMT, karena dalam mempertahankan loyalitas anggota, Strategi funding yang efektif dan baik akan memberikan peningkatan kepercayaan anggota BMT itu sendiri, kemudian loyalitas akan tercapai, apalagi dimasa pandemic covid-19 ini sangat tidak mudah. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan: 1) Bagaimanakah peningkatan loyalitas anggota di BMT Untuk Gerakan Perubahan Wonogiri Pekalongan Lampung Timur. 2) Bagaimana strategi funding di BMT Untuk Gerakan Perubahan Wonogiri Pekalongan Lampung Timur.

Desain penelitian ini diantaranya, jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan. Sifat penelitian ini adalah penelitian deskriptif yaitu bentuk penelitian yang ditunjukkan untuk mendiskripsikan fenomena yang ada. Sumber data dalam penelitian ini adalah subyek dari mana data diperoleh sumber sprimer dan sumber sekunder. Teknik pengumpulan datanya dengan angket, wawancara dan dokumentasi. Pengujian keabsahan data dengan triangulasi. Sedangkan analisis data dengan reduksi data, penyajian data penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan. Peningkatan loyalitas anggota di BMT Untuk Gerakan Perubahan Wonogiri melalui strategi funding dipahami nilai t_{hitung} (18,392) > t_{tabel} dengan 1,671, $N = 59$ tingkat kepercayaan 0,05 – 0,10 = 1,671 dengan tingkat signifikan 0,000 pada t_{tabel} , sehingga variabel strategi funding dengan peningkatan loyalitas anggota. Persamaan regresi $\hat{Y} = 7,040 + (0,770)X$ yang menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu unit sekor strategi funding akan menyebabkan kenaikan skor peningkatan loyalitas anggota sebesar (0,770) unit pada konstanta 7,752 Besarnya peningkatan loyalitas anggota melalui strategi funding adalah 77,52%. Peningkatan loyalitas anggota melalui strategi funding memperkuat data kuantitatif dan memperluas data kuantitatif yaitu dengan menambahkan faktor-faktor lain yang mempengaruhi peningkatan loyalitas anggota sebagai anggota BMT UGP Wonogiri yang secara langsung dengan cara menyebar angket serta melakukan wawancara kepada responden yang dipilih secara random untuk pengumpulan data kuantitatif untuk pengumpulan data kualitatif dan peningkatan loyalitas anggota menjadi anggota BMT UGP Wonogiri fasilitas, kemudahan dan kenyamanan dalam pelayanan.

ABSTRACT

DARMA PRANATA, 2021. Increasing Member Loyalty Through Funding Strategy at BMT "Untuk Gerakan Perubahan" Wonogiri Pekalongan, East Lampung. Thesis of the Postgraduate Program of the State Islamic Institute (IAIN) Metro

Excellent and superior service quality in order to influence its members so that members do not turn away and move to other financial institutions that provide better service quality. Not a few BMTs are too overwhelmed to convince their members that the BMT, which is still productive, can guarantee all aspects and trustworthiness. As a result, many members withdraw all their savings because they are afraid that the saved money will be taken away or the BMT will experience problems as well. This clearly makes BMT cash decline and the velocity of money is faster, customer or member trust and loyalty are the main goals in the ongoing process or BMT operation process, because in maintaining member loyalty, an effective and good funding strategy will increase the trust of BMT members themselves, then loyalty will be achieved, especially during this covid-19 pandemic it is not easy. This study aims to describe: 1) How to increase the loyalty of members in BMT for the Movement for Change in Wonogiri Pekalongan, East Lampung. 2) What is the funding strategy at BMT for the Movement for Change in Wonogiri, Pekalongan, East Lampung.

The design of this research includes, this type of research is field research. The nature of this research is descriptive research, which is a form of research that is shown to describe existing phenomena. The source of data in this study is the subject from which the data is obtained from primary sources and secondary sources. Data collection techniques with questionnaires, interviews and documentation. Testing the validity of the data by triangulation. While data analysis with data reduction, presentation of data drawing conclusions.

The results of this study show. Increasing the loyalty of members in BMT for the Wonogiri Change Movement through the funding strategy is understood the value of $t_{\text{count}} (18,392) > t_{\text{table}}$ with 1,671, $N = 59$ confidence level 0,05 -0,10 = 1,671 with a significant level of 0.000 in the t_{table} , so the variable funding strategy with increase in member loyalty. Regression equation = $7,040 + (0.770)X$ which shows that every one unit increase in the funding strategy score will cause an increase in the score of increasing member loyalty by (0.770) units at a constant 7,752 The amount of increasing member loyalty through the funding strategy is 77,52%. Increasing member loyalty through a funding strategy strengthens quantitative data and expands quantitative data by adding other factors that influence the increase in member loyalty as members of BMT UGP Wonogiri directly by distributing questionnaires and conducting interviews with randomly selected respondents for quantitative data collection. for collecting qualitative data and increasing member loyalty to become members of BMT UGP Wonogiri facilities, convenience and comfort in service.



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
PROGRAM PASCASARJANA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iring Mulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax. (0725) Email: ppsiaimetro@yahoo.com
Website: www.ppsIAINmetro.ac.id

PERSETUJUAN AKHIR TESIS

Nama Mahasiswa : Darma Pranata
NIM : 18004830
Program Studi : Ekonomi Syari'ah (Esy)

Nama	Tanda Tangan	Tanggal
<u>Dr. Mahrus As'ad, M.Ag</u> Pembimbing I/ Penguji Tesis	 (.....)	(16-8-2021) (.....)
<u>Putri Swastika, Ph.D</u> Pembimbing II/ Penguji Tesis	 (.....)	(16-8-2021) (.....)

Mengetahui,
Ketua Program Studi
Ekonomi Syari'ah

Putri Swastika, Ph.D
NIP: 1986 103020 1801 2001





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
PROGRAM PASCASARJANA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iring Mulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507. Fax. (0725) Email: ppsiainmetro@yahoo.com
Website: www.ppsiainmetro.ac.id

PENGESAHAN

Tesis dengan judul: **Peningkatan Loyalitas Anggota Melalui Strategi Funding Pada BMT Untuk Gerakan Perubahan Wonogiri Pekalongan Lampung Timur**. Disusun oleh **DARMA PRANATA** dengan NIM 18004830 Program Studi: Ekonomi Syariah telah diujikan dalam *Sidang Ujian Munaqosyah* Pascasarjana IAIN Metro, pada hari/tanggal: Selasa, 03 Agustus 2021.

TIM PENGUJI:

Penguji Utama

Dr Suhairi, S.Ag, M.H

Pembimbing I/Penguji

Dr Mahrus As'ad, M.Ag

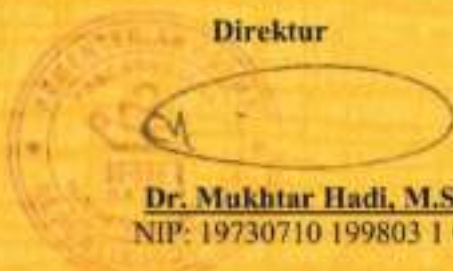
Pembimbing II/Penguji

Putri Swatika, Ph.D

Sekretaris Sidang

Indah Eftanastarini, M.Pd

Direktur



Dr. Mukhtar Hadi, M.Si

NIP: 19730710 199803 1 003

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : DARMA PRANATA
NPM : 18004830
Program Studi : Ekonomi Syariah
Konsentrasi : **Peningkatan Loyalitas Anggota Melalui Strategi Funding Pada BMT Untuk Gerakan Perubahan Wonogiri Pekalongan Lampung Timur**

Menyatakan bahwa Tesis ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila dikemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya

Metro, 14 Juni 2021
Yang menyatakan,



DARMA PRANATA
NPM: 18004830

MOTTO

وَالْعَصْرِ ﴿١﴾ إِنَّ الْإِنْسَانَ لِرَبِّهِ لَكَنُفٍ ﴿٢﴾ إِلَّا الَّذِينَ ءَامَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ

وَتَوَّاصُوا بِالْحَقِّ وَتَوَّاصُوا بِالصَّبْرِ ﴿٣﴾

Artinya: Demi masa, Sesungguhnya manusia itu benar-benar dalam kerugian, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal saleh dan nasehat menasehati supaya mentaati kebenaran dan nasehat menasehati supaya menetapi kesabaran. (Q.S, Al-Asr: 1-3)¹

¹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta: Indah Press, 2009), h.67

PERSEMBAHAN

Tesis ini Peneliti persembahkan kepada:

1. Ibu dan Bapak yang selalu memberikan kasih sayang, bimbingan, pendidikan dan selalu mendoakan dengan harapan agar menjadi anak yang sholehah.
2. Teman-teman Almamater Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Angkatan 2018
3. Almamater Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro yang menambah wawasan Iman dan Taqwa serta Ilmu Pengetahuan dan Teknologi pendidikan semoga dapat Peneliti amalkan di jalan Allah SWT.

PEDOMAN TRANSLITERASI

Penelitian Tesis pada Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro sebagai berikut:

1. Huruf arab dan latin

Huruf Arab	Huruf Latin
ا	Tidak dilambangkan
ب	B
ت	T
ث	S
ج	J
ح	H
خ	Kh
د	D
ذ	Z
ر	R
ز	Z
س	S
ش	Sy
ص	S
ظ	D

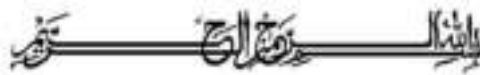
Huruf Arab	Huruf Latin
ط	T
ظ	Z
ع	'
غ	G
ف	F
ق	Q
ك	K
ل	L
م	M
ن	N
و	W
هـ	H
ء	'
ي	Y

2. Maddah atau vokal panjang²

Harakat dan huruf	Huruf dan tanda
ا-ى	A
ي-ي	I
و-و	U
ي ا	Ai
او	Au

² Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, Pedoman Penulisan Tesis Edisi Revisi (Metro: Program Pascasarjana 2018) h. 57

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, puji dan syukur Peneliti panjatkan kepada Allah SWT. yang telah memberikan rahmat dan hidayahNya sehingga Peneliti dapat menyelesaikan Penelitian Tesis ini tepat pada waktunya. Shalawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Sebagai pembawa risalah agung bagi kemaslahatan dan keselamatan manusia di Dunia dan Akhirat.

Penelitian Tesis ini adalah sebagai salah satu bagian persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan program strata dua atau Magister pada Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri Metro guna memperoleh gelar M.H: dalam upaya penyelesaian Tesis ini, Peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya Peneliti mengucapkan terima kasih kepada;

1. Dr. Hj. Siti Nurjanah M.Ag, PIA Selaku Rektor IAIN Metro
2. Dr. Mukhtar Hadi, M.Si, Selaku Direktur Pascasarjana IAIN Metro
3. Dr. Widhia Ninsiana, M.Hum, Selaku Wakil Direktur Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri IAIN Metro
4. Dr. Mahrus As'ad, M.Ag sebagai pembimbing I yang telah memberikan motivasi, bimbingan dan arahan serta perhatiannya selama Peneliti menyelesaikan Tesis ini.
5. Putri Swastika, M.IF, Ph.D. selaku Ketua Prodi Ekonomi IAIN Metro dan selaku pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan arahan mengikuti pendidikan serta memberi semangat dalam menyelesaikan Tesis

6. Direktur BMT Untuk gerakan Perubahan Wonogiri Pekalongan Lampung Timur.
7. Bapak dan Ibu Dosen/Karyawan Program Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro yang telah menyediakan waktu dan fasilitas dalam rangka pengumpulan data.

Kritik dan saran demi perbaikan Tesis ini sangat diharapkan dan akan diterima dengan lapang dada. Dan akhirnya semoga hasil penelitian yang telah dilakukan kiranya dapat bermangfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan Ekonomi Syariah.

Metro, 03 Agustus 2021
Peneliti,



DARMA PRANATA
NPM. 18004830

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
ABSTRAK.....	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
HALAMAN PERSETUJUAN.....	v
HALAMAN PENGESAHAN.....	vi
HALAMN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	vii
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN.....	ix
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	x
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Pertanyaan Penelitian	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Penelitian yang Relevan.....	8
BAB II KAJIAN TEORI	
A. Loyalitas Anggota.....	12
1. Pengertian Loyalitas Anggota.....	12
2. Indikator Loyalitas Anggota.....	16
B. Strategi Funding.....	17
1. Pengertian Strategi Funding.....	17
2. Landasan Hukum Funding.....	20
3. Fungsi Marketing Funding.....	23
4. Kegiatan Strategi Funding.....	24

5. Produk Funding.....	28
C. Baitul Maal Wa Tamwil (BMT).....	37
1. Pengertian Baitul Maal wa Tamwil (BMT).....	37
2. Dasar Hukum Baitul Mal Wa Tamwil.....	39
3. Jenis-jenis Kegiatan Usaha Baitul Mal Wa Tamwil...	46
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Sifat dan Jenis Penelitian.....	49
B. Sumber Data Penelitian.....	50
C. Populasi dan Sampel.....	51
D. Teknik Pengumpulan Data Penelitian.....	53
E. Teknik Pengelolaan Data Penelitian.....	54
F. Analisis Data Penelitian	55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	59
B. Analisis Diskriptif Penelitian.....	69
C. Analisis Penelitian Kuantitatif.....	77
D. Analisis Penelitian Kualitatif.....	82
E. Pembahasan.....	91
BAB V PENUTUP.....	95
A. Kesimpulan.....	95
B. Saran.....	96

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

- Tabel 1.1 : Perkembangan Posisi Keuangan BMT UGP Wonogiri
- Tabel 4.1 : Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin
- Tabel 4.2 : Kategori Jawaban Skala Likert
- Tabel 4.3 : Tanggapan Responden Variabel Staretegi Funding
- Tabel 4.4 : Tanggapan Responden Variabel Loyalitas Anggota
- Tabel 4.5 : Hasil Uji Validitas Funding
- Tabel 4.6 : Hasil Uji Validitas loyalitas
- Tabel 4.7 : *Reability Statistic* Peningkatan Loyalitas Strategi Funding
- Tabel 4.8 : Hasil Uji Parsial (Uji T)

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Struktur BMT UGP Wonogiri Pekalongan.....	80
--	----

DAFTAR LAMPIRAN

1. Kisi-Kisi Pedoman Wawancara
2. Pedoman Wawancara
3. Pedoman Dokumentasi
4. Pedoman Observasi
5. Transkrip Wawancara Penelitian

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Semakin berkembangnya dan semakin banyaknya lembaga keuangan syariah baik lembaga keuangan bank maupun non bank yang bermunculan di Indonesia, tentunya telah memberikan alternatif baru bagi para konsumen pengguna jasa perbankan khususnya konsumen muslim untuk menggunakan produk-produk perbankan dengan metode non bunga atau sistem bagi hasil. Munculnya perbankan syariah dan lembaga keuangan lainnya dilatar belakangi oleh keinginan umat Islam untuk menghindari kegiatan muamalahnya dari sistem riba.

Hal tersebut mempunyai tantangan tersendiri lembaga keuangan Syariah non Bank seperti Baitul Mal Wat Tamwil atau dalam penelitian ini disingkat dengan BMT. Dalam menghadapi sulitnya persaingan, BMT harus mampu menyesuaikan kondisi yang sedang terjadi demi eksistensi nya serta keberlanjutan dan kemajuan BMT tersebut dan harus merancang strategi untuk mencapai tujuan.

Strategi adalah suatu proses pengevaluasian kekuatan dan kelemahan perusahaan dibandingkan dengan peluang dan ancaman yang ada dalam lingkungan yang dihadapi dan memutuskan strategi pasar produk yang menyesuaikan kemampuan perusahaan dengan peluang lingkungan.³ Dalam

³Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta:Rineka Cipta, 2009). h. 339.

penelitian ini strategi funding menjadi fokus utama dalam melihat pengaruhnya dalam mempertahankan loyalitas anggota pada BMT.

Strategi *Funding*, dalam lembaga keuangan memegang peranan yang sangat vital dan penting. Marketing Funding bertugas menghimpun dana. Dalam penghimpunan dana menentukan kelangsungan operasional dalam aktivitas BMT, sehingga dalam penghimpunan dana menjadi bagian kegiatan operasional yang selalu mendapatkan perhatian serius dari manajemen BMT itu sendiri. Terlebih dengan semakin ketatnya tingkat persaingan dalam memberikan kepercayaan untuk anggota bersedia menyimpan dananya.

Pelayanan anggota BMT diberikan oleh berbagai pihak baik customer service, teller atau kasir maupun *public relation*. Namun istilah customer service digunakan secara khusus untuk dunia perbankan. Artinya memang ada bagian yang khusus untuk melayani anggota dengan nama customer service.⁴ Di samping itu pelayanan anggota juga diberikan oleh teller beda antara keduanya adalah customer service dalam bertugas melayani anggota lebih banyak menjelaskan tentang produk-produk yang ada di BMT, sedangkan tugas teller melayani transaksi keuangan (tarik-setor uang).

Semakin ketatnya persaingan dalam lembaga keuangan syariah, BMT harus mempunyai gagasan baru dan terobosan serta strategi yang inovatif untuk mempertahankan loyalitas anggota, karena anggota adalah unsur penting di dalam berkembangnya BMT, dan pelaku usahanya harus merancang strategi yang sesuai dengan keadaan yang terjadi pada saat ini, serta mengantisipasi

⁴ Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada 2004, h. 179

kemungkinan yang akan terjadi dikemudian hari atas kebijakannya, karena resiko-resiko tersebut sangatlah besar kemungkinannya.

BMT itu sendiri adalah lembaga keuangan mikro yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah yang memiliki fungsi untuk memberdayakan ekonomi umat, dan memiliki fungsi sosial dengan turut pula sebagai institusi yang mengelola dana zakat, infak, dan sedekah sehingga institusi BMT memiliki peran yang penting dalam memberdayakan ekonomi umat.⁵

Fenomena di lapangan yang dialami BMT pada saat ini memberikan gambaran bahwa lembaga keuangan syariah non bank ini mengalami penurunan kepercayaan dalam operasional hal ini dibuktikan dengan banyaknya BMT yang pailit dan tidak beroperasi, seperti halnya yang terjadi di Pekalongan Lampung Timur yang mana beberapa tahun kebelakang BMT sangat digemari oleh masyarakat namun seiring berjalannya waktu banyak permasalahan dalam pengelolaan BMT

Menurut Ari Widianingsih salah satu karyawan BMT Al-Ihya Pekalongan Lampung Timur, mengatakan bahwa BMT Al-Ihya Pekalongan Lampung Timur tutup dan tidak beroperasi karena terjadi permasalahan internal sehingga tidak mampu mengembalikan dana dari anggota, sehingga BMT tutup dan tidak beroperasi sedangkan untuk permasalahan intern anggota BMT Al-Ihya' sampai dengan saat ini belum ada kejelasan akan hak anggota.⁶

⁵ M. Nur Rianto Al Arif, *Lembaga Keuangan Syariah*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2012) h. 317.

⁶ Ari Widianingsih, *Wawancara*, 10 Maret 2020

Pada kasus lain BMT yang berada di Kecamatan Pekalongan yakni BMT L-Risma yang sudah memiliki kantor cabang di beberapa provinsi Lampung mengalami pergesaran dalam pengelolaan BMT sehingga BMT L-Risma mengalami pailit dan tidak beroperasi, hal tersebut berimbas kepada BMT yang lain, yang mana mengakibatkan tingkat kepercayaan masyarakat menurun drastis.

BMT dituntut harus memberikan kualitas pelayanan yang prima dan unggul guna mengembalikan kepercayaan anggotanya supaya anggota tidak berpaling dan berpindah pada lembaga keuangan lain yang memberikan kualitas pelayanan lebih baik. Kepuasan pelanggan menurut Kotler adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya.⁷

Permasalahan-permasalahan tersebut menjadikan BMT yang masih aktif mengalami gejolak dan krisis kepercayaan sehingga banyak pula dana yang dihimpun oleh anggota ditarik kembali. Tidak sedikit pula BMT yang kewalahan meyakinkan anggotanya bahwa BMT yang sekarang masih produktif bisa menjamin segala aspek dan amanah. Akibatnya banyak anggota yang menarik semua tabungan karena takut uang yang ditabung dibawa kabur atau BMT tersebut mengalami permasalahan juga. Hal ini jelas membuat kas BMT menurun dan perputaran uang semakin cepat dikarenakan Banyaknya pengeluaran-penarikan, tetapi tidak diimbangi dengan pemasukan, sehingga hal ini juga akan berdampak pada produktifitas BMT menurun bahkan yang

⁷Philip Kotler, dkk., *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia buku-1, ed. 1, terj.* Fandy Tjiptono (Yogyakarta: Andi, 2000), hlm. 50

paling mengkhawatirkan lembaga keuangan akan pailit dan tidak bisa beroperasi.

BMT sebagai lembaga keuangan yaitu tempat keluar masuknya anggota, pada kenyataannya anggota yang ada di sana masih banyak yang tidak menggunakan jasa BMT dengan sepenuhnya, artinya masih banyak anggota yang belum mempunyai loyalitas yang tinggi terhadap penyedia jasa yaitu BMT. Kualitas pelayanan akan berpengaruh pada kepuasan anggota yang pada akhirnya akan berdampak pada loyalitas anggota.

Hal ini pada awalnya juga terjadi pada BMT UGP (Untuk Gerakan Perubahan) Wonogiri Pekalongan Lampung Timur yang selanjutnya penulis sebut BMT UGP Wonogiri Pekalongan Lampung Timur dan dalam penelitian ini peneliti akan fokus kepada BMT aktif di Pekalongan Kabupaten Lampung Timur yaitu BMT UGP Wonogiri. BMT UGP Wonogiri Pekalongan Lampung Timur mengalami dampak dari BMT besar yang bangkrut dan tutup, tingkat kepercayaan dari anggota menurun, akan tetapi BMT UGP Wonogiri mampu mempertahankan eksistensi disaat BMT yang lain tutup dan tidak beroperasi. BMT UGP Wonogiri mampu mempertahankan loyalitas anggota untuk meyakinkan bahwa BMT UGP Wonogiri salah satu BMT yang amanah.

Data yang peneliti dapatkan untuk Perkembangan anggota BMT UGP Wonogiri Pekalongan Lampung Timur hingga akhir Desember 2020 yaitu berjumlah 2018 jiwa untuk anggota, dan posisi keuangan hingga akhir Desember 2020 total asset yaitu berjumlah Rp. 610.432.318,67.

Tabel 1.1
Perkembangan Posisi Keuangan BMT UGP Wonogiri⁸

NO	Jenis Asset	Des 2018	Des 2019	Des 2020
1	Aktiva Lancar	202.283.049,30	109.357.917,61	37.541.381,61
2	Aktiva Produktif	823.072.634,00	690.997.834,00	547.567.434,00
3	Aktiva Tetap	21.643.939,50	10.515.012,99	(4.337.913,65)
4	Aktiva Rupa-Rupa	41.933.506,58	32.266.467,80	29.661.416,71
TOTAL		1.088.933.129,38	843.137.232,40	610.432.318,67

Data di atas merupakan dana equitas atau aset BMT setelah dikurangi kewajiban BMT dengan kata lain data tersebut adalah modal BMT UGP Wonogiri meskipun mengalami keterpurukan di tiga tahun terakhir akibat dampak dari permasalahan kepercayaan, sehingga asset yang dimiliki berkurang, akan tetapi BMT UGP Wonogiri masih mampu mempertahankan eksistensi dan mampu mempertahankan loyalitas anggota BMT UGP Wonogiri dengan jumlah anggota sebanyak 2018 orang.

Menurut Budi Santoso salah satu marketing di BMT UGP Wonogiri, beliau menjelaskan bahwa kepercayaan dan loyalitas pelanggan atau anggota tujuan utama dalam proses berlangsungnya atau proses pengoprasian BMT, karena dalam mempertahankan loyalitas anggota sangat lah sulit hal ini dikarenakan alasan yang sudah bukan menjadi hal yang rahasia lagi jika BMT rawan akan tindak penggelapan, meskipun itu hanya oknum yang melakukannya, akan tetapi pemikiran masyarakat akan ketakutan itu adalah hal yang wajar dikarenakan banyak orang yang mengalami hal tersebut yaitu sulitnya melakukan transaksi tarik tunai padahal uang tersebut miliknya

⁸ Dokumen RAT BMT UGP (Untuk Gerakan Perubahan) Wonogiri Pekalongan Lampung Timur

sendiri dan hal yang paling ditakutkan uang mereka hilang, maka dari itu BMT UGP Wonogiri memberikan pembelajaran bagi karyawan untuk menjaga kepercayaan tersebut.⁹

Strategi funding yang efektif dan baik akan memberikan peningkatan kepercayaan anggota BMT itu sendiri, kemudian loyalitas akan tercapai, pada masa pandemi covid-19 ini sangat tidak mudah, tantangan serta kendala yang dihadapi BMT semakin sulit, dengan adanya pandemi covid-19 ini tentu masyarakat berbeda dalam menyikapi keadaan, tentu dalam situasi seperti ini BMT lebih bekerja ekstra dalam meyakinkan anggota untuk menyimpan dananya. Faktor eksternal ini juga memberikan masalah baru yang harus dihadapi oleh BMT UGP Wonogiri Pekalongan Lampung Timur. Berangkat dari permasalahan di atas maka peneliti ingin mengambil judul **Peningkatan Loyalitas Anggota Melalui Strategi Funding Pada BMT Untuk Gerakan Perubahan Wonogiri Pekalongan Lampung Timur.**

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah di atas dapat diketahui pertanyaan penelitian tersebut, yaitu:

1. Bagaimanakah peningkatan loyalitas anggota di BMT Untuk Gerakan Perubahan Wonogiri Pekalongan Lampung Timur?
2. Bagaimana strategi funding di BMT Untuk Gerakan Perubahan Wonogiri Pekalongan Lampung Timur?

⁹ Budi Santoso, Marketing BMT UGP Wonogiri, *wawancara*, 20 Maret 2020

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bermaksud untuk mengumpulkan data, untuk dijadikan sebagai karya tulis, sedangkan tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisa peningkatan loyalitas anggota melalui strategi funding Pada BMT Untuk Gerakan Perubahan Wonogiri Pekalongan Lampung Timur.
2. Untuk mengetahui dan menganalisa strategi funding di BMT Untuk Gerakan Perubahan Wonogiri Pekalongan Lampung Timur.

D. Manfaat Penelitian

Adapun kegunaan penelitian dalam penelitian Tesis ini secara umum dapat diklasifikasikan menjadi dua kategori sebagai berikut:

1. Secara teori penelitian ini memberikan pengetahuan tentang peningkatan loyalitas anggota melalui strategi funding Pada BMT Untuk Gerakan Perubahan Wonogiri Pekalongan Lampung Timur.
2. Secara praktis memberikan masukan bagi pengelolaan BMT Untuk Gerakan Perubahan Wonogiri tentang loyalitas dan strategi funding.

E. Penelitian Relevan

Bagian ini memuat uraian secara sistematis mengenai hasil penelitian terdahulu (*prior research*) tentang persoalan yang akan dikaji dalam Tesis. Secara sistematis mengenai hasil penelitian terdahulu tentang persoalan yang dikaji dalam Tesis Tinjauan atas kepustakaan (literatur) yang berkaitan dengan

topik pembahasan, atau bahkan memberikan inspirasi dan mendasari dilakukannya penelitian.¹⁰

Berdasarkan pengertian tersebut, peneliti mengutip beberapa penelitian yang terkait dengan persoalan yang diteliti sehingga terlihat, dari sisi mana peneliti tersebut membuat suatu karya ilmiah. Di bawah ini akan disajikan beberapa kutipan hasil penelitian yang telah lalu diantaranya:

1. Penelitian Karya Abdul Qadir. Yang berjudul “Strategi Peningkatan Loyalitas Anggota BMT”¹¹.

Hasil penelitian dari penelitian karya Abdul Qadir yaitu, dalam persaingannya dengan lembaga keuangan lain dalam penelitian dijelaskan bahwa menggunakan metode promosi yang baik, Bmt Syahida Ikaluin dalam strategi promosinya selain menggunakan media juga memanfaatkan salah satu produknya yaitu produk simpanan syahida, produk ini merupakan produk unggulan karena banyaknya anggota yang tergabung dalam BMT merupakan bagian dari anggota produk simpanan syahida. Sedangkan hasil penelitian menyimpulkan bahwa analisa segmentasi kebutuhan masyarakat dalam mengeluarkan produk yang memenuhi kebutuhannya sebagai peluang terhadap peningkatan anggota BMT.

Penelitian ini dapat diambil kesimpulan bahwa dalam proses pelaksanaan BMT menggunakan analisa dan segmentasi kebutuhan masyarakat, sehingga promosi dan strrtategi yang digunakan yaitu akan pemenuhan kebutuhan masyarakat dari hasil analisa BMT. Sehingga dalam

¹⁰ Pedoman Penulisan Tesis, Program Pascasarjana IAIN Metro, Edisi Revisi, (Metro: 2019), h.17

¹¹ Abdul Qadir, *Strategi Peningkatan Loyalitas Nasabah*, Jurnal Keuangan, Ekonomi, Investasi dan Syariah (EKUITAS) , Vol. 1 No. 2, 2020, ISSN 2685-869X (media online), h. 134-145

mengeluarkan produk yang ada dapat memenuhi kebutuhan masyarakat. Pemanfaatan media, baik cetak maupun online yang dilakukan oleh manajemen BMT Syahida Ikaluin sebagai sarana mempromosikan produk keluaran dikemas semenarik mungkin memang efektif menarik minat masyarakat untuk bergabung.

2. Penelitian karya Jaka Atmaja. Yang berjudul “Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank BJB”.¹²

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah berpengaruh kuat terhadap Loyalitas Nasabah. Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa Kualitas Pelayanan merupakan salah satu faktor penting dalam menentukan puas atau tidak nasabah dalam pelayanan, yang dimulai dari Loyalitas para nasabah atau konsumen. Sehingga melalui pelaksanaan Kualitas Pelayanan yang dengan baik akan memberikan dorongan ketertarikan nasabah dan memunculkan loyalitas para nasabah.

Dalam penelitian ini dapat diambil kesimpulan yaitu Kualitas pelayanan yang diberikan bank adalah salah satu perhatian utama anggota dalam memilih bank. Melalui pelayanan yang baik maka anggota akan tetap memilih bank tersebut di dalam menyimpan ataupun menggunakan jasa Bank. Pengukuran pelayanan dan kepuasan nasabah ini yang menjadi dasar dalam penelitian ini

¹² Jaka Atmaja., *Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank BJB*, Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Bisnis Universitas Bina Sarana Informatika, Vol. 2 No. 1. 2018, ISSN 2355-0925

3. Penelitian karya Hendri Triandini, “Pengaruh Layanan Jemput Bola Produk Funding Terhadap Dpk Dan Jumlah Nasabah: Studi Pada BPRS Artha Karimah Irsyadi”.¹³

Penelitian ini ialah untuk menganalisis pengaruh layanan jemput bola produk funding terhadap DPK serta jumlah nasabah., peningkatan DPK dan jumlah nasabah yang signifikan tersebut, bukan disebabkan oleh layanan jemput bola secara independen tetapi faktor lain, yaitu margin, dan KPMM. Namun, meskipun layanan jemput bola belum berpengaruh secara independen, besar kemungkinan untuk layanan jemput bola menjadi berpengaruh terhadap kenaikan DPK dan jumlah nasabah secara independen, bila sistemnya lebih ditingkatkan kualitasnya, baik dari faktor internal maupun eksternal.

Penelitian ini dapat diambil kesimpulan bahwa strategi dalam jemput bola dalam funding belum sepenuhnya berpengaruh terhadap DPK dan jumlah anggota/nasabah. Strategi tersebut lebih ditingkatkan kembali kualitas layanan, keandalan, responsiven, dengan hal tersebut berepengaruh terhadap kelayakan para nasabah ataupun bertambahnya jumlah anggota.

Pada dasarnya penelitian dari ketiga penelitian yang peneliti kemukakan, terdapat kesamaan dan perbedaan didalam penelitian, persamaan yang sesuai yaitu penelitian tentang mempertahankan loyalitas anggota, namun judul Tesis peningkatan loyalitas anggota melalui strategi funding Pada BMT Untuk Gerakan Perubahan Wonogiri Pekalongan Lampung Timur berbeda dengan penelitian.

¹³ Hendri Triandini, *Pengaruh Layanan Jemput Bola Produk Funding Terhadap Dpk Dan Jumlah Nasabah: Studi Pada Bprs Artha Karimah Irsyadi*, Jurnal Eti konomi Vol. 12 No. 2 Oktober 2013

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Loyalitas Anggota

1. Pengertian Loyalitas Anggota

Secara harfiah loyal berarti setia, atau loyalitas dapat diartikan sebagai suatu kesetiaan. Kesetiaan ini timbul tanpa adanya paksaan, tetapi timbul dari kesadaran sendiri pada masa lalu. Usaha yang dilakukan untuk menciptakan kesetiaan anggota lebih cenderung mempengaruhi sikap anggota. Sedangkan konsep loyalitas anggota lebih menekankan kepada perilaku pengabdian.¹⁴

Loyalitas adalah salah satu hal yang tidak dapat dibeli dengan uang. Loyalitas hanya bisa didapatkan, namun tidak bisa dibeli. Mendapatkan loyalitas dari seseorang bukanlah sesuatu pekerjaan yang mudah untuk dilakukan. Berbanding terbalik dengan kesulitan mendapatkannya, menghilangkan loyalitas seseorang justru menjadi hal yang sangat mudah untuk dilakukan.

Loyalitas merupakan satu kata lama yang biasanya digunakan untuk menggambarkan kesetiaan atau kepatuhan terhadap Negara, gerakan atau individu. Belakangan ini loyalitas digunakan produk perusahaan yang menggambarkan kesediaan pelanggan agar senantiasa menggunakan produk perusahaan dalam jangka panjang, apalagi jika menggunakannya secara eksklusif, dan merekomendasikan produk-produk kepada rekannya.

¹⁴ Muhammad Said Al-Qahthani, Al-Wala Wal-Bara, *Konsep Loyalitas & Perumusan dalam Islam* (Jakarta Timur, Aqwam Jembatan Ilmu) h 143

Loyalitas pelanggan melampaui perilaku dan mencakup preferensi, kesukaan, dan itikad di masa mendatang.¹⁵

Loyalitas, dalam penggunaan umum, adalah pengabdian dan kesetiaan kepada suatu bangsa, tujuan, filsafat, negara, kelompok, atau orang.¹⁶ Loyalitas merupakan suatu hal yang bersifat emosional. Untuk bisa mendapatkan sikap loyal seseorang, terdapat banyak faktor yang akan memengaruhinya. Sikap loyal dapat diterapkan oleh setiap orang dalam berbagai hal. Loyalitas dapat dikatakan sebagai kesetiaan seseorang terhadap suatu hal yang bukan hanya berupa kesetiaan fisik semata, namun lebih pada kesetiaan non fisik seperti pikiran dan perhatian. Loyalitas para anggota dalam suatu organisasi itu mutlak diperlukan demi kesuksesan organisasi itu sendiri.

Loyalitas adalah sikap dari anggota dalam menentukan pilihannya untuk tetap menggunakan produk atau jasa dari suatu perusahaan. Sikap menentukan pilihan tersebut juga untuk membuat komitmen dan melakukan pembelian ulang pada perusahaan tersebut. Loyalitas lebih mengacu pada wujud perilaku dari unit-unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terus menerus terhadap barang atau jasa suatu perusahaan yang dipilih.¹⁷

Kegiatan kerja anggota tidak akan terlepas dari loyalitas dan sikap kerja, sehingga dengan demikian anggota tersebut akan selalu

¹⁵ Christopher Lovelock, *Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi Prespektif Indonesia*, (Jakarta : Erlangga, 2010), H. 76

¹⁶ <https://en.wikipedia.org/wiki/Loyalty>, di unduh pada 1 Maret 2020

¹⁷ Ratih Hurriati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen* (Bandung: Alfabeta, 2010), h.129.

melaksanakan pekerjaan dengan baik. Anggota merasakan adanya kesenangan yang mendalam terhadap pekerjaan yang dilakukan.

Loyalitas yaitu pengabdian dan kesetiaan seseorang kepada Negara, gerakan, organisasi, perusahaan atau individu. Loyalitas anggota dalam perusahaan/ lembaga keuangan syariah non Bank yaitu BMT adalah untuk menggambarkan kesediaan seseorang agar senantiasa menggunakan produk BMT secara terus menerus dan merekomendasikanya terhadap orang lain tentang kepuasan produk BMT. Saat ini tugas dan kewajiban BMT tidaklah ringan, mereka dihadapkan pada tuntutan tidak hanya membuat para anggota tertarik, namun juga membuat anggota tersebut menjadi sumber laba bagi perusahaan serta membuat pelanggan setia.

Setiap organisasi pasti menginginkan adanya sikap loyal pada anggota mereka. Pengertian loyalitas anggota sebenarnya tidak jauh berbeda dengan pengertian loyalitas secara umum. Loyalitas anggota, kesetiaan menjadi poin utama yang dapat diberikan anggota kepada organisasi tempatnya bekerja. Sayangnya, pengertian loyalitas anggota kadang masih disalahartikan oleh beberapa orang, baik oleh pihak anggota, pengurus, maupun oleh ketua umum organisasi.¹⁸

Loyalitas adalah sikap positif/baik dari anggota yang timbul karena merasa puas terhadap suatu produk atau jasa dimana mereka akan berkomitmen dengan produk atau jasa tersebut untuk melakukan pembelian ulang dan menggunakan produk dalam jangka panjang.

¹⁸ <https://www.facebook.com/notes/belantara-tara-matjan-kusuma/pentingnya-loyalitas-dankebersamaan-dalam-organisasi-till-death-do-us-part-/10151834679250063/>

Loyalitas adalah komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai di masa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih.¹⁹

Sebelum berbicara lebih jauh mengenai loyalitas, terlebih dahulu harus tahu apa pengertian loyalitas. Loyalitas memiliki kata dasar loyal yang berasal dari bahasa Prancis kuno loial. Menurut Christopher h. Lovelock, pengertian loyalitas adalah *the quality of being loyal dimana loyal didefinisikan sebagai giving or showing firm and constant support or allegiance to a person or institution. Jika diartikan secara bebas, pengertian loyalitas menurut Oxford Dictionary adalah mutu dari sikap setia (loyal).*²⁰

Sedangkan loyal didefinisikan sebagai tindakan memberi atau menunjukkan dukungan dan kepatuhan yang teguh dan konstan kepada seseorang atau institusi. Loyalitas adalah komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai dimasa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih.

Loyalitas merupakan komitmen yang dipegang kuat untuk membeli lagi atau berlangganan terhadap produk atau jasa tertentu dimasa depan

¹⁹ Philip Kotler, dkk., *Manajemen Pemasaran*, h. 138

²⁰ Christopher h. Lovelock, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Indeks, 2005), h. 135.

meskipun ada pengaruh situasi dan usaha pemasaran yang berpotensi menyebabkan peralihan perilaku.²¹

Semakin tinggi loyalitas para anggota di suatu organisasi, maka semakin mudah bagi organisasi itu untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi yang telah ditetapkan sebelumnya oleh pemilik organisasi. Begitu pula sebaliknya, bagi organisasi yang loyalitas para anggotanya rendah, maka semakin sulit bagi organisasi tersebut untuk mencapai tujuan-tujuan organisasinya yang telah ditetapkan sebelumnya oleh para pemilik organisasi. Loyalitas para anggota bukan hanya sekedar kesetiaan fisik atau keberadaannya di dalam organisasi, namun termasuk pikiran, perhatian, gagasan, serta dedikasinya tercurah sepenuhnya kepada organisasi. Saat ini loyalitas para anggota bukan sekedar menjalankan tugas-tugas serta kewajibannya sebagai anggota yang sesuai dengan uraian-uraian tugasnya atau disebut juga dengan job description, melainkan berbuat seoptimal mungkin untuk menghasilkan yang terbaik dari organisasi.

2. Indikator Loyalitas Anggota

Penurunan loyalitas keaktifan sesuai dengan pengertian loyalitas anggota bukan berarti akhir bagi hubungan anggota dan organisasinya. Sebuah organisasi dapat mengatasi penurunan loyalitas keaktifan sesuai dengan pengertian loyalitas anggota dengan mewujudkan harapan-harapan serta memenuhi kebutuhan-kebutuhan para anggota yang sempat

²¹ Philip Kotler dkk, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Indeks 2009), h. 138

terabaikan sebelumnya. Loyalitas tidak mungkin dianggap sebagai sesuatu yang terjadi dengan sendirinya ketika seorang anggota bergabung dalam organisasi.²² Apabila organisasi menginginkan seorang anggota yang loyal, organisasi harus mengupayakan agar anggota menjadi bagian dari organisasi yang merupakan tingkatan lebih tinggi.

Indikator loyalitas anggota adalah sebagai berikut:²³

- a. Melakukan pembelian secara teratur.
- b. Melakukan pembelian di semua lini produk atau jasa.
- c. Merekomendasikan produk lain.
- d. Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing.

Uraian di atas dapat dijelaskan bahwa indikator loyalitas anggota loyalitas mencakup kesediaan untuk tetap bertahan, memiliki produktivitas yang melampaui standard, memiliki perilaku dalam melakukan pembelian secara teratur, melakukan pembelian di semua lini produk atau jasa, merekomendasikan produk lain, menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing.

B. Strategi Funding

1. Pengertian Strategi Funding

Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu guna untuk mencapai sebuah tujuan.

Perumusan strategi merupakan proses penyusunan langkah-langkah

²² Pedersen dan Nysveen, *An Exploratory Study*, 2004

²³ Philip Kotler, 145

kedepan yang dimaksudkan untuk membangun visi dan misi organisasi, menetapkan tujuan strategis dan keuangan perusahaan serta merancang strategi untuk mencapai tujuan tersebut dalam rangka menyediakan nilai pelanggan terbaik.²⁴

Funding atau penghimpunan dana dapat diartikan dana adalah uang tunai dan/atau aktiva lainnya yang segera dapat diuangkan dan yang tersedia atau disisihkan untuk maksud tertentu. Semakin besar dapat menghimpun dana-dana dari masyarakat, akan semakin besar kemungkinan dapat memberikan kredit dan berarti semakin besar lembaga memperoleh pendapatan, sebaliknya semakin kecil dana yang dihimpun semakin kecil pula kredit yang diberikan, maka semakin kecil pula pendapatan.²⁵

Penghimpunan dana adalah kegiatan usaha lembaga keuangan dalam menarik dan mengumpulkan dana-dana dari masyarakat dan menampungnya dalam bentuk simpanan, giro, tabungan, deposito/ surat berharga lainnya.²⁶ Simpanan merupakan dana yang dipercayakan oleh anggota, calon anggota atau koperasi lain dalam bentuk simpanan dan simpanan berjangka.

Strategi funding dapat diartikan sebagai pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan dan eksekusi sebuah aktivitas dalam waktu tertentu untuk menghimpun dana

²⁴ Suad Husnan, *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*, (Yogyakarta:UPP STIM YKPN,2012) h 6

²⁵ Frianto Pandia, *Manajemen Dana dan Kesehatan Bank*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2012), hal.

²⁶ Ibid, h 7

masyarakat dalam bentuk tabungan, deposito dan atau investasi untuk memperoleh manfaat untuk kepentingan perusahaan atau membantu orang lain dengan cara lending (peminjaman) atau kredit.

Manfaat yang diberikan produk dalam interval waktu yang cukup (lebih dari satu tahun) dapat diukur dari jumlah dana yang disimpan oleh anggota, dimana semakin besar dana yang disimpan dalam interval waktu yang semakin lama, menandakan semakin tinggi tingkat loyalitas anggota.²⁷

Penghimpunan dana (funding) diupayakan untuk direncanakan dengan matang, supaya menarik minat masyarakat untuk bergabung dengan BMT. Prinsip utama dari penghimpunan dana pada BMT ini adalah kepercayaan, yang artinya bila masyarakat banyak yang percaya dengan BMT tersebut maka, akan banyak masyarakat yang menaruh dananya pada BMT.

BMT atau koperasi syariah ini pada prinsipnya adalah amanah, maka diharapkan para pegawai atau pengurusnya dari koperasi syariah benar-benar amanah dalam perannya sebagai penyalur dari dana masyarakat yang telah dipercayakan kepada lembaga yang terkait.²⁸ Hal ini dikarenakan faktor internal dapat mempengaruhi loyalitas anggota BMT untuk mengambil keputusan dalam menyimpan dananya oleh karena itu untuk mendapatkan dan mempertahankan anggota yang loyal diperlukan strategi yang tepat.

²⁷ Kasmir, *Dasar – Dasar Perbankan*.(Jakarta: Raja Grafindo Persada,2007), h 70

²⁸ Fitri Nurhatati dan Ika Saniyati Rahmaniyah, *Koperasi Syariah*, (Surakarta: PT. Era Intermedia, 2008), hal. 16

Langkah awal untuk mempertahankan anggota loyal adalah dengan melakukan identifikasi terhadap seluruh anggota yang dimiliki oleh pihak bank khususnya anggota funding bank. Dimana dimensi yang paling menentukan tingkat loyalitas anggota terhadap produk funding perbankan adalah transaction (kebiasaan transaksi) dari anggota.²⁹

Secara sederhana dalam kehidupan sehari – hari kata simpanan dapat juga diartikan dengan nama rekening atau account. Seseorang, perusahaan atau badan hukum yang memiliki simpanan atau rekening berarti memiliki sejumlah uang atau dana yang dipercayakan untuk peningkatan funding adalah upaya dalam segi peningkatan simpanan yang telah ada untuk mencapai suatu target penghimpunan dana. Dalam meningkatkan calon anggota, strategi yang digunakan dalam sebuah lembaga keuangan.³⁰

2. Landasan Hukum Funding

Dana yang dihimpun dari masyarakat akan didistribusikan dalam bentuk pembiayaan, tentunya lembaga keuangan syariah sangat mementingkan pemerataan dan kesejahteraan masyarakat menengah kebawah.³¹ Berdasarkan Alqur'an Surat Az-Zukhruf ayat 32 yaitu:

أَمْ يُرِيدُونَ سِمًا مِّنْ رَّبِّكَ نَحْنُ بِنِ قَسْمِنَا
بِئْسَ مَا كَانُوا يَفْعَلُونَ

²⁹ Kasmir, *Dasar – Dasar Perbankan*, h. 76

³⁰ Kasmir, h 76

³¹ Muhammad Syafi'I Antonio, *Bank syariah dari Teori ke praktik*. (Jakarta: Gema Insani, 2014), h 165

اَلَّذِي نَزَّيْنًا وَرَفَعْنَا بَعْدَ زُجْرِهِمْ فَوْقَ بَعِضِ
 دَرَجَاتٍ لَّا تَرَىٰ فِيهَا عِصْيَانَ ذَا بَعْدَ زُجْرِهِمْ فَوْقَ بَعِضِ
 سُدُورٍ يَرَىٰهَا وَاَرْحَمْتَ رَبُّكَ خَيْرٌ مِّمَّا
 تَحْجَمُونَ ﴿٣٢﴾

*“telah menentukan antara mereka penghidupan mereka dalam kehidupan dunia, dan kami telah meninggikan sebahagian mereka atas sebagian yang lain beberapa derajat, agar sebagian mereka dapat mempergunakan sebagian yang lain. Dan rahmat Tuhanmu lebih baik dari apa yang mereka kumpulkan.”(Q.S. Az-Zukhruf: 32).*³²

Dana pihak ketiga merupakan salah satu sumber dana yang dihimpun dari masyarakat yang akan digunakan oleh bank sebagai modal dalam melakukan pendanaan atau pembiayaan. Pertumbuhan setiap bank sangat dipengaruhi oleh perkembangan kemampuannya menghimpun dana dari masyarakat, baik berskala kecil maupun besar, dengan masa pengendapan yang memadai penghimpunan dana dalam praktik perbankan syariah antara lain sebagai berikut :³³

a. Wadiah

Wadiah adalah penitipan dana antara pihak pemilik dengan pihak penerima titipan yang dipercaya untuk menjaga dana tersebut. Ketentuan hukum mengenai wadiah dapat kita temukan di al-quran, dan hadist.

Ketentuan al-quran mengenai prinsip wadiah terdapat dalam surat An-Nisa' ayat 58 sebagai berikut:

³² Depag RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta: Pustaka Amani, 2011), h. 79

³³ Khotibul Umam, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2016), h. 83

﴿ إِنَّا نَسِئُكَ يَا مَرْكُومَ أَنْ تَكُونَ مُؤَدِّيًا
 إِلَّا مَنَنْتَ إِلَيْنَا أَمْ لَمْ يَأْتِ بِهَا وَإِذَا حَكَمْتَ مُرَبِّينَ
 الْكَافِرِينَ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّا نَسِئُكَ
 اللَّهُ نَزَّاعِيًا عَلَيْهِ مَبْرُؤَاتٍ وَإِنَّا لَنَسِئُكَ
 كَانِ سَمِيعًا بَصِيرًا ﴿٥٨﴾

Artinya: Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. (Q.S. An-Nisa'58)³⁴

Disamping ayat diatas, landasan tentang wadiah juga terdapat dalam surat Al-Baqarah ayat 283 sebagai berikut:

﴿ وَإِن كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا
 كَاتِبًا فَمَا فَرِهْنِمْ قَبْلَ مَوْضِعِ الْفَأْنِ أَمْ
 بَعَضُكُمْ بَعَضًا فَلْيُقِ الْكَافِرِينَ
 أَوْ تُمْنَ مِنْ أَمْنَتِهِ رُوْلِيَّةً سَقِيًّا اللَّهُ سَرِيبَهُ رُفْقًا
 وَلَا تَكْتُمُوا أَلْشَّهَادَةَ وَمَنْ يَكْتُمْهَا
 فَإِنَّهُ رُءَاثِمٌ قَلْبِي لَهُ رُفْقًا وَاللَّهُ سَرِيبٌ مِمَّا
 تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ ﴿٢٨٣﴾

Artinya: Jika kamu dalam perjalanan (dan bermu'amalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, maka

³⁴ Depag RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*

*hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang (oleh yang berpiutang). Akan tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya (Q.S. Al-Baqarah:283).*³⁵

Sedangkan Ketentuan hadist dalam prinsip wadiah adalah hadis Abu daud sebagai berikut: *mpaikanlah (tunaikanlah) amanat kepada yang berhak menerimanya dan jangan membalas khianat kepada orang yang telah mengkhianatimu.*” (HR. Abu Daud, Tirmizi dan Hakim).³⁶

Berdasarkan fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) NO: 01/DSN MUI/IV/2000, menetapkan bahwa giro yang dibenarkan secara syariah, yaitu giro yang berdasarkan prinsip Mudharabah dan wadiah. Demikian juga dengan produk wadiah, dapat dibenarkan berdasarkan fatwa DSN No: 02/DSN-MUI/IV/2000, menyatakan bahwa tabungan yang dibenarkan, yaitu tabungan yang berdasarkan prinsip Mudharabah dan wadiah.³⁷

3. Fungsi Marketing Funding

Fungsi utama funding adalah menghimpun dana masyarakat luas dan menyalurkan dalam bentuk pembiayaan atau kredit (lending). Untuk berbagai tujuan kegiatan penghimpunan dana dari masyarakat, yaitu sebagai berikut:

- a. Untuk mencari anggota (pihak ketiga) yang mempunyai dana lebih agar mau untuk menyimpannya kedalam bank dalam bentuk produk

³⁵ Depag RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*

³⁶ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani, 2001), h. 87

³⁷ Khotibul Umam, *Perbankan Syariah*, h. 91

yang ditawarkan oleh bank itu sendiri. Produk bank yang dimaksud dibagi menjadi 3 kategori yaitu dalam bentuk simpanan tabungan, simpanan giro, dan simpanan deposito.

- b. Memperkenalkan, mempromosikan, memasarkan produk perbankan, dan memperluas jaringan atau relasi antar perbankan atau dengan dunia diluar perbankan itu sendiri.³⁸

Uraian di atas bahwa strategi funding itu sendiri adalah untuk meningkatkan aset bank agar dapat beroperasi dengan lancar dan melayani masyarakat untuk kepentingan bersama. Selain itu tujuan funding adalah memberi layanan kepada masyarakat dalam hal menyimpan uang agar uang yang disimpan dapat dikelola dengan baik oleh bank. Menghimpun dana dari masyarakat yaitu dengan cara menawarkan jenis produk simpanan antara lain giro, tabungan dan deposito.

4. Kegiatan Strategi Funding

Pelaksanaan kegiatan pemasaran, perusahaan mengkombinasikan empat variabel yang sangat mendukung didalam menentukan strategi pemasaran, kombinasi keempat variabel itu dikenal dengan istilah bauran pemasaran (marketing mix), yang terdiri dari produk (product), harga (price), distribusi (place), dan promosi (promotion).

³⁸ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori, h 59*

Marketing mix adalah strategi mengkombinasikan kegiatan–kegiatan marketing, agar tercipta kombinasi maksimal sehingga memunculkan hasil paling memuaskan.³⁹

Kombinasi dari variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran. Dengan kata lain yaitu kumpulan dari variabel yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk dapat mempengaruhi tanggapan anggota.

a. Produk

Kata produk berasal dari bahasa inggris product yang berarti “sesuatu yang diproduksi oleh tenaga kerja atau sejenisnya”. Bentuk kerja dari kata product, yaitu produce, yang berarti untuk memimpin atau membawa sesuatu untuk maju. Dalam penggunaan yang lebih luas produk dapat merujuk pada sebuah barang atau unit, sekelompok produk yang sama, sekelompok barang dan jasa, atau sebuah pengelompokan industri untuk barang dan jasa.⁴⁰

Secara konseptual, produk adalah pemahaman subyektif dari produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar.

³⁹ Alma, Buchari, *Manajemen Pemasaran dan pemasaran jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2005), h 97

⁴⁰ Deliyanti, Oentoro, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: LaksBang PRESSindo, 2012), h. 111

Jadi pada dasarnya produk merupakan sebuah benda atau pelayanan yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen, baik itu kebutuhan primer maupun sekunder. Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan keinginan pasar yang bersangkutan.

Secara konseptual, produk adalah pemahaman subyektif dari produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas serta daya beli pasar.⁴¹

Produk adalah segala sesuatu yang dapat diberikan kepada seseorang guna memuaskan suatu kebutuhan dan keinginan. Produk tersebut berupa suatu benda, jasa, kegiatan, orang, tempat dan organisasi/gagasan. Keputusan tentang produk ini mencakup penentuan bentuk penawaran secara fisik, mereknya, kemasannya, garansi dan layanan purna jual. Pengembangan produk dapat dilakukan setelah menganalisis kebutuhan dan keinginan pasar adalah setiap apa saja yang bisa ditawarkan dipasar untuk mendapatkan perhatian, permintaan, pemakaian konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan. Produk tidak hanya selalu berupa barang tetapi bisa juga berupa jasa ataupun gabungan dari keduanya (barang dan jasa).

b. Harga

⁴¹ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta, Andi, 1999), h. 95

Harga sebagai salah satu unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. Harga bersifat fleksibel, artinya dapat diubah dengan cepat, sehingga mempengaruhi omzet pengambilan keputusan pembelian dan penjualan suatu perusahaan.

Harga berkenaan dengan kebijakan strategis dan taktis seperti tingkat harga, tingkat diskon, syarat pembayaran, dan tingkat diskriminasi harga diantara berbagai kelompok pelanggan. Harga menggambarkan besarnya rupiah yang harus dikeluarkan seorang konsumen untuk memperoleh satu buah produk dan hendaknya harga akan dapat dijangkau oleh konsumen.⁴²

Harga yaitu sejumlah uang yang dibutuhkan dan digunakan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya. Harga merupakan alat ukur yang dinyatakan dalam bentuk uang untuk mendapatkan atau memiliki suatu barang atau jasa. Harga jual merupakan satusatunya unsur dari bauran pemasaran yang menghasilkan pengambilan keputusan pembelian, sedangkan unsur lainnya menunjukkan biaya.

Harga sangat berhubungan dengan nilai dasar dari persepsi konsumen berdasarkan dari keseluruhan unsur bauran ritel dalam menciptakan suatu gambaran dan pengalaman bertransaksi. Tingkat

⁴² Muhamad Jaiz, *Dasar-Dasar Periklanan*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014),h.,40

harga pada suatu toko dapat memengaruhi cara berfikir konsumen terhadap unsur lain dari bauran ritel⁴³.

Contohnya tingkat harga sering kali dianggap dapat mencerminkan kualitas dari barang dagangan dan pelayanan yang diberikan, sehingga akhirnya mempengaruhi konsumen menentukan pilihannya untuk berbelanja. Harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Setelah produk yang diproduksi siap untuk dipasarkan, maka perusahaan menentukan harga dari produk tersebut.

c. Tempat

Tempat disebut dengan saluran distribusi, saluran dimana produk tersebut sampai kepada anggota. Saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan produk tersebut dari produsen sampai ke anggota atau industri pemakai.

d. Promosi

Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran, yaitu aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.⁴⁴

⁴³ Deliyanti, Oentoro, *Manajemen Pemasaran Modern*, h. 311

⁴⁴ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, h. 219

Promosi adalah salah satu unsur dalam bauran pemasaran yang tidak dapat diabaikan dalam suatu proses pengambilan keputusan pembelian. Dalam usaha menunjang pengambilan keputusan pembelian suatu produk dan memperkenalkannya kepada orang lain atau konsumen, serta menarik konsumen untuk membeli produk, maka diperlukan suatu usaha untuk mempromosikan produk tersebut.⁴⁵

Uraian di atas informasi dan persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran Promo Dengan komunikasi pemasaran aktivitas yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/ membujuk, atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

5. Produk Funding

Menurut Undang-Undang Nomor 21 tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah yang diantaranya membahas aturan dan ketentuan manajemen operasional perbankan yaitu simpanan berdasarkan akad wadiah atau investasi dana berdasarkan akad mudharabah atau akad lainnya yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu yang disepakati,

⁴⁵ Sumarni, Murti dan John Soeprihanto, *Pengantar Bisnis Dasar Ekonomi Perusahaan*, (Bandung: Angkasa, 2008), H. 116

tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet dan giro atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.⁴⁶

Syarat di sesuai dengan perjanjian atau kesepakatan yang telah dibuat antara bank dan sipenabung, misalnya dalam hal frekuensi penarikan, apakah 2 kali seminggu atau setiap hari atau seminggu setiap saat. Sesuai dengan perjanjian sebelumnya antara bank dan anggota. Kemudian hal saran penarikan juga tergantung dengan perjanjian antara keduanya, alat yang dimaksud sebagai penarikan tabungan adalah:

a. Buku Tabungan

Kepada setiap penabung biasanya diberikan buku tabungan didalam buku tabungan berisi catatan saldo tabungan, penarikan, penyeteroran dan beban-beban yang mungkin terjadi. Buku ini digunakan pada saat penarikan, sehingga langsung dapat mengurangi saldo yang ada di buku tabungan, diantaranya:

1) Slip Penarikan

Merupakan formulir penarikan dimana anggota cukup menulis nama, nomor rekening, jumlah uang serta tanda tangan anggota untuk menarik sejumlah uang. Slip penarikan biasanya digunakan bersama dengan buku tabungan.

2) Kwitansi

Merupakan formulir penarikan dan juga merupakan bukti penarikan yang dikeluarkan oleh bank fungsinya sama dengan slip

⁴⁶ Undang-Undang perbankan Nomor 21 tahun 2008

penarikan. Didalam kwitansi ini tertulis nama penarik, alat ini juga dapat digunakan bersamaan dengan buku tabungan.

3) Kartu yang dibuat dari plastic

Yaitu sejenis kartu kredit yang terbuat dari plastik yang dapat digunakan untuk menarik sejumlah uang dari tabungan, baik yang ada di bank maupun di mesin automated teller machine (ATM), bagi bank yang menyediakan penarikan ini.⁴⁷

Sedangkan berdasarkan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang perubahan atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang perbankan, yang dimaksud dengan tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, Sesuai dengan perjanjian sebelumnya antara bank dan anggota tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro dan alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.

Adapun yang dimaksud dengan tabungan syariah adalah tabungan yang dijalankan berdasarkan prinsip-prinsip /syariah. Dalam hal ini. Dewan Syariah Nasional telah mngeluarkan fatwa yang menyatakan bahwa tabungan yang dibenarkan adalah tabungan yang berdasarkan prinsip wadia'ah dan mudharabah.⁴⁸

b. Deposito

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun Perbankan, yang

⁴⁷ John Soeprihanto, *Pengantar Bisnis Dasar*, h. 93

⁴⁸ Adiwarmanto Karim, *Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan* (Jakarta:Rajawali Pers 2013), h. 229

dimaksud dengan deposito berjangka adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu-waktu tertentu menurut perjanjian antara penyimpan dan bank.

Adapun yang dimaksud dengan deposito syariah adalah deposito yang dijalankan berdasarkan prinsip syariah. Dalam hal ini, Dewan Syariah Nasional MUI telah mengeluarkan fatwa yang menyatakan bahwa deposito yang dibenarkan adalah deposito yang berdasarkan prinsip mudharabah.⁴⁹

Uraian di atas bahwa saat ini dalam dunia perbankan, banyak menawarkan jenis tabungan untuk menarik masyarakat agar membuka tabungan di bank tersebut. Salah satu jenis tabungan yang ditawarkan kepada anggota apabila anggota mempunyai uang yang cukup besar tanpa khawatir akan simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu-waktu diincar para penjahar, maka sekarang bank memberikan fasilitas penyimpanan uang dalam bentuk Deposito-Deposito banyak diminati oleh para pengusaha dan pemilik uang kerana mempunyai bebrapa kelebihan dari pada cara penyimpanan uang yang lain, seperti tabungan, giro, kliring, dan lain sebagainya.

Tidak seperti jenis simpanan lainnya, deposito penyimpanan dan pengambilannya ditentukan oleh waktu yang telah disepakati, baik 1, 3, 6, 12 dan 24 bulan, sehingga menguntungkan bagi pihak bank untuk mengelola simpanan anggota tersebut dalam jangka panjang,

⁴⁹ Adiwarmar Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqh dan Keuangan*. (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), h. 277

sedangkan bagi anggota, deposito menawarkan pembagian keuntungan dengan suku bunga yang cukup tinggi disbanding dengan simpanan lainnya dalam sistem perbankan.⁵⁰

Prosedur pembukaan rekening deposito adalah sebagai berikut:

- 1) Anggota datang ke bank yang dipercaya agar menjamin uang deposan agar tidak akan hilang.
- 2) Anggota mengisi formulir aplikasi yang berisi tentang nominal simpanan jangka waktu yang anggota pilih. Dalam pelaksanaannya, simpanan deposan ditulis dalam bentuk surat pernyataan yang dibubuhi materai, sehingga mempunyai kekuatan hukum.
- 3) Menyerahkan fotocopy KTP atau identitas anggota untuk dicatat, baik nama, alamat dan pekerjaan. Untuk perorangan menyerahkan fotocopy KTP/ SIM/ PASPOR/ Identitas lainnya bagi yang berhak atas deposito tersebut. Menyerahkan NPWP, TDP, SIUP, Akte Perusahaan dan ligelitas lainnya.⁵¹
- 4) Proses terakhir adalah penyetoran. Proses Ini merupakan akhir dari proses menjadi deposan suatu bank. Dengan menyetor nominal tersebut, anggota resmi menjadi deposan bank tersebut. Setelah menjadi deposan (yang memegang simpanan deposito) maka bank:
 - (a). (satu) lembar asli untuk deposan, bermaterai dan ditandatangani oleh pejabat bank yang bersangkutan
 - 2) 1 (satu) lembar

⁵⁰ Sigit Trihartono *Tanya jawab Masalah Perbankan; Menjawab Tuntas Segala Problem Permasalahan Bank*. Solo : Aneka 1995), h. 92

⁵¹ Kasmir. *Dasar-dasar Perbankan*. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2002. 62

untuk Bank Indonesia sebagai penagih premi (subsidi bunga) dari Bank Indonesia.

(b). (satu) lembar bukti pembukuan (bersama formulir).1 (satu) lembar untuk pelunasan. Macam-macam deposito yang dikenal sebagai berikut:

(1). Time Deposit

Time Deposit atau lebih dikenal dengan istilah “deposito berjangka”, yaitu deposito yang terikat oleh waktu yang telah ditentukan. Apabila waktu yang ditentukan habis, maka deposan dapat menarik simpanan deposito berjangka itu dari bank atau sebaliknya memperpanjang simpanan deposito berjangka itu dengan suatu periode tertentu yang diinginkan.

Sedangkan apabila anggota atau anggota apabila menarik deposito tidak sesuai akad yang disetujui biasanya bank mengenakan potongan sesuai dengan ketentuan yang diberlakukan oleh suatu bank ataupun BMT.⁵²

Deposito yang diterbitkan menurut jangka waktu tertentu, jangka waktu deposito biasanya bervariasi mulai dari 1, 3, 6, 12, 18 sampai dengan 24 bulan.⁵³ Deposito berjangka ini diterbitkan atas nama baik lembaga maupun perorangan, dan biasanya untuk menarik deposan bank

⁵² Kasmir. *Dasar-dasar Perbankan*, 67

⁵³ Sigit Trihartono *Tanya jawab Masalah Perbankan*, 93

biasanya menyediakan berbagai insentif atau bonus untuk menarik anggota agar membuka rekening.

(2). Deposit on call

Deposit on call adalah uang simpanan tetap berada di Bank selama belum dibutuhkan oleh pemiliknya (penyimpan). Apabila penyimpan uang itu menarik simpanannya, maka terlebih dahulu harus memberitahukan kepada pihak bank. Masa pemberitahuan kepada bank iytu dilakukan adalah tergantung kepada akad yang diadakan antara (deposan) dengan pihak bank (ada yang setahun, dua bulan dan sebagainya) deposit on call biasa dikenal dengan sebutan deposito harian.

Dalam prakteknya, deposito on call ini pengambilannya berdasarkan pemberitahuan terlebih dahulu oleh anggota yang bersangkutan dengan kesepakatan perjanjian tenggang pengambilan yang telah disepakati bersama. Misalnya 1 (satu) hari sebelum pengambilan harus sudah memberitahukan terlebih dahulu ke pihak bank.

(3). Deposito Automatic Roll Over

Jika deposito sudah jatuh tempo, tetapi pinjaman pokok belum diuangkan berarti uang anda dapat menganggur tanpa bunga, uang dapat secara otomatis

diperhitungkan bunganya begitu jangka deposito habis. Uang anda akan diberi bunga dan uang tidak pernah menganggur seandainya anda lupa menarik deposito yang sudah jatuh tempo.

(4).Demand Deposit

Demand Deposit (rekening koran giro) adalah penyimpan dapat menyimpan atau menarik dananya pada atau dari bank setiap saat yang dikehendaki tanpa dikenakan pemotongan seperti deposito berjangka.

c. Giro

Menurut Undang-Undang perbankan Nomor 10 tahun 1998 tanggal 10 november 1998 adalah simpanan yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, srana perintah pembayaran lainnya atau dengan cara pemindah bukuan.⁵⁴

Dapat ditarik setiap saat maksudnya, bahwa uang yang sudah disimpan direkening giro tersebut dapat ditarik berkali-kali dalam sehari, dengan catatan dana yang masih tersedia mencukupi. Kemudian juga harus memenuhi persyaratan lain yang ditetapkan oleh bank bersangkutan seperti keabsahan alat penarikannya.

Sedangkan menurut Islam Giro adalah giro yang dijalankan berdasarkan akad wadiah, yakni titipan murni yang setiap saat dapat diambil jika pemiliknya menghendaki. Dalam konsep wadiah yad al-

⁵⁴ Kasmir. *Dasar-dasar Perbankan*, h. 50

dhamanah, pihak yang menerima titipan boleh menggunakan atau memanfaatkan uang atau barang yang dititipkan.⁵⁵

Kemudian pengertian penarikan adalah pengambilan sejumlah uang dari rekening giro sehingga menyebabkan rekening giro berkurang jumlahnya. Penarikan uang yang ada di rekening dapat ditarik secara tunai maupun ditarik secara non tunai (pemindah bukuan). Penarikan secara tunai adalah dengan menggunakan cek dan penarikan non tunai adalah dengan menggunakan bilyet giro (BG).

Pengertian cek adalah surat perintah tanpa syarat dari anggota kepada bank yang memelihara rekening giro anggota tersebut, untuk membayar sejumlah uang kepada pihak yang disebutkan didalam cek atau kepada pembawa cek. Pengertian bilyet giro (BG) adalah surat perintah dari anggota kepada bank yang memelihara rekening giro anggota tersebut untuk memindahbukuan sejumlah uang dari rekening.

C. Baitul Maal wa Tamwil (BMT)

1. Pengertian Baitul Mal Wa Tamwil

BMT merupakan kependekan dari Baitul Mal wa Tamwil atau dapat juga ditulis dengan baitul tamwil. Secara harfiah atau lughowi berarti rumah dana dan baitul tamwil berarti rumah usaha. Baitul Maal dikembangkan berdasarkan sejarah perkembangannya, yakni dari masa nabi sampai abad pertengahan perkembangan Islam, dimana baitul maal

⁵⁵ Adiwarman Karim. *Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan*. (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), h. 265

berfungsi untuk mengumpulkan sekaligus mentsyarufkan dana sosial. Sedangkan baitul tamwil merupakan lembaga bisnis yang bermotif laba.⁵⁶

Baitul Maal wa Tamwil (BMT) merupakan lembaga keuangan mikro berbasis syariah (Islam). Keberadaan baitul maal wa tamwil (BMT) sebagai salah satu perintis lembaga keuangan dengan prinsip syariah di Indonesia. Konsep awal BMT di mulai dari tesis syar'iyah, "Dapatkan konsep Maal dan Tamwil digabungkan menjadi satu?", satu sama lain saling melengkapi. Maal yang diambil dari ZIS dijadikan pengaman pembiayaan bagi 8 golongan yang berhak menerima Zakat (ashnaf). Singkatnya, dana ZIS digunakan sebagai dana produktif.

Sedangkan Tamwil, murni bisnis yang hitungannya dan akadnya jelas, kewajiban dan hak-haknya jelas dan yang digunakan dalam prosesnya secara bisnis murni. Nama resmi yang digunakan pemerintah untuk koperasi yang bergerak di bidang keuangan syariah adalah Koperasi Jasa Keuangan Syariah disingkat KJKS. Namun, istilah BMT masih populer di kalangan praktisi dan masyarakat Indonesia.⁵⁷

Baitul Mal wal Tamwil merupakan pengembangan ekonomi berbasis masjid sebagai sarana untuk memakmurkan masjid.⁵⁸ Baitu Mal Wal Tamwil adalah lembaga keuangan non bank yang beroperasi berdasarkan

⁵⁶ Ridwan, Manajemen Baitul Maal wa Tamwil (BMT)...h.126

⁵⁷ https://id.wikipedia.org/wiki/Baitul_Maal_wa_Tamwil di unduh pada 11 Maret 2020

⁵⁸ Karnaen A. Perwataatmadja, *Membumikan Ekonomi Islam Di Indonesia*, (Depok: Usaha kami) h.17

syariah dengan prinsip bagi hasil, yang didirikan oleh dan untuk masyarakat di suatu tempat atau daerah.⁵⁹

Baitul Mal wa Tamwil (BMT) adalah lembaga keuangan mikro yang dioperasikan dengan prinsip bagi hasil, menumbuh kembangkan bisnis usaha mikro dan kecil dalam rangka mengangkat derajat dan martabat serta membela kepentingan kaum fakir miskin.

Baitul Mal wat Tamwil atau BMT adalah lembaga keuangan mikro yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah yang memiliki fungsi untuk memberdayakan ekonomi umat, dan memiliki fungsi sosial dengan turut pula sebagai institusi yang mengelola dana zakat, infak, dan sedekah sehingga institusi Baitul Mal wat Tamwil atau BMT memiliki peran yang penting dalam memberdayakan ekonomi umat.⁶⁰

Dapat dipahami Baitu Mal Wal Tamwil (BMT) yaitu lembaga keuangan mikro yang berbasis syariah dan merupakan lembaga keuangan syariah non bank yang beroperasi berdasarkan syariah dengan prinsip bagi hasil dan mempunyai tugas menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan dana kepada masyarakat. BMT berhak melakukan kegiatan ekonomi, seperti perdagangan, industry dan pertanian dan harapanya dapat mengangkat derajat dan martabat dan mensejahterakan umat.

BMT beroperasi dalam usaha kecil atau mikro. Dari pengertian tersebut dapatlah ditarik suatu pengertian yang menyeluruh bahwa BMT merupakan organisasi bisnis yang juga berperan sosial sebagai lembaga

⁵⁹ Azyumardi Azra, *Berdema Untuk Semua*, (Jakarta:PT.Mizan Publika, 2003) h. 236

⁶⁰ M. Nur Rianto Al Arif, *Lembaga Keuangan Syariah*, (Bandung, CV Pustaka Setia, 2012) H. 317.

bisnis, BMT lebih mengembangkan usahanya pada sektor keuangan, yakni simpan pinjam. Pada dataran hukum di Indonesia, badan hukum yang paling mungkin untuk BMT adalah koperasi

2. Dasar Hukum Baitul Mal Wa Tamwil

Baitul Maal wat Tamwil adalah lembaga keuangan dengan konsep syariah yang lahir sebagai pilihan yang menggabungkan konsep *maal* dan *tamwil* dalam satu kegiatan lembaga. Kehadiran BMT untuk menyerap aspirasi masyarakat muslim di tengah kegelisahan kegiatan ekonomi dengan prinsip riba, sekaligus sebagai *supporting funding* untuk mengembangkan kegiatan pemberdayaan usaha kecil dan menengah. Kehadiran lembaga keuangan mikro syariah yang bernama *Baitul Maal wa Tamwil* (BMT) dirasakan telah membawa manfaat finansil bagi masyarakat, terutama masyarakat kecil yang tidak *bankable* dan menolak riba, karena berorientasi pada ekonomi kerakyatan.

Kehadiran BMT di satu sisi menjalankan misi ekonomi syariah dan di sisi lain mengemban tugas ekonomi kerakyatan dengan meningkatkan ekonomi mikro, itulah sebabnya perkembangan BMT sangat pesat di tengah perkembangan lembaga keuangan mikro konvensional lainnya.⁶¹ Keimanan juga menjadi landasan atas keyakinan untuk tumbuh dan berkembang, keterpaduan mengisyaratkan adanya harapan untuk mencapai sukses dunia dan akhirat juga keselarasan antara sisi sosial dan bisnis.

⁶¹ Novita Dewi Masyithoh, *Analisis Normatif Undang-Undang No. 1 Tahun 2013 Tentang Lembaga Keuangan Mikro (Lkm) Atas Status Badan Hukum Dan Pengawasan Baitul Maal Wat Tamwil (BMT)*, Volume V/Edisi 2/Oktober 2014, h.18

Keluargaan dan kebersamaan berarti upaya untuk mencapai kesuksesan tersebut diraih secara bersama. Berarti BMT tidak dapat hidup hanya dengan bergantung pada uluran tangan pemerintah tetapi harus berkembang dari meningkatnya partisipasi anggota dan masyarakat, untuk itulah pola pengelolaannya harus profesional.⁶²

Karakteristik dari BMT yang khusus ini menimbulkan masalah tersendiri karena belum ada peraturan khusus yang mengatur sehingga banyak peraturan umum yang harus dipatuhi BMT, tergantung pada bentuk badan hukum yang dipilih. filosofis kegiatan BMT terdapat dalam beberapa surat di dalam Al-Qur'an dan hadist di antaranya adalah: Surat Al-Baqarah ayat 275:

اَلَّذِيْنَ يَأْكُلْ اٰكْلًا مِّنْ اٰثَرِ اٰبَوٰٓءِ اٰلِهٖٓ
 يَاقَوْمِ اٰلِهٖٓ اٰكْلًا مِّنْ اٰثَرِ اٰبَوٰٓءِ اٰلِهٖٓ
 اَلَّذِيْنَ يَطْنُ اٰثَرًا مِّنْ اٰثَرِ اٰبَوٰٓءِ اٰلِهٖٓ
 قَالَ اٰلِهٖٓ اٰثَرًا مِّنْ اٰثَرِ اٰبَوٰٓءِ اٰلِهٖٓ
 اَلَّذِيْنَ يَبُوٓءُ اٰثَرًا مِّنْ اٰثَرِ اٰبَوٰٓءِ اٰلِهٖٓ
 اَلَّذِيْنَ يَبُوٓءُ اٰثَرًا مِّنْ اٰثَرِ اٰبَوٰٓءِ اٰلِهٖٓ
 رَّبِّ اٰلِهٖٓ اٰثَرًا مِّنْ اٰثَرِ اٰبَوٰٓءِ اٰلِهٖٓ

⁶² Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil (BMT)*, (Yogyakarta: UII Press, 2004), h.126

اَللّٰهُ سَّطٰنٌ وَمَنْ عَادَ فَاَوْ لَدَيْ سَيْتٰنِكْ اَصْحٰبٌ
 اَلذُّرَّارِ هُمْ فِيْهَا خٰلِدُوْنَ ﴿٢٧٥﴾

Artinya: Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya”.⁶³

Dilanjutkan dalam Surat Al-Baqarah ayat 279 :

فَاِنْ لَّمْ تَفْعَلُوْا فَاْذُنُوْا بِحَرْبٍ مِّنْ
 اَللّٰهِ وَرَسُوْلِهِ ؕ وَاِنْ تَابْتُمْ فَلَكُمْ
 رِءُوسُ اُمُوْالِكُمْ لَا تَظْلِمُوْنَ وَلَا
 تَظْلَمُوْنَ ﴿٢٧٩﴾

Artinya: Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), maka ketahuilah, bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangimu. Dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba), maka bagimu pokok hartamu; kamu tidak menganiaya dan tidak (pula) dianiaya.⁶⁴

Dan dijelaskan juga dalam Surat At-Taubah ayat 103 :

خُذْ مِنْ اَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً
 تُطَهِّرُ رُءُوسَهُمْ وَيَذْكُرُ بِهَا وَصَلٰ

⁶³ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: CV. Diponegoro, 2005),

⁶⁴ Ibid,h.

عَلَيْهِمْ سَمِعَ عَالِمٌ
 إِذَا صَلَّوْا تَكَسَّكَنَ هُمُومًا وَوَاللَّهِ سَمِعَ

Artinya: *Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka dan mendoalah untuk mereka. Sesungguhnya doa kamu itu (menjadi) ketenteraman jiwa bagi mereka. Dan Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui.*⁶⁵

Hadist Ahmad bab Musnad Said bin Zaid, no 1564

عَنْ سَعِيدِ بْنِ زَيْدٍ عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَنَّهُ قَالَ مِنْ أَرْبَى الرَّبَا
 الْإِسْتِطَالَةُ فِي عَرَضٍ مُسْلِمٍ بغيرِ حَقٍّ وَإِنَّ هَذِهِ الرَّحِمَ شَجِنَةٌ مِنَ الرَّحْمَنِ
 فَمَنْ قَطَعَهَا حَرَّمَ اللَّهُ عَلَيْهِ الْجَنَّةَ

Artinya : *Dari Sa'id bin Zaid dari Nabi shallallahu 'alaihi wasallam, bahwa beliau bersabda: "Sesungguhnya riba yang paling buruk adalah merusak kehormatan seorang muslim tanpa hak, dan sesungguhnya rahim dijalinan oleh Ar Rahman, barangsiapa yang memutuskannya niscaya Allah mengharamkan baginya surga."* (Ahmad, bab Musnad Said bin Zaid, no 1564).

BMT berdasarkan Pancasila dan UUD 1945 serta berlandaskan prinsip syariah Islam, keimanan, keterpaduan (*kaffah*), kekeluargaan atau koperasi, kebersamaan, kemandirian dan profesional. Dengan demikian keberadaan BMT menjadi organisai yang syah dan legal. Sebagai lembaga keuangan syariah, BMT harus berpegang teguh pada prinsip-prinsip syariah. Keimanan menjadi landasan atas keyakinan untuk tumbuh dan berkembang.⁶⁶

⁶⁵ Ibid., h. 47

⁶⁶ Novita Dewi Masyithoh, *Analisis Normatif* , h. 76

Keterpaduan mengisyaratkan adanya harapan untuk mencapai sukses di dunia dan akhirat juga keterpaduan antara sisi *maal* dan *tamwil* (sosial dan bisnis). Kekeluargaan dan kebersamaan berarti upaya untuk mencapai kesuksesan tersebut diarahkan secara bersama. Kemandirian berarti BMT tidak dapat hidup hanya dengan bergantung pada uluran tangan pemerintah, tetapi harus berkembang dari meningkatnya partisipasi anggota dan masyarakat, untuk itulah pola pengelolaannya harus profesional

Kemudian dalam badan hukum BMT di Indonesia sendiri belum ditemui, sehingga BMT dengan badan hukum koperasi untuk dapat memperoleh izin usaha dari Kementerian Koperasi dan UKM dan termasuk ke dalam KJKS atau Unit JKS Koperasi. Hal ini berdasarkan Keputusan Menteri Koperasi dan UKM Nomor 91/Kep/M.KUKM/IX/2004 tentang Petunjuk Pelaksanaan Kegiatan Usaha Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS). BMT berbadan hukum koperasi dapat bergerak di bidang pembiayaan, investasi, dan simpanan sesuai prinsip syariah.

Kegiatan usaha KJKS dan UJKS Koperasi meliputi kegiatan penarikan dana dan penyaluran kembali dana tersebut dalam bentuk pembiayaan/piutang. Selain itu KJKS dan UJKS Koperasi dapat pula menjalankan kegiatan '*maal*' atau kegiatan pengumpulan dan penyaluran dana zakat, infaq dan *sodaqoh* (ZIS). Dengan kata lain KJKS dan UJKS Koperasi ini memiliki sifat yang serupa dengan BMT. Sebagai lembaga

keuangan syariah, KJKS atau BMT harus menjaga kredibilitas dan kepercayaan pada khususnya dan masyarakat luas pada umumnya.⁶⁷

Unit Jasa Keuangan Syariah (UJKS) adalah unit koperasi yang bergerak dibidang usaha pembiayaan investasi dan simpanan dengan pola bagi hasil (syariah) sebagai bagian dari kegiatan koperasi yang bersangkutan. Membahas tentang payung hukum BMT itu merupakan permasalahan yang ada pada BMT.⁶⁸

Karena belum ada satu pun lembaga yang paling berwenang untuk melakukan studi kelayakan pendirian BMT dan sekaligus merekomendasi atau tidak merekomendasikan pendirian BMT. Sehingga payung hukum BMT sama dengan koperasi yaitu:

- a. UU No.25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian.
- b. PP No.4 Tahun 1994 tentang Pesyaratan dan Tata Cara Pengesahan Akta Pendirian dan Perubahan Anggaran Dasar Koperasi.
- c. Peraturan Menteri No. 01 Tahun 2006, yaitu tentang Pertunjuk Pelaksanaan Pembentukan, Pengesahan Akta Pendirian dan Perubahan Anggaran Dasar Koperasi.⁶⁹

Melekatnya terminologi syariah pada keberadaan BMT mengisyaratkan bahwa kehadiran BMT secara otomatis telah memasyarakatkan konsep ekonomi Islam pada tempat di mana ia berada. Kerangka dasar dari lembaga keuangan Islam sendiri merupakan

⁶⁷ Tita Novitasari, *Peran Otoritas Jasa Keuangan dalam Pengawasan Lembaga Baitul Maal wa Tamwil (BMT): Studi Kasus BMT Global Insani*, Vol. 2 No. 1 2019 (*Jurnal Hukum*), H.125.

⁶⁸ Tita Novitasari, *Peran Otoritas Jasa Keuangan*,

⁶⁹ UU No.25 Tahun 1992

serangkaian aturan main yang secara keseluruhan berdasarkan syariah, yang mengatur bidang ekonomi, sosial, politik dan aspek budaya pada masyarakat Islam.

Sehingga prinsip yang dijalankan BMT tidak terlepas dari hukum Islam, prinsip dalam lembaga keuangan yaitu :

- a. Melarang adanya bunga (interest);
- b. Pembagian resiko (risk sharing);
- c. Uang sebagai modal potensial;
- d. Melarang adanya unsur spekulatif;
- e. Kebenaran dari sebuah kontrak; dan
- f. Melakukan aktifitas sesuai syariah.⁷⁰

Sehingga dapat dipahami dari badan hukum yang dijelaskan diatas bahwa pada dataran hukum Indonesia badan hukum yang paling bisa digunakan untuk BMT adalah koperasi. “BMT berasaskan Pancasila dan UUD 1945 serta berlandaskan prinsip syariah Islam, keimanan, keterpaduan (kaffah), kekeluargaan/ koperasi, kebersamaan, kemandirian, dan profesionalisme”. Dengan demikian dengan adanya BMT menjadi organisasi legal sebagai lembaga keuangan syariah, BMT harus berpegang teguh pada prinsip-prinsip syariah.

3. Jenis-jenis Kegiatan Usaha Baitul Mal Wa Tamwil

Oprasionalnya BMT dapat menjalankan berbagai jenis kegiatan usaha baik yang berhubungan dengan keuangan maupun *non-keuangan*.

⁷⁰ Fauzi Arif Lubis, *Peranan Bmt Dalam Pemberdayaan Ekonomi Nasabah*, (Jurnal : HUMAN FALAH: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, Vol. 3, No. 2 : 2016.) h. 275

Penerapan sistem keuangan syariah sebagai wujud dari sistem ekonomi Islam itu sendiri pada BMT bisa dilihat melalui pelayanan yang disediakan. Pelayanan yang disediakan BMT secara umum bisa dikategorikan kepada tiga, yaitu: sistem jual beli, sistem bagi hasil dan sistem jasa. Masing layanan tersebut bisa dijelaskan sebagai berikut

a. Sistem jual beli terdiri dari:

- 1) *Bait bitsaman ajil*, merupakan penjualan barang kepada anggota dengan mengambil keuntungan (margin) yang diketahui dan disepakati bersama, pembayaran dilakukan dengan cara mengangsur;
- 2) *Murabahah*, merupakan penjualan barang kepada anggota dengan mengambil keuntungan (margin) yang diketahui yang diketahui dan disepakati bersama dan disepakati bersama, pembayaran dilakukan dengan cara jatuh tempo.
- 3) *bai as salam*, merupakan penjualan hasil produksi (komoditi) yang terlebih dahulu dipesan anggota dengan kriteria tertentu yang sudah umum, anggota harus membayar uang muka kemudian barang dikirim belakangan (setelah jadi);
- 4) *Istishna*, penjualan hasil produksi (komoditi) pesanan yang didasarkan kriteria tertentu (yang tidak umum) yang diketahui dan disepakati bersama anggota boleh membayar pesanan ketika masih dalam proses pembuatan/setelah barang itu jadi dengan cara sekaligus/mengangsur;

5) *ijarah*, merupakan pembelian suatu barang yang dilakukan dengan cara sewa terlebih dahulu setelah masa sewa habis maka anggota membeli barang sewa tersebut.⁷¹

b. Sistem bagi hasil, terdiri dari:

1) *Musyarakah*, merupakan kerjasama penyertaan modal dan masing-masing menentukan jumlahnya sesuai kesepakatan bersama yang digunakan untuk mengelola suatu usaha/proyek tertentu;

2) *Mudharabah*, merupakan pemberian modal kepada anggota yang mempunyai skill untuk mengelola usaha/proyek yang dimilikinya, pembagian bagi hasil usaha ditentukan berdasarkan kesepakatan.

c. Sistem jasa, terdiri atas:

1) *Qardh*, merupakan pemberian pinjaman untuk kebutuhan mendesak dan bukan bersifat konsumtif, pengembalian pinjaman sesuai dengan jumlah yang ditentukan dengan cara angsur atau tunai;

2) *Al wakalah*, merupakan pemberian untuk melaksanakan urusan dengan batas kewenangan dan waktu tertentu, penerima kuasa mendapat imbalan yang ditentukan dan disepakati bersama;

3) *Al hawalah*, merupakan penerimaan pengalihan utang/piutang dari pihak lain untuk kebutuhan mendesak dan bukan bersifat konsumtif, BMT sebagai penerima pengalihan hutang/piutang akan mendapatkan imbalan dari pengaturan (management fee);⁷²

⁷¹ *Ibid*, h

⁷² *Ibid*

- 4) *Rahn*, merupakan pinjaman dengan cara menggadaikan barang sebagai jaminan utang dengan membayar jatuh tempo, ongkos dan biaya penyimpanan barang (marhum) ditanggung oleh penggadai (rahin), barang jaminan adalah milik sendiri (rahin), untuk itu hendaknya rahin bersedia mengisi surat pernyataan kepemilikan;
- 5) *kafalah*, merupakan pemberian garansi kepada anggota yang akan mendapatkan pembiayaan (pelaksanaan suatu usaha/proyek) dari pihak lain, BMT mendapatkan imbalan dari anggota sesuai dengan kesepakatan bersama.⁷³

⁷³ Ibid, h. 277

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Sifat dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian *mixed methods*, Creswell dalam buku sugiyono menyatakan bahwa “ *mixed methods research is an approach to inquiry that combines or associated both qualitative quantitative from reaserch*”. Metode kombinasi adalah pendekatan penelitian yang menggabungkan atau menghubungkan metode penelitian kualitatif dan kuantitatif.⁷⁴ Penelitian ini menyajikan hasil penelitian dengan angka-angka untuk melihat bagaimana Variable Peningkatan Loyalitas Anggota BMT UGP Wonogiri Melalui Strategi Funding. Serta menggunakan diskripsi analisis karena peneliti bertujuan untuk menggambarkan kondisi variable Peningkatan Loyalitas Anggota BMT UGP Wonogiri Melalui Strategi Funding.

Peneliti menggunakan Metode Penelitian Kombinasi model urutan penemuan analisis kuantitatif dan kualitatif (*Sequential Explanatory*). Pada metode ini menggabungkan metode penelitian kuantitatif dan kualitatif secara berurutan, dimana pada tahap pertama penelitian dilakukan dengan metode kuantitatif untuk mengumpulkan data kuantitatif yang dapat terukur yang dapat bersifat deskriptif, komparatif dan asosiasif, kemudian pada tahap kedua penelitian menggunakan metode kualitatif

⁷⁴ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (*Mixed Methods*), (Cet.IV,; Bandung, Alfabeta, 2013), h 19

untuk membuktikan, memperdalam, memperluas, memperlemah dan menggugurkan data kuantitatif yang telah diperoleh pada tahap pertama.⁷⁵

Penelitian ini bersifat penelitian kombinasi. Penelitian kombinasi (*mixed methods*) adalah suatu metode penelitian yang mengkombinasikan atau menggabungkan antara metode kuantitatif dan metode kualitatif untuk digunakan secara bersama-sama dalam suatu kegiatan penelitian, sehingga diperoleh data yang lebih komprehensif, valid, reliable dan obyektif.⁷⁶

Jenis penelitian ini termasuk dalam penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang dilakukan dilapangan dalam kancah yang sebenarnya. Penelitian ini bertujuan untuk mempelajari secara intensif tentang latar belakang keadaan sekarang dan intraksi lingkungan suatu unit sosial masyarakat.⁷⁷ Penelitian lapangan adalah penelitian dengan prosedur penelitian yang menggali data dari lapangan untuk kemudian dicermati dan disimpulkan.⁷⁸ Lokasi penelitian ini di BMT UGP Wonogiri Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur.

B. Sumber Data Penelitian

Berdasarkan sumber data dalam penelitian ini dapat dibagi menjadi dua kelompok, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer adalah data langsung yang memberikan data kepada pengumpulan data atau data pokok dalam penelitian sedangkan sumber

⁷⁵ *Ibid.*, 415

⁷⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2017), h. 404

⁷⁷ Sumadi Suryabrata, *Metode penelitian*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014), 80

⁷⁸ Suhmsimi Arikunto, *Prosedur Penelitisan Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), h. 56

data sekunder adalah data tidak langsung yang digunakan sebagai data pendukung dalam penelitian.⁷⁹ Adapun penjelasan sumber data penelitian ini sebagai berikut:

1. Sumber Data Primer merupakan data yang diperoleh dari responden terdiri dari anggota funding dan karyawan BMT UGP Wonogiri Pekalongan
2. Sumber Data Sekunder merupakan data data tidak langsung sebagai pendukung penelitian seperti arsip-arsip BMT UGP Wonogiri Pekalongan, buku-buku, jurnal ilmiah dan semua informasi yang berkaitan dengan penelitian.

C. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan dan kemudian diseleksi menjadi sample untuk penelitian ini.⁸⁰ Anggota keseluruhan BMT UGP Wonogiri dari tahun 2017 sampai dengan tahun 2020 beranggotakan 2018 orang namun dalam penelitian ini populasi penelitian dikerucutkan untuk anggota funding di tahun 2020 yang berjumlah 144 orang dan karyawan yang dijadikan sampel 2 orang oleh karena itu populasi dalam penelitian ini berjumlah 146 populasi yang terdiri dari anggota funding dan karyawan BMT UGP Wonogiri Kecamatan Pekalongan.

⁷⁹ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif dan R dan D, Bandung: Alfabeta, 2009, h 225

⁸⁰ Ibid, 227

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan teknik *random sampling* dengan menggunakan rumus *slovin*. *Random sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.⁸¹

Besarnya sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan rumus *Slovin* sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + (N \cdot e^2)}$$

dimana:

n = Jumlah elemen / anggota sampel

N = Jumlah elemen / anggota populasi

e = Error level (tingkat kesalahan) (catatan: umumnya digunakan 1 % atau 0,01, 5 % atau 0,05, dan 10 % atau 0,1) (catatan dapat dipilih oleh peneliti).

Populasi yang terdapat dalam penelitian ini berjumlah 144 anggota BMT UGP Wonogiri dan presisi yang ditetapkan atau tingkat signifikansi 10% atau 0,1, maka besarnya sampel pada penelitian ini adalah:

$$n = \frac{N}{1 + (N \cdot e^2)}$$

$$n = \frac{144}{1 + (144 \cdot 0,1^2)}$$

$$n = \frac{144}{1 + (1,44)}$$

⁸¹ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*, h. 63

$$n = \frac{144}{2,44}$$

$n = 59,01$ dibulatkan menjadi 59 sampel

Berdasarkan hitungan dengan menggunakan slovin di atas Maka sampel yang digunakan yaitu 59 responden dari 144 populasi anggota funding BMT UGP Wonogiri. kemudian teknik sampling dengan teknik *probability sampling* yaitu teknik pengambilan sample yang memberikan peluang yang sama bagi setiap populasi untuk dipilih menjadi sample.⁸²

D. Teknik Pengumpulan Data Penelitian

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala psikologis yang berisi tentang peningkatan loyalitas anggota melalui strategi funding di BMT Untuk Gerakan Perubahan Wonogiri. Skala peningkatan loyalitas anggota yang akan digunakan untuk mengukur tinggi rendahnya proses komitmen dan proses eksplorasi pada anggota.⁸³

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam metode penelitian ini adalah Kuesioner. Kuesioner adalah suatu teknik pengumpulan informasi yang memungkinkan analisis mempelajari sikap-sikap, keyakinan, prilaku dan karakteristik beberapa orang utama didalam organisasinya, yang biasa dipengaruhi.⁸⁴ Responden dalam penelitian ini adalah anggota faunding BMT UGP Wonogiri yang menjadi nasabah berjumlah 59 sample yang diambil dari populasi. Kuesioner yang diisi

⁸² Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*, cet. 28, (Bandung: Alfabeta, 2017), h. 62

⁸³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, 289

⁸⁴ Sofyan Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*. (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), 44

memuat mengenai poin-poin penting tentang peningkatan loyalitas anggota melalui strategi funding untuk memperoleh informasi selanjutnya menggunakan metode *library research* yaitu metode pengumpulan data dengan menggunakan berbagai *literatur review*, serta melakukan wawancara yang dilakukan secara khusus terhadap beberapa responden dengan menyiapkan daftar pertanyaan terstruktur sehingga diketahui kondisi peningkatan loyalitas anggota melalui strategi funding.

E. Teknik Pengelolaan Data Penelitian

Pengelolaan data untuk penelitian ini dengan pendekatan kuantitatif yaitu suatu proses dalam memperoleh data ringkasan dengan menggunakan cara-cara atau rumusan tertentu yang kemudian didiskripsikan dengan pendekatan kualitatif yaitu suatu diskripsi berdasarkan perbandingan data-data yang berkaitan dengan penelitian.⁸⁵

Pengelolaan data meliputi kegiatan yaitu:⁸⁶

1. *Editing* yaitu proses pengecekan atau pemeriksaan data yang telah berhasil dikumpulkan dari lapangan, karena ada kemungkinan data yang telah masuk tidak memenuhi syarat atau tidak dibutuhkan
2. *Codeting* yaitu kegiatan pemberian kode tertentu pada tiap-tiap data yang termasuk kategori yang sama, kode adalah isyarat yang dibuat dalam bentuk angka-angka atau huruf untuk membedakan antara data atau identitas data yang akan dianalisis.

⁸⁵ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, h. 240

⁸⁶ Sofyan Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*, h. 223

3. Tabulasi yaitu proses penempatan data ke dalam bentuk table yangtelah diberi kode sesuai dengan kebutuhan analisis, tabel-tabel yang dibuat sebaiknya mampu meringkas agar memudahkan proses analisis data.

F. Analisis Data Penelitian

Analisa data yang digunakan “untuk menguji dalam hubungannya dengan keperluan pengujian hipotesis penelitian”⁸⁷ Adapun tujuan analisa data sebagaimana pendapat ahli bahwa “Hal itu ditunjukkan untuk membuat pencandraan secara sistematis, faktual dan aktual tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau suatu daerah tertentu”.⁸⁸

Penelitian ini menggunakan teknik analisa sebagai berikut:

- 1....Analisis diskriptif, digunakan untuk mendiskripsikan atau memberikan gambaran terhadap objek yang diteliti.⁸⁹
- 2....Metode analisis SPSS (*Statistic Package for Social Science*) alat analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis yang telah dikemukakan mengenai peningkatan loyalitas anggota BMT UGP Wonogiri melalui strategi funding.⁹⁰
- 3....Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk satu variable bebas (*independent*) dan satu variable tak bebas (*dependent*).⁹¹ Tujuan penerapan metode ini adalah untuk meramalkan atau memprekdisi

⁸⁷ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. h. 273

⁸⁸ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, h. 108

⁸⁹ Syaifuddin Azwar, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Pusaka Pelajar, 2001), h.

⁹⁰ <https://www.advernesia.com/blog/spss/pengertian-spss-statistika/> diakses tanggal 04 agustus 2021

⁹¹ Sofyan Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian kuantitatif*, h.379

besaran nilai variable tak bebas (*dependent*) yang dipengaruhi oleh variable bebas (*independent*). Regresi linear dihitung dengan rumus:

$$Y = \alpha + \mathbf{b} \cdot X$$

Keterangan :

Y : Variable terikat (Peningkatan Loyalitas)

X : Variable bebas (Strategi Funding)

α dan \mathbf{b} : Konstanta

4....Uji Validasi dan Uji Reabilitas Instrumen Penelitian (Angket)

a....Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan dan kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Dalam penelitian ini menggunakan *content validity* yang dapat menggambarkan kesesuaian sebuah pengukuran data dengan apa yang diukur.⁹² Jika suatu indikator mempunyaikolerasi antara skor masing-masing indikator terhadap skor total (skor variabel konstruk) dengan menggunakan rumus *person product moment* maka dikatakan indikator tersebut valid.

b....Uji Reabilitas Instrumen adalah alat untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variable. Suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban pertanyaan adalah

⁹² Augusty Ferdinand, *Metode Penelitian Manajemen* (Badan penerbit universitas diponegoro: semarang, 2006), h 65

konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengukuran reliabelitas dalam penelitian ini dilakukan dengan cara *one shot* atau pengukuran sekali saja. Di penelitian ini pengukuran hanyasekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur reliabilitas dengan uji statistik cronbach alpa (α) suatu variable dikatakan reliable jika cronbach alpa (α) $\geq 0,6$.⁹³

5....Uji Persial (Uji t), untuk menentukan koefisien spesifik yang mana yang tidak sama dengan nol, uji tambahan diperlukan yaitu dengan menggunakan uji t. Uji t statistik pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variable independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Dasar pengambilan keputusan adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi, yaitu:

a....Apabila angka probabilitas signifikan $\geq 0,05$, maka H_0 diterima H_a ditolak.

b....Apabila angka probabilitas signifikan $\leq 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.⁹⁴

Pengolahan data untuk penelitian dengan pendekatan kuantitatif menggunakan pengelolaan data meliputi kegiatan yaitu *Editing* yaitu proses pengecekan atau pemeriksaan data yang telah berhasil dikumpulkan dari lapangan, karena ada kemungkinan data yang telah masuk tidak memenuhi syarat atau tidak dibutuhkan. *Codeting* yaitu

⁹³ Imam Ghozali, Aplikasi Analisis Multivariable Dengan Program SPSS (Semarang : Badan Penerbit UNDIP, Semarang, 2005), h 70

⁹⁴ Ibid, h 89

kegiatan pemberian kode tertentu pada tiap-tiap data yang termasuk kategori yang sama, kode adalah isyarat yang dibuat dalam bentuk angka-angka atau huruf untuk membedakan antara data atau identitas data yang akan dianalisis. *Tabulasi* yaitu proses penempatan data ke dalam bentuk table yangtelah diberi kode sesuai dengan kebutuhan analisis, tabel-tabel yang dibuat sebaiknya mampu meringkas agar memudahkan proses analisis data.⁹⁵

⁹⁵ Sofyan Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*, h. 223

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Singkat BMT Untuk Gerakan Perubahan Wonogiri

Koperasi BMT Untuk Gerakan Perubahan Wonogiri berdiri pada tanggal 10 November 2013 melalui rapat pendiri yang dilaksanakan di kantor Koperasi UGP WONOGIRI yang dihadiri oleh 32 anggota pendiri dari 46 anggota. Pada tanggal 30 November 2013 Koperasi UGP Wonogiri resmi berdiri melalui SK Menteri Negara Koperasi Dan Usaha Kecil Dan Menengah Republik Indonesia dengan Badan Hukum nomor : 21/BH/X.7/X1/2013.⁹⁶

Koperasi BMT Untuk Gerakan Perubahan Wonogiri didirikan atas inisiasi 7 anggota berspesifikasi keilmuan ekonomi syariah dari Perguruan Tinggi Negeri STAIN Jurai Siwo Metro, dan didukung oleh pemerintah daerah, dosen, guru, pengusaha, tokoh pemuda dan masyarakat.⁹⁷

Didirikan sebagai alternatif dan solusi bagi masyarakat yang terjebak pada sistem ribawi (bunga) agar beralih pada sistem ekonomi berkeadilan dengan bagi hasil sesuai syariah, pentingnya geliat seruan kembali kepada ekonomi islam, serta pemberdayaan dan pengembangan Unit Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) pada sektor riil dunia usaha.⁹⁸

⁹⁶ Profil BMT UGP Wonogiri Tahun 2021

⁹⁷ Ibid,

⁹⁸ Ibid,

Dengan kondisi tersebut 7 orang pendiri sepakat untuk membentuk Koperasi dengan pola syariah sebagai mediator unit surplus dan unit deficit financial sehingga sirkulasi keuangan dalam masyarakat terjaga dan saling mendapatkan manfaat satu dengan lainnya dengan kaidah-kaidah syariah.

Spirit “Solusi Keuangan Anda” Koperasi UGP Wonogiri alhamdulillah sudah mendapat banyak kepercayaan dari masyarakat dan berbagai pihak. Masyarakat tidak saja merasa puas secara muamalah, namun juga merasa puas secara batiniyah dengan pelayanan dan produk-produk yang kami berikan menggunakan sistem non ribawi.⁹⁹

Hal ini dibuktikan dengan semakin meningkatnya jumlah anggota penabung dan pembiayaan yang memberikan kepercayaannya kepada Koperasi UGP Wonogiri. Terhitung sedikitnya lebih dari 750 anggota 12 agustus 2014 bergabung bersama kami, semoga kedepan kepercayaan masyarakat begitu besar dapat senantiasa kami fasilitasi dengan optimal.¹⁰⁰

Usaha Koperasi BMT Untuk Gerakan Perubahan menjalankan usahanya yaitu Jasa Keuangan Syariah dengan system bagi hasil dan masa angsuran yang relatif bervariasi. Untuk anggota Koperasi BMT Wonogiri pada umumnya para pengusaha dan menengah yang terdiri dari : pedagang pasar, pertanian, warung, counter, jasa dan lainnya.

2. Visi, Misi dan Tujuan BMT Untuk Gerakan Perubahan Wonogiri
 - a. Visi

Membangun dan mengembangkan kegiatan ekonomi masyarakat yang berbasis syariah”.

⁹⁹ Ibid

¹⁰⁰ Data BMT UGP Wonogiri Tahun 2021

b. Misi

- 1) Memberikan pelayanan yang terbaik (*service excellence*) sesuai prinsip syariah
- 2) Menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam kegiatan ekonomi
- 3) Memperdayakan pengusaha mikro berbasis syariah
- 4) Memperkuat permodalan dan memperluas pasar
- 5) Memperkuat kelembagaan dan memperluas jaringan kerja
- 6) Menghimpun dan menyalurkan Zakat, Infak dan Shadakah (ZIS)

c. Tujuan

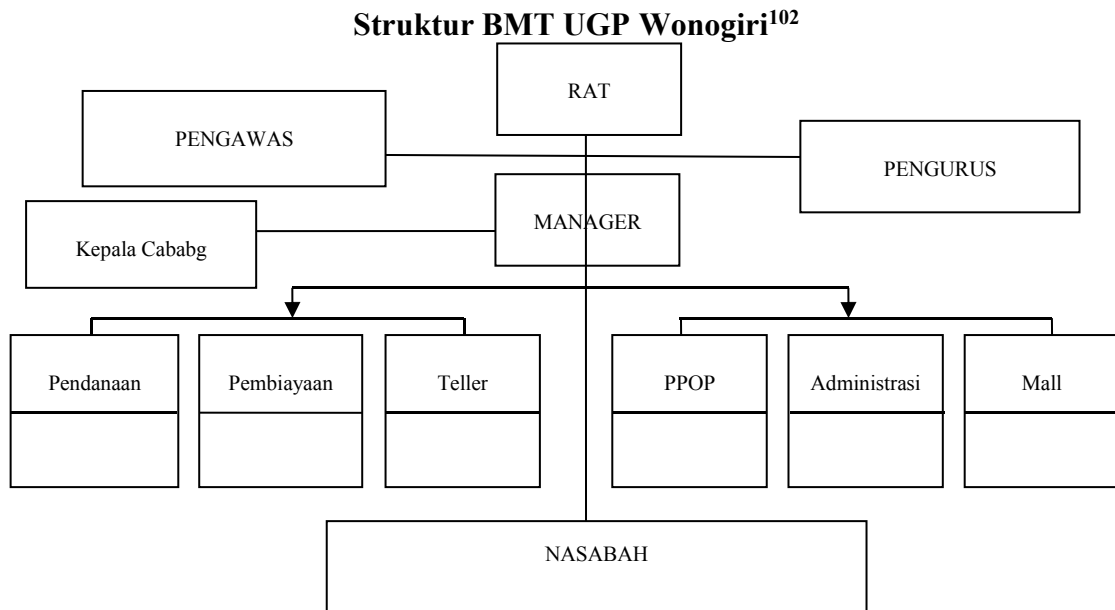
- 1) Untuk meningkatkan pendapatan anggota melalui pembiayaan usaha produktif
- 2) Menumbuhkan usaha-usaha baru yang potensial melalui pola pendampingan.
- 3) Menjalankan kegiatan usaha jual beli dan jasa melalui pembiayaan sesuai dengan prinsip syariah.
- 4) Memberikan manfaat bagi anggota maupun pengelola.
- 5) Menjadi mediator bagi masyarakat yang mampu terhadap masyarakat yang membutuhkan¹⁰¹

3. Struktur Organisasi BMT Untuk Gerakan Perubahan Wonogiri

¹⁰¹ Ibid

Jumlah penduduk yang banyak menandakan bahwa adanya faktor adanya BMT, Adapun struktur organisasi atau kepengurusan BMT UGM Wonogiri dapat dilihat sebagaimana gambar atau bagan di bawah ini:

Gambar 4.1.



4. Tugas-Tugas Staf / Karyawan BMT Untuk Gerakan Perubahan Wonogiri

a. Tugas Ketua

- 1) Memimpin, mengkoordinir, mengawasi pelaksanaan anggota penguruslainnya dan Manager KSPPS UGP Wonogiri.
- 2) Memimpin rapat anggota / serta anggota tahunan dan atas nama pengurus memberikan laporan pertanggung jawaban kepada rapat anggota / rapat anggota tahunan tersebut.
- 3) Memelihara kerukunan di antara anggota dan mencegah segala hal yang menyebabkan segala perselisihan.

¹⁰² Ibid

- 4) Melaksanakan segala perbuatan hukum untuk dan atas nama Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KSPPS) BMT UGP Wonogiri mewakili Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS).
- 5) Memberikan keputusan terakhir di segala bidang dalam kepengurusan KSPPS dengan memperhatikan usul dan saran pertimbangan dari pemegang fungsi, yaitu sekretaris dan bendahara, keputusan di ambil dengan musyawarah dan mufakat.
- 6) Bertanggung jawab penuh terhadap KSPPS BMT UGP Wonogiri.

b. Tugas Sekretaris

- 1) Bersama Ketua, memimpin, mengkoordinir, mengawasi pelaksanaan anggota pengurus lainnya dan Manager serta karyawan KSPPS BMT UGP Wonogiri.
- 2) Menyelenggarakan dan memelihara buku-buku organisasi.
- 3) Menyelenggarakan memelihara arsip buku, keputusan-keputusan rapat anggota, rapat pengurus, keluar / masuk pada bidangnya.
- 4) Memelihara tata kerja, merencanakan peraturan khusus ketentuan.
- 5) Menyusun laporan-laporan BMT Untuk Gerakan Perubahan Wonogiri untuk kepentingan rapat anggota pejabat sesuai ketentuan yang berlaku.
- 6) Merencanakan kegiatan operasional, meliputi program-program pendidikan / penyuluhan kegiatan social lainnya.
- 7) Bersama Ketua mengusahakan surat-surat / buku-buku keputusan rapat, notulen rapat surat lainnya menyangkut tugas Sekretaris

8) Bertanggung jawab dalam bidang administrasi / tata usaha KSPPS kepada Ketua.¹⁰³

c. Tugas Bendahara

- 1) Bersama Ketua, Sekretaris, memimpin, mengkoordinir, mengawasi pelaksanaan anggota pengurus lainnya dan Manager serta Karyawan BMT Untuk Gerakan Perubahan Wonogiri.
- 2) Merencanakan anggaran belanja dan pendapatan KSPPS.
- 3) Memelihara harta kekayaan KSPPS.
- 4) Mengatur pengeluaran uang kas agar tidak melampaui anggaran belanja yang telah di tetapkan.
- 5) Memberikan / mempersiapkan data dan informasi di bidangnya dalam rangka pembuatan laporan keuangan BMT UGP Wonogiri kepada Ketua baik untuk kepentingan rapat anggota.
- 6) Membimbing dan mengarahkan Manager dalam pekerjaan, penyelenggaraan administrasi uang dan barang secara tertib dan teratur sesuai dengan sistem yang di anut.
- 7) Mengaudit / mengadakan pengecekan secara langsung terhadap jumlah uang kas dan persediaan barang untuk diuji kebenarannya dengan catatan yang ada.
- 8) Mengambil langkah-langkah pengamanan tertentu untuk mencegah timbulnya kerugian

¹⁰³ Ibid

- 9) Bertanggung jawab kepada Ketua mengenai bidang keuangan dan administrasi serta harta karyawan KSPPS sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan.¹⁰⁴

d. Wewenang Manager

- 1) Mengelola KSPPS UGP Wonogiri
- 2) Mengawasi operasional / tata kerja pegawai
- 3) Mengarahkan seluruh kegiatan
- 4) Mendidik dan melatih pegawai
- 5) Melaksanakan kegiatan yang diterima dari pengurus
- 6) Melakukan pembagian tugas secara jelas dan tegas mengenai bidang pelaksanaan usaha KSPPS UGP Wonogiri.¹⁰⁵

e. Tugas Manager

- 1) Mengawasi kegiatan operasional yang dilaksanakan oleh karyawan
- 2) Memberikan saran dan pendapat kepada pengurus
- 3) Mempertanggungjawabkan seluruh kegiatan operasional KSPPS UGP Wonogiri.
- 4) Memberikan peringatan kepada pengurus
- 5) Melakukan penilaian bersama terhadap kebijaksanaan yang telah diambil
- 6) Mentaati segala ketentuan yang diatur dalam anggaran dasar dan anggaran dasar rumah tangga, keputusan rapat anggota, kontrak

¹⁰⁴ Ibid

¹⁰⁵ Ibid

kerja dan ketentuan lainnya yang berlaku pada KSPPS UGP Wonogiri yang berkaitan dengan pekerjaannya.

7) Membuat laporan tentang kegiatan operasional KSPPS UGP Wonogiri kepada pengurus.

f. Tugas Kasir

1) Menyiapkan bukti-bukti yang lengkap sehubungan dengan penerimaan dan pengeluaran uang kas sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan

2) Menerima dan menyiapkan serta melakukan pembayaran atas perintah/persetujuan manager, serta bertanggung jawab

3) Memberikan laporan saldo kas kepada manager menurut ketentuan yang telah ditetapkan.

4) Membantu secara langsung kegiatan pelaksanaan usaha KSPPS UGP Wonogiri.

5) Bertanggung jawab terhadap operasional keuangan.¹⁰⁶

g. Tugas Juru Buku / Pembukuan

1) Meneliti kelengkapan / kebenaran bukti-bukti pembukuan

2) Melaksanakan pembukuan sesuai dengan prosedur dan sistem yang telah ditetapkan, berdasarkan bukti pembukuan lengkap dan sah

3) Menyimpan dan memelihara semua dokumen dan menyiapkan data-data keuangan yang berupa laporan neraca dan perhitungan laba rugi yang lengkap dengan lampirannya.

¹⁰⁶ Ibid

- 4) Membantu secara langsung kegiatan dan membuat laporan kegiatan mengenai bidang dan pelaksanaan usaha KSPPS UGP Wonogiri bersama kasir kepada manager.
 - 5) Bertanggung jawab terhadap operasional pembukuan.
- h. Tugas Pembiayaan / Account Officer
- 1) Melaksanakan kebijakan pengurus KSPPS UGP Wonogiri yang telah disepakati
 - 2) Bertanggung jawab terhadap landing dan funding dana syariah KSPPS UGP Wonogiri.
 - 3) Membuat laporan operasional di lapangan kepada manager.
 - 4) Membantu langsung kegiatan pelaksanaan KSPPS UGP Wonogiri.
 - 5) Bertanggung jawab terhadap operasional KSPPS UGP Wonogiri di lapangan, misal: kemacetan dll.
- i. Tugas Dewan Syariah
- 1) Melakukan pengawasan terhadap pelaksanaan kebijaksanaan dan pengelolaan BMT Untuk Gerakan Perubahan Wonogiri.
 - 2) Mengaudit keuangan, meneliti catatan pembukuan pada KSPPS UGP Wonogiri.
 - 3) Memberikan koreksi, saran, teguran, peringatan kepada pengurus.
 - 4) Merahasiakan hasil pengawasannya terhadap pihak ke tiga¹⁰⁷

¹⁰⁷ Ibid

5. Produk-produk yang ditawarkan:

BMT Untuk Gerakan Perubahan Wonogiri Produk Pembiayaan yaitu sebagai berikut:

a. Pembiayaan Murabahah

Murabahah adalah jual beli barang pada harga asal (pokok) dengan tambahan keuntungan (margin) yang disepakati oleh kedua belah pihak. Cara pembayarannya dapat dilakukan jangka waktu yang disepakati bersama dengan jatuh tempo angsuran (bai bi tsaman ajil).

b. Pembiayaan Mudharabah

Mudharabah adalah akad kerja sama usaha atau perniagaan antara pihak pemilik dana (sohibul mal) sebagai pihak yang menyediakan modal dana sebesar 100 % dengan pihak pengelola modal (mudhorib), untuk diusahakan dengan porsi keuntungan akan dibagi bersama (nisbah) sesuai dengan kesepakatan di muka dari kedua belah pihak, sedangkan kerugian ditanggung pemilik modal kecuali pengelola misalnya penyelewengan kecurangan penyalahgunaan dana.

c. Pembiayaan Musyarokah

Musyarokah adalah bentuk akad kerjasama perniagaan antara beberapa pemilik modal untuk penyertaan modalnya dalam suatu usaha, dimana masing-masing pihak mempunyai hak untuk ikut serta dalam pelaksanaan manajemen usaha tersebut.

d. Piutang Ijarah

Piutang ijarah adalah kepemilikan hak atas manfaat dari penggunaan sebuah asset sebagai ganti dari pembayaran.

e. Pembiayaan Qordhul Hasan

Qordhul hasan adalah pembiayaan melalui pinjaman harta kepada orang tertentu tanpa mengharapkan imbalan. Dalam literature fiqh, qordhul hasan dikategorikan akad tathowu yakni akad saling membantu dan bukan transaksi komersial.

B. Analisis Diskriptif Penelitian

1....Karakteristik Identitas Responden

Data karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-Laki	22	37%
2	Perempuan	37	63%
Total		59	100%

Sumber: Data Kuesioner yang diolah tahun 2021

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa responden dalam penelitian ini sebanyak 59 orang yang terdiri dari laki-laki dan perempuan. Responden yang berjenis kelamin laki laki sebanyak 22 orang atau 37% dan responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 37 orang atau 63%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar anggota funding pada BMT UGP Wonogiri yaitu berjenis kelamin perempuan.

2.. Diskripsi Tanggapan Responden

Kisi-kisi kuesioner tentang peningkatan loyalitas anggota melalui strategi funding di BMT UGP Wonogiri Pekalongan Lampung Timur masing-masing pernyataan tersebut terdapat lima pilihan yang menyatakan proses peningkatan loyalitas anggota melalui strategi funding di BMT UGP Wonogiri Pekalongan Lampung Timur. Kategori jawaban peningkatan loyalitas anggota melalui strategi funding di BMT UGP Wonogiri adalah:

Tabel 4.2
Kategori Jawaban Skala Peningkatan loyalitas anggota

Pernyataan Positif (+)	Nilai	Pernyataan Negatif (-)	Nilai
Sangat Setuju (SS)	5	Sangat Setuju (SS)	1
Setuju (S)	4	Setuju (S)	2
Kurang Setuju (KS)	3	Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2	Tidak Setuju (TS)	4
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	Sangat Tidak Setuju (STS)	5

a....Variabel Strategi Funding (X)

Tabel 4.3 tanggapan responden variabel strategi funding
BMT UGP Wonogiri

PF1 : Dalam hal tidak bisa ke kantor pihak BMT bersedia jemput bola

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	4	6,8	6,8	6,8
	STS	8	13,6	13,6	20,3
	TS	15	25,4	25,4	45,8
	KS	16	27,1	27,1	72,9
	S	8	13,6	13,6	86,4
	SS	8	13,6	13,6	100,0
	Total	59	100,0	100,0	

PF2 : hubungan komunikasi yang baik selalu ditanamkan pihak BMT kepada saya

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	4	6,8	6,8	6,8
	TS	2	3,4	3,4	10,2
	KS	10	16,9	16,9	27,1
	S	39	66,1	66,1	93,2
	SS	4	6,8	6,8	100,0
	Total	59	100,0	100,0	

PF3 : saya menabung kapan saja dan dimana saja dalam jumlah yang tidak diberikan batas minimal

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	4	6,8	6,8	6,8
	TS	1	1,7	1,7	8,5
	KS	8	13,6	13,6	22,0
	S	34	57,6	57,6	79,7
	SS	12	20,3	20,3	100,0
	Total	59	100,0	100,0	

PF4 : bagi hasil yang besar membuat saya tetap menggunakan BMT UGP Wonogiri Pekalongan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	4	6,8	6,8	6,8
	KS	5	8,5	8,5	15,3
	S	42	71,2	71,2	86,4
	SS	8	13,6	13,6	100,0
	Total	59	100,0	100,0	

PF5 : BMT UGP Wonogiri Pekalongan dengan santun dan sabar memberikan sebuah pengetahuan dan arahan yang saya belum ketahui akan produknya

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
--	--	-----------	---------	---------------	--------------------

Valid	STS	4	6,8	6,8	6,8
	KS	8	13,6	13,6	20,3
	S	39	66,1	66,1	86,4
	SS	8	13,6	13,6	100,0
	Total	59	100,0	100,0	

PF6 : pelayanan BMT UGP Wonogiri Pekalongan sangat responsive sehingga terjadi hubungan yang baik pada anggotanya

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	4	6,8	6,8	6,8
	KS	2	3,4	3,4	10,2
	S	46	78,0	78,0	88,1
	SS	7	11,9	11,9	100,0
	Total	59	100,0	100,0	

PF7 : saya menggunakan BMTUGP Wonogiri karena ada hadiah dan bonusnya

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	6	10,2	10,2	10,2
	S	39	66,1	66,1	76,3
	SS	14	23,7	23,7	100,0
	Total	59	100,0	100,0	

PF8 : BMT UGP Wonogiri bertempat di pinggir jalan sehingga memudahkan akses saya

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	4	6,8	6,8	6,8
	TS	2	3,4	3,4	10,2
	KS	5	8,5	8,5	18,6
	S	39	66,1	66,1	84,7
	SS	9	15,3	15,3	100,0
	Total	59	100,0	100,0	

PF9 : banyak produk yang ditawarkan yang menguntungkan saya

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	4	6,8	6,8	6,8
	TS	4	6,8	6,8	13,6
	KS	9	15,3	15,3	28,8
	S	31	52,5	52,5	81,4
	SS	11	18,6	18,6	100,0
	Total	59	100,0	100,0	

PF10 : saya menggunakan BMT UGP Wonogiri karena ada kemudahan dalam informasi yang diberikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	8	13,6	13,6	13,6
	KS	4	6,8	6,8	20,3
	S	43	72,9	72,9	93,2
	SS	4	6,8	6,8	100,0
	Total	59	100,0	100,0	

Sumber : data kuesioner yang diolah 2020

b....Variabel peningkatan loyalitas anggota (Y)

Tabel 4.4 tanggapan responden variabel peningkatan loyalitas anggota

PL1 : saya menggunakan BMT UGP Wonogiri karena produknya sesuai dengan kebutuhan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	3	5,1	5,1	5,1
	STS	15	25,4	25,4	30,5
	TS	13	22,0	22,0	52,5
	KS	11	18,6	18,6	71,2
	S	9	15,3	15,3	86,4
	SS	8	13,6	13,6	100,0
	Total	59	100,0	100,0	

PL2 : saya menggunakan BMT UGP Wonogiri karena ada kemudahan dalam menabung

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	4	6,8	6,8	6,8
	TS	2	3,4	3,4	10,2
	KS	10	16,9	16,9	27,1
	S	39	66,1	66,1	93,2
	SS	4	6,8	6,8	100,0
	Total	59	100,0	100,0	

PL3 : saya merasa puas dengan pelayanan di BMT UGP Wonogiri

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	4	6,8	6,8	6,8
	KS	2	3,4	3,4	10,2
	S	46	78,0	78,0	88,1
	SS	7	11,9	11,9	100,0
	Total	59	100,0	100,0	

PL4 : meskipun ada produk dan harga yang sama pada BMT lain saya tetap memilih BMT UGP Wonogiri karena aman

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	4	6,8	6,8	6,8
	KS	5	8,5	8,5	15,3
	S	42	71,2	71,2	86,4
	SS	8	13,6	13,6	100,0
	Total	59	100,0	100,0	

PL5 : sayamenggunakan BMT UGP Wonogiri karena ada kemudahan dalam pengambilan dana tabungan saya tanpa kesulitan dalam pencairan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	4	6,8	6,8	6,8
	KS	8	13,6	13,6	20,3

S	39	66,1	66,1	86,4
SS	8	13,6	13,6	100,0
Total	59	100,0	100,0	

PL6 : saya menggunakan BMT UGP Wonogiri karena ada kemudahan dalam pelayanan dan transaksi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	4	6,8	6,8	6,8
	KS	2	3,4	3,4	10,2
	S	46	78,0	78,0	88,1
	SS	7	11,9	11,9	100,0
	Total	59	100,0	100,0	

PL7 : saya menggunakan BMT UGP Wonogiri karena fasilitas yang diberikan BMT UGP Wonogiri baik seperti perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	6	10,2	10,2	10,2
	S	39	66,1	66,1	76,3
	SS	14	23,7	23,7	100,0
	Total	59	100,0	100,0	

PL8 : saya menjadi tidak ragu dengan BMT UGP Wonogiri karena memiliki pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki BMT

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	1	1,7	1,7	1,7
	STS	13	22,0	22,0	23,7
	TS	19	32,2	32,2	55,9
	KS	16	27,1	27,1	83,1
	S	4	6,8	6,8	89,8

SS	6	10,2	10,2	100,0
Total	59	100,0	100,0	

PL9 : BMT UGP Wonogiri memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid STS	4	6,8	6,8	6,8
TS	4	6,8	6,8	13,6
KS	9	15,3	15,3	28,8
S	31	52,5	52,5	81,4
SS	11	18,6	18,6	100,0
Total	59	100,0	100,0	

PL10 : saya menggunakan BMT UGP Wonogiri karena kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid STS	8	13,6	13,6	13,6
KS	4	6,8	6,8	20,3
S	43	72,9	72,9	93,2
SS	4	6,8	6,8	100,0
Total	59	100,0	100,0	

Sumber : data kuesioner yang diolah 2020

Berdasarkan tabel tanggapan responden variabel X, Y di atas memperlihatkan bahwa 59 responden rata-rata menjawab “setuju” dengan adanya strategi funding digunakan untuk peningkatan loyalitas anggota BMT

UGP Wonogiri karena dengan begitu anggota merasa diperhatikan dalam hal pelayanan yang dimiliki BMT UGP Wonogiri.

C. Analisis Penelitian Kuantitatif

1. Uji Validitas

Uji validitas akan menguji masing-masing variable yang digunakan dalam penelitian ini, dimana keseluruhan variable memuat 20 pertanyaan yang harus dijawab oleh responden. Kriteria yang digunakan adalah bila nilai koefisien kolerasi (r_{hitung}) bernilai positif dan lebih besar dari r_{tabel} , berarti item dinyatakan valid. Dengan $N = 59$ dan diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 0,266 dari nilai signifikansi 5% ($\leq 0,05$: valid dan $\geq 0,05$: tidak valid)

Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variable Stretegi Funding X

	TOTAL_X
PF1 Pearson Correlation	,128
Sig. (2-tailed)	,334
N	59
PF2 Pearson Correlation	,774**
Sig. (2-tailed)	,000
N	59
PF3 Pearson Correlation	,854**
Sig. (2-tailed)	,000
N	59
PF4 Pearson Correlation	,812**
Sig. (2-tailed)	,000
N	59
PF5 Pearson Correlation	,845**
Sig. (2-tailed)	,000
N	59
PF6 Pearson Correlation	,878**
Sig. (2-tailed)	,000
N	59

PF7	Pearson Correlation	,691**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	59
PF8	Pearson Correlation	,889**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	59
PF9	Pearson Correlation	,773**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	59
PF10	Pearson Correlation	,763**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	59
TOT	Pearson Correlation	1
AL_X	Sig. (2-tailed)	
	N	59

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Sumber : Data primer diolah

Hasil dari uji validitas instrumen variabel startegi funding menunjukkan dari 10 pertanyaan, ada memiliki r_{hitung} lebih dari r_{tabel} 0,266 dengan demikian item valid dalam validitas startegi funding yang akan digunakan dalam analisa data.

Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variable Peningkatan Loyalitas

	TOTAL_Y	
PL1	Pearson Correlation	-,161
	Sig. (2-tailed)	,224
	N	59
PL2	Pearson Correlation	,724**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	59
PL3	Pearson Correlation	,878**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	59
PL4	Pearson Correlation	,789**
	Sig. (2-tailed)	,000

	N	59
PL5	Pearson Correlation	,835**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	59
PL6	Pearson Correlation	,878**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	59
PL7	Pearson Correlation	,712**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	59
PL8	Pearson Correlation	,225
	Sig. (2-tailed)	,087
	N	59
PL9	Pearson Correlation	,736**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	59
PL10	Pearson Correlation	,738**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	59
TOTAL_Y	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	59

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Sumber : Data primer diolah

Hasil dari uji validitas instrumen variabel peningkatan loyalitas anggota menunjukkan dari 10 pertanyaan, ada memiliki r_{hitung} lebih dari r_{tabel} 0,266 dengan demikian item valid dalam validitas peningkatan loyalitas anggota yang akan digunakan dalam analisa data.

2. Uji Realibilitas

Realibilitas merupakan alat yang mengukur suatu kuesioner dan merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan realible atau handal jika jawaban pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Tabel 4.7 Reliability Statistic
Peningkatan Loyalitas Anggota Melalui Strategi Funding

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.915	20

Sumber : data primer diolah menggunakan SPSS

Berdasarkan hasil perhitungan di atas pada tabel hasil uji reliabilitas sesudah question unvalid digugurkan dapat diketahui, variable peningkatan loyalitas anggota melalui strategi funding tersebut termasuk dalam kriteria 0,915 hal ini menunjukkan bahwa instrumen peningkatan loyalitas anggota melalui strategi funding memiliki reliabilitas tinggi.

3....Uji Hipotesis (Uji Parsial (Uji T))

Pengujian ini dilakukan untuk menguji dan mengetahui apakah variabel strategi funding berpengaruh terhadap peningkatan loyalitas anggota maka digunakan uji F yaitu dengan cara membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} . Kriteria pengujian adalah jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima sedangkan $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a ditolak. Adapun dasar pengambilan keputusan berdasarkan nilai signifikan :

-Jika $sig \leq 0,05$ maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen

-Jika $\text{sig} \geq 0,05$ maka variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 4.8 Hasil Uji Parsial (Uji T)

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,040	1,568		4,489	,000
	TOTAL_X	,770	,042	,925	18,392	,000

a. Dependent Variable: TOTAL_Y (sumber : output SPSS yang diolah)

Nilai signifikan T_{hitung} peningkatan loyalitas anggota melalui strategi funding adalah 0,000, diketahui besarnya nilai T_{hitung} adalah 18,392. Jika $T_{\text{hitung}} \geq T_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak H_a diterima, hasil analisis menunjukkan $T_{\text{hitung}} \geq T_{\text{tabel}}$ yaitu $18,392 \geq 1,671$ maka H_a terima, yakni terdapat pengaruh dan signifikan peningkatan loyalitas anggota melalui strategi funding.

4. Uji Regresi Linear Sederhana

Uji regresi linear sederhana dapat dituliskan kedalam persamaan regresi sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 Y &= \alpha + b.X \\
 &= 7,040 + 0,770 \cdot 0,925 \\
 &= 7,040 + 0,712 \\
 &= 7,752
 \end{aligned}$$

Dari persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

α : 7,040 merupakan nilai konstanta atau *reciprocal* artinya jika variabel bebas strategi funding memiliki nilai 0 maka nilai variabel terikatnya loyalitas anggota sebesar 7,040

β : 0,770 artinya apabila tanggapan responden atas variabel strategi funding dan bertambah satu satuan, maka loyalitas anggota akan mengalami peningkatan 0,770

X : 0,925 artinya apabila tanggapan responden atas variabel strategi funding dan bertambah satu satuan maka loyalitas anggota akan mengalami peningkatan 0,925.

D. Hasil Penelitian Kualitatif

Metode kualitatif digunakan dengan tujuan untuk memperoleh data kualitatif guna menguji, memperluas, memperdalam hasil penelitian kuantitatif. Titik tolak pengumpulan data dengan metode kualitatif adalah data yang terkumpul pada penelitian tahap pertama dengan metode kuantitatif.

Kepuasan anggota merupakan suatu hal terpenting perusahaan, sehingga kepuasan anggota merupakan salah satu elemen penting dalam peningkatan kinerja pemasaran dalam suatu perusahaan atau organisasi. Kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan dapat meningkatkan intensitas membeli dari pelanggan tersebut.¹⁰⁸

Dengan terciptanya tingkat kepuasan anggota yang optimal maka mendorong terciptanya loyalitas di benak pelanggan yang merasa puas tadi. Loyalitas akan memberikan keuntungan yang signifikan terhadap kemajuan bisnis perusahaan tersebut.

Pemasaran dengan layanan jemput tabungan disini menekankan pada mempertahankan anggota melalui peningkatan hubungan perusahaan dengan

¹⁰⁸ Wawancara dengan Manager BMT UGP Wonogiri Pekalongan Lampung Timur

anggotanya. Pelayanan kepada anggota menjadi prioritas utama dalam kegiatan pemasaran untuk membentuk loyalitas anggota kepada BMT UGP Wonogiri.

Menurut anggota menjelaskan bahwa dalam pelayanan BMT UGP dengan jemput tabungan menawarkan strategi funding memperdalam hubungan dengan anggota. Hubungan tersebut tidak akan terjalin apabila pihak BMT menggunakan strategi funding berperan aktif untuk menciptakan hubungan dengan anggota.¹⁰⁹

Usaha untuk meningkatkan loyalitas anggota dalam meningkatkan strategi funding memiliki peran yang sangat penting karena mereka yang terhubung langsung dengan anggota. Loyalitas akan tumbuh seiring dengan bagaimana anggota menggunakan jasa yang mereka terima.¹¹⁰

Faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas berdasarkan pendapat dari Mardalis adalah kepuasan anggota, kualitas jasa, citra, dan rintangan untuk berpindah peningkatan loyalitas anggota melalui strategi funding di BMT Untuk Gerakan Perubahan di Wonogiri yaitu:

1. Kepuasan Anggota

Penggunaan suatu produk jasa akan menghasilkan respon dari seorang pelanggan. Respon yang diberikan bisa bernilai positif ataupun negatif. Semua perusahaan dibidang jasa selalu berusaha mendapatkan

¹⁰⁹Wawancara dengan anggota BMT UGP Wonogiri Pekalongan Lampung Timur

¹¹⁰ Wawancara dengan Manager BMT UGP Wonogiri Pekalongan Lampung Timur

respon yang positif dari pelanggan. Respon yang positif ini menjadi acuan bahwa pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang telah diberikan.¹¹¹

Dalam kegiatan jemput tabungan, memberikan pelayanan yang terbaik untuk setiap anggota adalah hal yang selalu diutamakan menggunakan strategi funding. Hal ini telah terbukti dengan respon beberapa anggota yang merasa puas dengan pelayanan yang mereka terima. Mereka menilai bahwa kemudahan dalam bertransaksi menjadi hal utama yang membuat mereka merasakan keuntungan dalam kegiatan jemput tabungan BMT Untuk Gerakan Perubahan di Wonogiri.

2. Kualitas Jasa

Kualitas suatu produk jasa BMT Untuk Gerakan Perubahan Wonogiri tidak bisa dilihat secara langsung seperti halnya kualitas suatu produk barang.

Kualitas jasa akan dirasakan oleh anggota seiring dengan manfaat yang mereka peroleh. Kualitas suatu produk BMT Untuk Gerakan Perubahan Wonogiri meliputi bagaimana lembaga bisa menjaga dan mengelola dana anggota dan memberikan bonus sesuai dengan akad produk yang digunakan.¹¹²

Manager selalu menjelaskan bagaimana mekanisme produk yang digunakan oleh anggota agar tidak terjadi kesalahpahaman. Tidak semua

¹¹¹ Wawancara dengan anggota BMT UGP Wonogiri Pekalongan Lampung Timur

¹¹² Wawancara dengan anggota BMT UGP Wonogiri Pekalongan Lampung Timur

anggota memiliki pengetahuan yang cukup tentang produk jasa BMT Untuk Gerakan Perubaha Wonogiri yang mereka gunakan.¹¹³

Berdasarkan uraian di atas bahwa anggota umumnya hanya mengetahui bahwa mereka menitipkan uangnya dan mendapatkan bonus setiap bulan sesuai dengan jumlah tabungan yang mereka miliki. Keterbatasan pengetahuan dari anggota itu tidak membuat pihak BMT menggunakan strategi funding menyalahgunakan keadaan tersebut. Pihak BMT menggunakan strategi funding tetap berusaha memberikan informasi secara detail tentang produk yang digunakan oleh setiap anggota dan kebutuhan produk lainnya yang mungkin dibutuhkan oleh anggota.

3. Citra

Citra baik yang telah melekat pada suatu lembaga akan memberikan keuntungan kepada lembaga itu sendiri. Membangun nama baik suatu lembaga untuk memberikan kesan yang positif terhadap anggota adalah salah satu cara untuk mendapatkan anggota yang loyal.

Terkadang citra suatu lembaga akan terbentuk dari opini masyarakat yang mengamati. Lembaga tidak bisa memaksakan persepsi masyarakat dalam memandang dan menilai mereka (lembaga). Yang bisa mereka lakukan adalah selalu memberikan pelayanan sebaik baiknya sehingga citra baik akan terbentuk dengan sendirinya.¹¹⁴

BMT UGP telah memiliki citra BMT Untuk gerakan Perubanan Wonogiri syariah di kalangan anggota. Selain berprinsip syariah anggota

¹¹³ Wawancara dengan Manager BMT UGP Wonogiri Pekalongan Lampung Timur

¹¹⁴ Wawancara dengan anggota BMT UGP Wonogiri Pekalongan Lampung Timur

juga menegenal latar belakang semua karyawan BMT Untuk Gerakan Perubahan Wonogiri yang mayoritas berasal dari kalangan masyarakat Pekalongan. Hal ini dikarenakan saham terbesar dari BMT Untuk Gerakan Perubahan Wonogiri.

4. Rintangan Untuk Berpindah

Persaingan dibidang lembaga sejenis selalu ada dalam setiap lini bisnis. Jika tidak terjadi persaingan maka bisnis tersebut berada pada BMT Untuk Gerakan Perubahan Wonogiri.

Umumnya anggota akan selalu membandingkan dan mencoba beberapa lembaga untuk memenuhi kebutuhannya. Hal tersebut tidak bisa dihindari oelh semua pelaku bisnis karena menjadi hak dari anggota yang bisa dilakukan adalah meminimalisir ketertarikan anggota untuk mencoba produk dari pesaing yang lain dengan memberikan kelebihan produk yang bisa memenuhi semua kebutuhan anggota tanpa harus menggunakan produk dari pesaing.¹¹⁵

Persaingan dengan bisnis sejenis juga terjadi pada BMT Untuk gerakan Perubahan Wonogiri. Terdapat banyak lembaga keuangan yang juga berada tidak jauh dari BMT Untuk gerakan Perubahan Wonogiri. Keberadaan lembaga lain tidak mungkin bisa dihindari tetapi BMT UGPV Wonogiri memberikan kinerja yang berbeda dari lembaga lain.¹¹⁶

Menurut manajer pemasaran pembeda itu adalah adanya lembaga penjamin simpanan yang tidak dimiliki oleh lembaga lain

Bentuk usaha lembaga lain adalah koperasi. Aplikasi negakom juga merupakan nilai lebih yang diunggulkan oleh BMT Untuk gerakan Perubahan Wonogiri dengan sistem yang langsung terhubung dengan server. Hal ini membuat kecurangan dalam memasukkan jumlah tabungan yang disetor tidak mungkin terjadi.¹¹⁷

¹¹⁵ Wawancara dengan anggota BMT UGP Wonogiri Pekalongan Lampung Timur

¹¹⁶ Wawancara dengan anggota BMT UGP Wonogiri Pekalongan Lampung Timur

¹¹⁷ Wawancara dengan Manager BMT UGP Wonogiri Pekalongan Lampung Timur

Menurut analisis Peneliti bahwa pelayanan jemput tabungan yang dilakukan oleh pihak BMT menggunakan strategi funding telah sesuai dengan pendekatan faktor faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas anggota. Anggota yang sudah mempercayakan dirinya untuk bergabung menjadi anggota di BMT Untuk Gerakan Perubahan Wonogiri, diharapkan dapat semakin meningkat kepercayaannya dengan pelayanan yang diberikan perusahaan khususnya dalam jemput tabungan.

Wujud kepercayaan anggota BMT Untuk gerakan Perubahan Wonogiri dibuktikan dengan sikap loyalitas anggota terhadap BMT Untuk gerakan Perubahan Wonogiri. Sikap loyalitas tercermin pada karakteristik yang telah ditunjukkan oleh anggota, sebagai berikut:

- a. Melakukan pembelian ulang secara teratur, sikap ini telah dilakukan oleh anggota BMT Untuk gerakan Perubahan Wonogiri dengan rutin menabung melalui layanan jemput tabungan setiap harinya.¹¹⁸ Mereka merasa jika layanan jemput tabungan ini sayang jika tidak dimanfaatkan untuk mempermudah kebutuhan penyimpanan dana mereka.
- b. Membeli antarlini produk dan jasa, selain memanfaatkan layanan jemput tabungan untuk melakukan transaksi setor dan penarikan tabungan, anggota BMT Untuk gerakan Perubahan Wonogiri juga

¹¹⁸ Wawancara dengan anggota BMT UGP Wonogiri Pekalongan Lampung Timur

memanfaatkan kehadiran pihak BMT menggunakan strategi funding untuk berkonsultasi tentang produk lain dari BPRS UGP.¹¹⁹

Kemudahan untuk mengajukan pembiayaan jika telah menjadi anggota memberikan kepuasan dari anggota BMT Untuk gerakan Perubahan Wonogiri untuk selalu memanfaatkan produk BMT Untuk gerakan Perubahan Wonogiri dalam melakukan transaksi setor dan penarikan tabungan.

- c. Mereferensikan kepada orang lain, Anggota mendatangi kios pedagang yang menjadi anggota, terkadang anggota tersebut tidak hanya menabung untuk satu rekening. Biasanya mereka memegang beberapa rekening milik tetangga atau saudara yang juga menjadi anggota di BPRS UGP tetapi tidak berprofesi atau berada di BMT Untuk Gerakan Perubahan Wonogiri.¹²⁰ Hal tersebut menunjukkan bahwa selain menjadi anggota, para pedagang juga menyarankan dan memberikan referensi kepada orang lain.

Selain berdasarkan faktor faktor yang dapat memengaruhi anggota untuk bersikap loyal, strategi funding yang digunakan dapat ditunjukkan dengan mengukur seberapa besar sikap loyal dari anggota dengan beberapa indikator. Karena banyaknya ahli yang berpendapat mengenai indikator yang bisa digunakan untuk mengukur tingkat loyalitas anggota, peneliti hanya menarik 3 indikator yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur sikap loyal dari anggota, antara lain:

¹¹⁹ Wawancara dengan anggota BMT UGP Wonogiri Pekalongan Lampung Timur

¹²⁰ Wawancara dengan anggota BMT UGP Wonogiri Pekalongan Lampung Timur

a. Lama seseorang menjadi anggota

Pengukuran jangka waktu seseorang menjadi anggota memang tidak bisa ditetapkan secara pasti karena perbedaan jangka waktu operasional setiap BMT Untuk Gerakan Perubahan Wonogiri. BMT Untuk gerakan Perubahan Wonogiri yang resmi dengan prinsip yang telah beroperasi sejak tahun 2009.¹²¹

Berdasarkan uraian di atas diketahui bahwa 50% informan telah menjadi anggota dari BPRS UGP di atas 5 tahun, atau bisa dikatakan telah menjadi anggota sejak BPRS UGP beroperasi kembali. Sedangkan sisinya merupakan anggota dibawah 5 tahun.¹²²

Lamanya hubungan yang dijalin antara pengguna jasa dan pemberi jasa dapat mengindikasikan bahwa pengguna jasa tersebut merasa bahwa dirinya telah memiliki ikatan dengan produk jasa yang telah diberikan. Sehingga pengguna jasa tidak merasa perlu untuk berpindah kepada pihak lainnya. Sehingga anggota BMT yang menjadi informan dapat dikatakan loyal.

b. Kepuasan Pelayanan

Konsep kepuasan yang sering dihubungkan dengan loyalitas anggota membuat banyak pendapat sering mengatakan bahwa:

Anggota yang puas berarti anggota tersebut bersikap loyal. Kepuasan dari anggota sangat dipengaruhi oleh bagaimana pelayanan yang telah diberikan. Strategi funding dalam kegiatannya menjemput tabungan telah memberikan pelayanan

¹²¹ Wawancara dengan anggota BMT UGP Wonogiri Pekalongan Lampung Timur

¹²² Wawancara dengan anggota BMT UGP Wonogiri Pekalongan Lampung Timur

yang menurutnya telah sesuai dengan prosedur dan telah memberikan layanan yang sebaik baiknya.¹²³

Berdasarkan angket yang diberikan dan telah diperoleh data yang diolah 10% dari jumlah anggota yang menjadi informan merasa cukup puas dan sebanyak 90% merasa puas dengan layanan yang diberikan dengan pelayanan diberikan strategi funding.

c. Frekuensi Menabung

Penggunaan jasa yang berulang juga merupakan salah satu indikator anggota dikatakan loyal berdasarkan penjelasan, yaitu:

Kegiatan operasional BMT Untuk gerakan Perubahan Wonogiri dalam melayani setiap transaksi BMT adalah 5 hari dalam satu minggu. Sehingga frekuensi anggota menabung diukur dengan seberapa sering anggota melakukan penyetoran tabungan dalam satu minggu.¹²⁴

Frekuensi menabung anggota dapat dilihat bahwa 98% anggota melakukan transaksi penyetoran tabungan sebanyak 5 kali dalam seminggu atau bisa dikatakan secara rutin. Hal ini juga tidak terlepas dari bagaimana upaya pihak BMT menggunakan strategi funding dalam kegiatan menarik tabungan anggota.

Uraian kedua indikator tersebut, peneliti bisa melihat bahwa strategi funding dalam meningkatkan loyalitas anggota untuk menabung telah dilakukan dengan baik dan sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan.

E. Pembahasan

¹²³ Wawancara dengan anggota BMT UGP Wonogiri Pekalongan Lampung Timur

¹²⁴ Wawancara dengan anggota BMT UGP Wonogiri Pekalongan Lampung Timur

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh strategi funding, faktor pribadi, dan faktor Psikologi secara parsial (sendiri-sendiri) dan secara simultan (bersama-sama) terhadap peningkatan loyalitas anggota sebagai anggota BMT Untuk Gerakan Perubahan Wonogiri.

Pengaruh Strategi funding terhadap terhadap peningkatan loyalitas anggota sebagai anggota BMT Untuk Gerakan Perubahan Wonogiri melalui kuesioner yang telah disebar oleh responden diperoleh data yang kemudian diolah menggunakan aplikasi SPSS Versi 22 didapat bahwa Hal ini ditunjukkan oleh nilai $t_{\text{hitung}} (18,392) > t_{\text{tabel}} \text{ dengan } 1,671, N= 59, \text{ tingkat kepercayaan } 0,05 - 0,10 = 1,671 \text{ dengan tingkat signifikan } 0,000 \text{ pada } t_{\text{tabel}}, \text{ sehingga variabel strategi funding dengan peningkatan loyalitas anggota secara berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota sehingga } H_a \text{ ditolak dan } H_0 \text{ diterima.}$

Data kuantitatif tersebut didukung dengan hasil wawancara kepada beberapa responden yang menyatakan bahwa strategi funding mempengaruhi dalam anggota BMT Untuk Gerakan Perubahan Wonogiri. Faktor yang melatarbelakangi keputusan menjadi anggota BMT Untuk Gerakan Perubahan Wonogiri adalah aksesnya yang mudah dan tersebar diseluruh wilayah.

Berdasarkan hasil pengisian angket dan hasil wawancara di atas, data menunjukkan bahwa strategi funding dalam peningkatan loyalitas anggota sebagai anggota BMT Untuk Gerakan Perubahan Wonogiri. Dengan demikian data kualitatif ini mendukung data kuantitatif, karena tidak ada perbedaan antara data kuantitatif dan kualitatif.

Melalui kuesioner yang telah disebar oleh peneliti kepada responden diperoleh data yang kemudian diolah menggunakan aplikasi SPSS Versi 22 dapat disimpulkan bahwa thitung $t_{\text{-tabel}}$ dengan 1,671, $N= 59$ dengan signifikan tingkat kepercayaan $0,05 - 0,10 = 1,671$ dengan tingkat signifikan 0,000 pada $t_{\text{-tabel}}$ artinya variabel sosial secara parsial berpengaruh secara berbanding terbalik signifikan terhadap keputusan anggota sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima.

Data kuantitatif tersebut didukung dengan hasil wawancara kepada beberapa responden yang menyatakan bahwa strategi funding yang mempengaruhi masyarakat dalam menjadi anggota BMT Untuk Gerakan Perubahan Wonogiri adalah keluarga. Keluarga sebagai penentu dalam pemilihan jasa di BMT Untuk Gerakan Perubahan Wonogiri karena masyarakat menerima uang saku bulanan dari orang tua melalui jasa transfer di BMT Untuk Gerakan Perubahan Wonogiri. Sehingga jenis BMT Untuk Gerakan Perubahan Wonogiri yang dipilih oleh masyarakat.

Berdasarkan hasil pengisian angket dan hasil wawancara di atas, data menunjukkan bahwa strategi funding dapat peningkatan loyalitas anggota sebagai anggota BMT Untuk Gerakan Perubahan Wonogiri. Dengan demikian data kualitatif ini mendukung dan memperkuat data kuantitatif, karena tidak ada perbedaan antara data kuantitatif dan kualitatif.

Pengaruh faktor pribadi terhadap terhadap peningkatan loyalitas anggota sebagai Anggota BMT Untuk Gerakan Perubahan Wonogiri melalui kuesioner yang telah disebar oleh peneliti kepada responden diperoleh data

yang kemudian diolah menggunakan aplikasi SPSS Versi 22 didapat bahwa dengan persamaan regresi $\hat{Y} = 7,040 + (0,925)X$ yang menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu unit skor strategi funding akan menyebabkan kenaikan skor peningkatan loyalitas anggota sebesar (0,770) unit pada konstanta 7,752. Besarnya hubungan strategi funding dalam peningkatan loyalitas anggota di BMT Untuk Gerakan Perubahan Wonogiri adalah 77,52%. yang artinya variabel pribadi secara parsial tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan anggota sehingga H_a ditolak dan H_0 diterima.

Data kuantitatif tersebut didukung dengan hasil wawancara kepada beberapa responden yang menyatakan bahwa keputusan menjadi anggota BMT UGP Wonogiri sama sekali bukan karena pengaruh gaya hidup maupun keadaan ekonomi, melainkan karena proses BMT Untuk Gerakan Perubahan Wonogiri sangat mudah dan mudah dipahami.

Berdasarkan hasil pengisian angket dan hasil wawancara di atas, data menunjukkan bahwa faktor pribadi tidak berpengaruh terhadap peningkatan loyalitas anggota sebagai anggota BMT Untuk Gerakan Perubahan Wonogiri. Dengan demikian data kualitatif ini mendukung data kuantitatif, karena tidak ada perbedaan antara data kuantitatif dan kualitatif.

Data kuantitatif tersebut didukung dengan hasil wawancara kepada beberapa responden yang menyatakan bahwa strategi funding secara simultan dapat mempengaruhi dalam anggota BMT Untuk Gerakan Perubahan Wonogiri Pekalongan. Selain strategi funding, faktor lain yang

melatarbelakangi peningkatan loyalitas anggota menjadi anggota BMT UGP Wonogiri fasilitas, kemudahan dan kenyamanan dalam pelayanan.

Berdasarkan hasil pengisian angket dan hasil wawancara di atas, data menunjukkan bahwa strategi funding, berpengaruh terhadap peningkatan loyalitas anggota sebagai anggota BMT Untuk Gerakan Perubahan Wonogiri. Dengan demikian data kualitatif ini memperkuat data kuantitatif dan memperluas data kuantitatif yaitu dengan menambahkan faktor-faktor lain yang mempengaruhi peningkatan loyalitas anggota sebagai anggota BMT Untuk Gerakan Perubahan Wonogiri. Peneliti melakukan penelitian secara langsung dengan cara menyebar angket serta melakukan wawancara kepada responden yang dipilih secara random untuk pengumpulan data kuantitatif dan menggunakan snowball sampling untuk pengumpulan data kualitatif.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan setelah peneliti menelaah teori dan menganalisa hasil penelitian sebagai berikut:

Peningkatan loyalitas anggota di BMT Untuk Gerakan Perubahan Wonogiri melalui strategi funding dipahami nilai $t_{\text{hitung}} (18,392) > t_{\text{tabel}}$ dengan 1,671, $N= 59$ tingkat kepercayaan $0,05 - 010 = 1,671$ dengan tingkat signifikan 0,000 pada t_{tabel} , sehingga variabel strategi funding dengan peningkatan loyalitas anggota. Persamaan regresi $\hat{Y} = 7,040 + (0,770)X$ yang menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu unit skor strategi funding akan menyebabkan kenaikan skor peningkatan loyalitas anggota sebesar (0,770) unit pada konstanta 7,752. Besarnya peningkatan loyalitas anggota melalui strategi funding adalah 77,52%.

Peningkatan loyalitas anggota melalui strategi funding memperkuat data kuantitatif dan memperluas data kuantitatif yaitu dengan menambahkan faktor-faktor lain yang mempengaruhi peningkatan loyalitas anggota sebagai anggota BMT UGP Wonogiri yang secara langsung dengan cara menyebar angket serta melakukan wawancara kepada responden yang dipilih secara random untuk pengumpulan data kuantitatif untuk pengumpulan data kualitatif dan peningkatan loyalitas anggota menjadi anggota BMT UGP Wonogiri fasilitas, kemudahan dan kenyamanan dalam pelayanan.

B. Saran

Adapun saran berupa sumbangan pemikiran dari penulis guna menjadi pertimbangan untuk perkembangan dan kemajuan BMT UGP Wonogiri antara lain sebagai berikut:

1. BMT UGP Wonogiri harus meningkatkan pelayanan yang lebih baik bagi anggota sehingga anggota merasa nyaman dalam melakukan kerja sama di BMT UGP Wonogiri.
2. Meningkatkan sumberdaya manusia bagi seluruh pengurus dan karyawan agar BMT UGP Wonogiri menjadi lebih baik dan profesional dalam meningkatkan program sosialisasi terhadap produk-produk layanan BMT UGP Wonogiri kepada masyarakat secara luas.

DAFTAR PUSTAKA

Abdul Qadir, *Strategi Peningkatan Loyalitas Nasabah*, Jurnal Keuangan, Ekonomi, Investasi dan Syariah (EKUITAS) , Vol. 1 No. 2, 2020, ISSN 2685-869

Abdurrahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Tesis* Jakarta: Rineka Cipta, 2006

Adiwarman Karim, *Bank Islam Analisisi Fiqh dan Keuangan* Jakarta:Rajawali Pers 2013

Alma, Buchari, *Manajemen Pemasaran dan pemasaran jasa*, Bandung: Alfabeta, 2005

Andi Prastowo, *Menguasai Teknik–teknik Koleksi Data Penelitian Kualitatif*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009

Ansofino, dkk, *Buku Ajar Ekonometrika*, Yogyakarta: Deepublish, 2016

Azyumardi Azra, *Berdema Untuk Semua*, Jakarta:PT.Mizan Publika, 2003

Christoper h. Lovelock, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Indeks, 2005

Christoper Lovelock, *Pemasaran Jasa Manusia, Tekhnologi , Strategi Prespektif Indonesia*, Jakarta : Erlangga, 2010

Creswell, John W.,*Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches*, California: SAGE Publication, 2015, Third Edition

Deliyanti, Oentoro, *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: LaksBang PRESSindo, 2012

Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Bandung: Diponegoro, 2005

Fandy Tjiptono, *Loyalitas Anggota dalam Strategi Pemesaran* Malang: Bayumedia, 2004

Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta, Andi, 1999

Fauzi Arif Lubis, Peranan Bmt Dalam Pemberdayaan Ekonomi Nasabah, (Jurnal : HUMAN FALAH: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, Vol. 3, No. 2 : 2016.

Gulo. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT. Grasindo, 2003

Hendri Triandini, *Pengaruh Layanan Jemput Bola Produk Funding Terhadap Dpk Dan Jumlah Nasabah: Studi Pada Bprs Artha Karimah Irsyadi*, Jurnal Eti konomi Vol. 12 No. 2 Oktober 2013

<https://www.facebook.com/notes/belantara-tara-matjan-kusuma/pentingnya-loyalitas-dankebersamaan-dalam-organisasi-till-death-do-us-part-/10151834679250063/>

Iqbal Hasan, *Pokok-pokok Materi Statistik 2*, Jakarta: Bumi Aksara, 2001

Jaka Atmaja., *Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank BJB*, Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Bisnis Universitas Bina Sarana Informatika, Vol. 2 No. 1. 2018, ISSN

Jill Griffin, *Customer Loyalty Menumbuhkan & Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*, Jakarta: Erlangga, 2009

Joko Subagyo, *Metode Penelitian (Teori dan Praktik)*, Jakarta: Rineka Cipta, 2006

Kasmir, *Dasar – Dasar Perbankan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007

Kotler Philips, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: SMTG Desa Putra, 2002

Limakrisna Susilo, *Manajemen dan Loyalitas dalam bisnis* Jakarta: Amitra Wacana Media, 2012

M. Nur Rianto Al Arif, *Lembaga Keuangan Syariah*, Bandung: Pustaka Setia, 2012

Muhamad Jaiz, *Dasar-Dasar Periklanan*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014

Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil (BMT)*, Yogyakarta: UII Press, 2004

Muhammad Said Al-Qahthani, *Al-Wala Wal-Bara, Konsep Loyalitas & Perumusan dalam Islam* Jakarta Timur, Aqwam Jembatan Ilmu

Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*, Jakarta: Gema Insani, 2001

Novita Dewi Masyithoh, *Analisis Normatif Undang-Undang No. 1 Tahun 2013 Tentang Lembaga Keuangan Mikro (Lkm) Atas Status Badan Hukum Dan Pengawasan Baitul Maal Wat Tamwil (BMT)*, Volume V/Edisi 2/Oktober 2014,

Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta:Rineka Cipta, 2009). h. 339. Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada 2004

- Pedoman Penulisan Tesis, Program Pascasarjana IAIN Metro, Metro: 2019
- Philip Kotler dkk, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT. Indeks 2009
- Philip Kotler, dkk., *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia buku-1, ed. 1, terj.* Fandy Tjiptono (Yogyakarta: Andi, 2000
- Ratih Hurriati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen* Bandung: Alfabeta, 2010
- Shochrul R. Arija, et. all., *Cara Cerdas Menguasai E-View*, Jakarta: Salemba 2011
- Sigit Trihartono *Tanya jawab Masalah Perbankan; Menjawab Tuntas Segala Problem Permasalahan Bank*. Solo : Aneka 1995
- Sofyan Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Bumi Aksara, 2014
- Suad Husnan, *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*, Yogyakarta:UPP STIM YKPN,2012
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, Bandung: Alfabeta, 2017
- Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, cet. 28, Bandung: Alfabeta, 2017
- Suhmsimi Arikunto, *Prosedur Penelitisan Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta, 2006
- Sumadi Suryabrata, *Metode penelitian*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014
- Sumarni,Murti dan John Soeprihanto,*Pengantar Bisnis Dasar Ekonomi Perusahaan*, Bandung:Angkasa,2008
- Syaifuddin Azwar, *Metode Penelitian Kualitatif*, Yogyakarta: Pusaka Pelajar, 2001.



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
PASCASARJANA
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH**

Jalan Kl. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung, INDONESIA 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: pps.metrouniv.ac.id;
email: ppslainmetro@metrouniv.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor. /In.28/PPs/PP.009/06/2021

Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri Metro Program Studi Ekonomi Syariah menerangkan
sebagai berikut:

Nama : **Darma Pranata**
NPM : **18004830**
Judul : **Peningkatan Loyalitas Anggota Melalui Strategi Funding Pada BMT Untuk
Gerakan Perubahan Wonogiri Pekalongan Lampung Timur**

telah melakukan uji plagiasi tesis melalui program Turnitin dengan tingkat kemiripan 4%.

Surat keterangan ini dibuat, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya dan kepada
pihak-pihak yang bersangkutan harap maklum.

Metro, 30 Juni 2021
Kaprosdi Ekonomi Syariah


Putri Swastika, M.IE., Ph.D.
NIP. 198610302018012001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
PROGRAM PASCASARJANA (PPS)**

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

Nomor : 533/In.28/PPs/PP.009/06/2021
Lamp. : -
Perihal : IZIN PRASURVEY / RESEARCH

Yth. Kepala
Kecamatan Pekalongan
di
Tempat

Assalamu'alaikum, Wr. Wb.

Berdasarkan Surat Tugas Nomor : 532/In.28/PPs/PP.00.9/06/2021, tanggal 08 Juni 2021 atas nama saudara:

Nama : Darma Pranata
NIM : 18004830
Semester : VI (Enam)

Maka dengan ini kami sampaikan bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan pra survey/research/survey untuk penyelesaian Tesis dengan judul "Peningkatan Loyalitas Anggota Melalui Strategi Funding Pada BMT Untuk Gerakan Perubahan Wonogiri Pekalongan Lampung Timur"

Kami mengharapkan bantuan Bapak/Ibu demi terselenggaranya tugas tersebut. Atas kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.



Metro, 08 Juni 2021
Direktur

Dr. Mukhtar Hadi, S.Ag, M.Si
NIP. 19730710 199803 1 003



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
PROGRAM PASCASARJANA (PPS)**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Inngmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: pps.metrouniv.ac.id;
email: ppsiaimetro@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: 532/In.28/PPs/PP.00.9/06/2021

Direktur Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri Metro menugaskan kepada Sdr.:

Nama : **Darma Pranata**
NIM : **18004830**
Semester : **VI (Enam)**

- Untuk:
1. Mengadakan observasi prasurvey / survey di Kecamatan Pekalongan guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tesis mahasiswa yang bersangkutan dengan judul **Peningkatan Loyalitas Anggota Melalui Strategi Funding Pada BMT Untuk Gerakan Perubahan Wonogiri Pekalongan Lampung Timur**
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal **08 Juni 2021** sampai dengan selesai

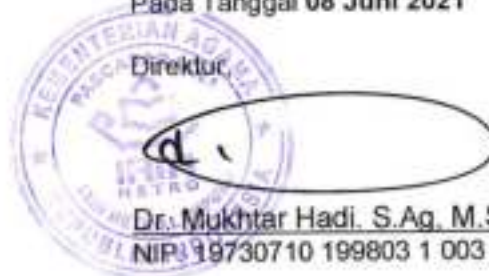
Kepada pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terimakasih.

Mengetahui,
Pejabat Setempat




Dikeluarkan di Metro
Pada Tanggal **08 Juni 2021**

Direktur



Dr. Mukhtar Hadi, S.Ag. M.Si
NIP. 19730710 199803 1 003

PEDOMAN WAWANCARA

PENINGKATAN LOYALITAS ANGGOTA MELALUI STRATEGI FUNDING PADA BMT “UNTUK GERAKAN PERUBAHAN” WONOGIRI PEKALONGAN LAMPUNG TIMUR

A. Wawancara dengan Anggota BMT UGP Wonogiri

1. Sejak kapan anda menjadi anggota di BMT UGP Wonogiri Pekalongan?
2. Apa yang membuat anda tertarik dan bersedia menggunakan produk-produk dari BMT UGP Wonogiri Pekalongan?
3. Adakah reward bagi anggota jika menabung di BMT UGP Wonogiri Pekalongan?
4. Apa saja pertimbangan anda, sehingga anda setia dan menggunakan produk BMT UGP Wonogiri Pekalongan?
5. Apa keuntungan anda menggunakan produk BMT UGP Wonogiri dari pelayanan serta produk, harga, tempat dan promosi yang di berikan?

B. Kuesioner

1. Identitas responden

- a. Nama :
- b. Alamat :
- c. Jenis Kelamin :
- d. Usia :

2. Petunjuk Pengisian

Berilah jawaban pada pernyataan berikut ini sesuai pendapat saudara/i, dengan cara memberi tanda (√) pada kolom yang tersedia dengan keterangan, yaitu:

Keterangan : STS : Sangat Tidak Setuju
 TS : Tidak Setuju
 KS : Kurang Setuju
 S : Setuju
 SS : Sangat Setuju.

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
Loyalitas (Y)						
1.	Saya menggunakan BMT UGP Wonogiri karena produknya sesuai dengan kebutuhan					
2.	Saya menggunakan BMT UGP Wonogiri karena ada kemudahan dalam menabung					
3.	Saya merasa puas dengan pelayanan di BMT UGP Wonogiri					
4.	Meskipun ada produk dan harga yang sama pada BMT lain saya tetap memilih BMT UGP Wonogiri karena aman					
5.	Saya menggunakan BMT UGP Wonogiri karena ada kemudahan dalam pengambilan dana tabungan saya tanpa kesulitan dalam pencairan					
6.	Saya menggunakan BMT UGP Wonogiri karena ada kemudahan dalam pelayanan dan transaksi					
7.	Saya menggunakan BMT UGP Wonogiri karena Fasilitas yang diberikan BMT UGP Wonogiri baik seperti perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi					
8.	Saya menjadi tidak ragu dengan BMT UGP Wonogiri karena memiliki					

	pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki BMT				
9	BMT UGP Wonogiri memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan				
10	Saya menggunakan BMT UGP Wonogiri karena kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan				
Strategi (X)					
11	Dalam hal tidak bisa ke kantor, pihak BMT bersedia jemput bola				
12	Hubungan komunikasi yang baik selalu ditanamkan pihak BMT kepada saya				
13	Saya menabung kapan saja dan dimana saja dalam jumlah yang tidak diberikan batas minimal				
14	Bagi hasil yang besar membuat saya tetap menggunakan BMT UGP Wonogiri				
15	BMT UGP Wonogiri dengan santun dan sabar memberikan sebuah pengetahuan dan arahan yang saya belum ketahui akan produk nya				
16	Pelayanan BMT UGP Wonogiri sangat responsive sehingga terjadi hubungan yang baik pada anggota				
17	Saya menggunakan BMT UGP Wonogiri karena ada hadiah dan bonus				
18	BMT UGP Wonogiri bertempat di pinggir jalan sehingga memudahkan akses saya				
19	Banyak produk yang ditawarkan yang menguntungkan saya				

	20	Saya menggunakan BMT UGP Wonogiri karena ada kemudahan dalam informasi yang diberikan					
--	----	---	--	--	--	--	--

PEDOMAN DOKUMENTASI

1. BMT Untuk Gerakan Perubahan
 - a. Sejarah berdirinya BMT Untuk Gerakan Perubahan
 - b. Visi dan misi BMT Untuk Gerakan Perubahan
 - c. Keadaan Karyawan diBMT Untuk Gerakan Perubahan
 - d. Keadaan sarana dan prasarana BMT Untuk Gerakan Perubahan
2. Informan penelitian yaitu
 - a. Manager/Karyawan BMT Untuk Gerakan Perubahan
 - b. Anggota

Metro, 6 Mei 2021
Mahasiswa



DARMA PRANATA
NPM: 18004830

Pembimbing I



Dr. Mahrus As'ad, M.Ag
NIP: 19711221 199303 1 001

Pembimbing II


Putri Swastika, M.IF, Ph.D
NIP: 1986 103020 1801 2001

rekapitulasi strategi funding X

jenis kelamin responden

no	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	total	jenis kelamin	kode
1	3	3	4	4	3	4	4	1	4	1	31	laki-laki	1
2	4	4	4	4	4	4	5	2	5	4	38	laki-laki	1
3	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	38	laki-laki	1
4	5	1	1	1	1	1	3	3	1	1	18	laki-laki	1
5	3	4	4	4	4	4	4	3	2	4	36	laki-laki	1
6	1	4	3	4	4	3	3	2	2	4	30	laki-laki	1
7	0	2	4	5	5	4	5	5	5	4	39	laki-laki	1
8	1	4	4	5	5	4	4	4	4	4	39	laki-laki	1
9	3	4	4	5	5	4	4	3	3	4	39	laki-laki	1
10	5	4	4	4	4	4	5	3	5	4	42	laki-laki	1
11	4	1	1	1	1	1	3	2	1	1	14	laki-laki	1
12	1	4	4	4	4	4	4	1	4	4	30	laki-laki	1
13	2	5	4	4	4	4	4	1	4	4	36	laki-laki	1
14	3	3	5	3	3	5	5	4	5	5	41	laki-laki	1
15	1	4	4	4	4	4	4	3	4	4	36	laki-laki	1
16	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	38	laki-laki	1
17	2	4	4	4	4	4	4	1	4	4	35	laki-laki	1
18	1	4	4	4	4	4	4	5	4	4	38	laki-laki	1
19	0	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	laki-laki	1
20	0	4	4	4	4	4	4	3	4	4	35	laki-laki	1
21	1	4	4	4	4	4	4	2	4	4	37	laki-laki	1
22	5	4	4	4	4	4	4	2	4	4	39	laki-laki	1
23	2	5	5	5	5	5	5	3	4	3	42	perempuan	2
24	1	4	4	4	4	4	4	5	3	3	36	perempuan	2
25	1	3	4	4	4	4	4	1	3	4	32	perempuan	2
26	3	3	5	3	3	5	5	1	5	5	36	perempuan	2
27	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	37	perempuan	2
28	4	3	4	4	3	4	4	2	4	1	33	perempuan	2
29	2	4	4	4	4	4	5	3	5	4	39	perempuan	2
30	3	4	5	3	4	5	5	2	3	4	38	perempuan	2
31	1	4	4	4	4	4	4	2	4	4	35	perempuan	2
32	1	3	4	4	3	4	4	3	4	1	31	perempuan	2
33	3	4	4	4	4	4	5	1	5	4	38	perempuan	2
34	1	4	4	4	4	4	4	5	4	4	38	perempuan	2
35	4	1	1	1	1	1	3	3	1	1	17	perempuan	2
36	2	4	4	4	4	4	4	3	2	4	35	perempuan	2
37	5	4	3	4	4	3	3	2	2	4	34	perempuan	2
38	5	2	4	5	5	4	5	1	5	4	40	perempuan	2
39	2	4	4	5	5	4	4	0	4	4	38	perempuan	2
40	3	4	4	5	5	4	4	5	3	4	41	perempuan	2
41	4	4	4	4	4	4	5	2	5	4	40	perempuan	2
42	5	1	1	1	1	1	3	1	1	1	16	perempuan	2
43	1	4	4	4	4	4	4	3	4	4	36	perempuan	2
44	1	5	4	4	4	4	4	3	4	4	37	perempuan	2
45	2	3	5	3	3	5	5	4	5	5	40	perempuan	2
46	3	4	4	4	4	4	4	2	4	4	37	perempuan	2
47	5	4	4	4	4	4	4	1	4	4	39	perempuan	2
48	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	38	perempuan	2
49	2	4	4	4	4	4	4	1	4	4	35	perempuan	2
50	1	4	4	4	4	4	4	2	4	4	35	perempuan	2
51	1	4	4	4	4	4	4	5	4	4	38	perempuan	2
52	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39	perempuan	2
53	2	4	4	4	4	4	4	2	4	4	38	perempuan	2
54	2	5	5	5	5	5	5	1	4	3	43	perempuan	2
55	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	37	perempuan	2
56	5	3	4	4	4	4	4	2	3	4	37	perempuan	2
57	1	3	5	3	3	5	5	1	5	5	36	perempuan	2
58	2	4	4	4	4	4	4	2	3	4	35	perempuan	2
59	2	3	4	4	4	4	4	1	4	1	30	perempuan	2
	150	214	229	227	224	229	244	145	218	212			

**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
R O Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-815/ln.28/S/U.1/OT.01/08/2021**

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

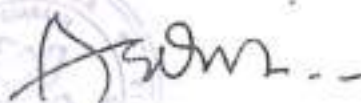
Nama : DARMA PRANATA
NPM : 18004830
Fakultas / Jurusan : Pascasarjana/ Ekonomi Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2020 / 2021 dengan nomor anggota 18004830

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas dari segala administrasi di Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 16 Agustus 2021
Kepala Perpustakaan



Dr. As'ad, S. Ag., S. Hum., M.H.,
NIP.19750505 200112 1 002



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
PROGRAM PASCASARJANA (PPS)**

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

SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA

Nomor : In.28/PPs/Perpus/08/2021

Perpustakaan Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Darma Pranata
NPM : 18004830
Prodi : Ekonomi Syariah

Terhitung sejak tanggal 16-08-2021 dinyatakan telah bebas dari pinjaman buku dan koleksi lainnya di Perpustakaan Pascasarjana IAIN Metro.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro,
Yang menerima

Diana Ambarwati



IAIN
METRO

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
PROGRAM PASCASARJANA**

INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO

Jl Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp (0725) 41507, Email : pps@ainmetro@yahoo.com Website : www.pps@ainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL TESIS

Nama : Darma Pranata
NPM : 18004830

Prodi : Ekonomi Syariah
Semester / TA : VI/ 2021-2022

No	Hari / Tanggal	Pembimbing	Hal-Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
		II		
	23/9/2020		Bimbingan Outline Pahami dan Cermati dan di Perbaiki sesuai catatan	

Pembimbing II

Dr. Putri Swastika, M.IF
NIP: 1986 103020 1801 2001

**Ketua Prodi
Ekonomi Syariah**

Dr. Putri Swastika, M.IF
NIP: 1986 103020 1801 2001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
PROGRAM PASCASARJANA
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO

Jl Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
METRO Telp (0725) 41507, Email : ppsia@metroiaainmetro.ac.id Website : www.ppsiaainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL TESIS

Nama : Darma Pranata
NPM : 18004830

Prodi : Ekonomi Syariah
Semester / TA : VI/ 2021-2022

No	Hari / Tanggal	Pembimbing	Hal-Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
		II		
	8 Januari 2021		Bimbingan Outline Perbaiki sesuai catatan ACC lanjutkan	

Pembimbing II

Dr. Putri Swastika, M.IF
NIP: 1986 103020 1801 2001

**Ketua Prodi
Ekonomi Syariah**

Dr. Putri Swastika, M.IF
NIP: 1986 103020 1801 2001



KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
PROGRAM PASCASARJANA
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO

Jl Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringsulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp (0725) 41507, Email : ppsainmetro@yahoo.com Website : www.ppsIAINmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL TESIS

Nama : Darma Pranata
NPM : 18004830

Prodi : Ekonomi Syariah
Semester / TA : IV/ 2019-2020

No	Hari / Tanggal	Pembimbing	Hal-Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
		I		
	20 Januari 2021		<p>Bimbingan outline Kata "terhadap" dibuang saja dan diganti dengan "dalam Peningkatan"</p> <p>Singkatan UGP dibuang saja dan dua kurung pada UNTUK GERAKAN PERUBAHAN diganti dengan tanda kutip ("...").</p> <p>Dalam kajian teori, dahulukan masalah</p> <ul style="list-style-type: none">A. Loyalitas AnggotaB. Baitul Mal wa amwilC. Strategi Funding	ok

Pembimbing I

Dr. Mahrus As'ad, M.Ag
NIP:196112211993031001

Ketua Prodi
Ekonomi Syariah

Dr. Putri Swastika, M.IF
NIP: 1986 103020 1801 2001



KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 PROGRAM PASCASARJANA
 INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO

Jl Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
 Telp (0725) 41507, Email : pps@iainmetro.gub.go.id Website : www.pps@iainmetro.ac.id


FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL TESIS

Nama : Darma Pranata
 NPM : 18004830

Prodi : Ekonomi Syariah
 Semester / TA : IV/ 2019-2020

No	Hari / Tanggal	Pembimbing	Hal-Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
		I		
	30 April 2021		Bimbingan APD Sesuaikan dengan metode penelitian Pertajam penelitian dengan menggunakan "MIX METHOD"	ok

Pembimbing I


Dr. Mahrus As'ad, M.Ag
 NIP:196112211993031001

Ketua Prodi
 Ekonomi Syariah


Dr. Putri Swastika, M.IF
 NIP: 1986 103020 1801 2001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
PROGRAM PASCASARJANA
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
Jl Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp (0725) 41507, Email : ppsainmetro@yahoo.com Website : www.ppsIAINmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL TESIS

Nama : Darma Pranata
NPM : 18004830

Prodi : Ekonomi Syariah
Semester / TA : VI/ 2021-2022

No	Hari / Tanggal	Pembimbing	Hal-Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
		II		
	28 Mei 2021		Bab 1-3 perbaiki lagi sesuai catatan, APD Perbaiki Sesuai Catatan	

Pembimbing II

Dr. Putri Swastika, M.IF
NIP: 1986 103020 1801 2001

Ketua Prodi
Ekonomi Syariah

Dr. Putri Swastika, M.IF
NIP: 1986 103020 1801 2001



IAIN
METRO

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
PROGRAM PASCASARJANA

INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO

Jl Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp (0725) 41507, Email : pps@iainmetro.ac.id Website : www.pps@iainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL TESIS

Nama : Darma Pranata

Prodi : Ekonomi Syariah

NPM : 18004830

Semester / TA : VI/ 2021-2022

No	Hari / Tanggal	Pembimbing	Hal-Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
		II		
	3 Juni 2021		Lihat catatan dan perbaiki bab 1-3 dan APD Acc Lnjutkan	

Pembimbing II

Dr. Putri Swastika, M.IF
NIP: 1986 103020 1801 2001

**Ketua Prodi
Ekonomi Syariah**

Dr. Putri Swastika, M.IF
NIP: 1986 103020 1801 2001



IAIN
METRO

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
PROGRAM PASCASARJANA
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
Jl Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp (0725) 41507, Email : ppsiaimetro@yahoo.com Website : www.ppsiaimetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL TESIS

Nama : Darma Pranata
NPM : 18004830

Prodi : Ekonomi Syariah
Semester / TA : IV/ 2019-2020

No	Hari / Tanggal	Pembimbing	Hal-Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
		I		
	14 Juni 2021		Bimbingan 4-5 Perbaiki dan tambahkan referensi referensi tentang penelitian Mix Method	ok

Pembimbing I

Dr. Mahrus As'ad, M.Ag
NIP:196112211993031001

**Ketua Prodi
Ekonomi Syariah**

Dr. Putri Swastika, M.IF
NIP: 1986 103020 1801 2001



KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
PROGRAM PASCASARJANA
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO

Jl Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp (0725)-41507, Email : ppsaiainmetro@yahoo.com Website : www.ppsaiainmetro.ac.id

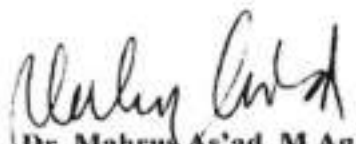
FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL TESIS

Nama : Darma Pranata
NPM : 18004830

Prodi : Ekonomi Syariah
Semester / TA : IV/ 2019-2020

No	Hari / Tanggal	Pembimbing	Hal-Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
		I		
	4 Juni 2021		Bimbingan APD Metode Kuantitatif diperkuat dengan ditambahkan metode kualitatif ACC lanjutkan	ok

Pembimbing I


Dr. Mahrus As'ad, M.Ag
NIP:196112211993031001

**Ketua Prodi
Ekonomi Syariah**


Dr. Putri Swastika, M.IF
NIP: 1986 103020 1801 2001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
PROGRAM PASCASARJANA
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO

Jl Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro TimurKota Metro Lampung 34111
Telp (0725) 41507, Email : ppsainmetro@yahoo.com Website : www.ppsIAINmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL TESIS

Nama : Darma Pranata
NPM : 18004830

Prodi : Ekonomi Syariah
Semester / TA : VI/ 2021-2022

No	Hari / Tanggal	Pembimbing	Hal-Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
		II		
			Bimbingan APD Yang diwarnai kuning: tidak ada hubungannya dengan strategi funding atau loyalitas. Catatan: ini pakai metode apa? Karena kalau dilihat dari style kuisisioner, pakai regresi/SEM, tapi diliat dari proposalnya metode delphi... yg ingin dikerjakan? Saran ibu, kalau instrumen nya seperti ini, pakai regresi OLS/SEM PLS.	

Pembimbing II


Dr. Putri Swastika, M.IF
NIP: 1986 103020 1801 2001

Ketua Prodi
Ekonomi Syariah


Dr. Putri Swastika, M.IF
NIP: 1986 103020 1801 2001



IAIN
METRO

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
PROGRAM PASCASARJANA**

INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO

Jl Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp (0725) 41507, Email : ppsiaimetro@yahoo.com Website : www.ppsiaimetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL TESIS

Nama : Darma Pranata
NPM : 18004830

Prodi : Ekonomi Syariah
Semester / TA : VI/ 2021-2022

No	Hari / Tanggal	Pembimbing	Hal-Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
		II		
1	Konuis / 20.05.2021	✓	+ Perbaikan APD. + variabel diperjelas; strategi funding itu item? / variabel nya apa saja; logika diperdalam + kerangka penelitian dibuat + kutipan diperdalam sesuai dgn jenis variabel penelitian	

Pembimbing II

Dr. Putri Swastika, M.IF
NIP: 1986 103020 1801 2001

**Ketua Prodi
Ekonomi Syariah**

Dr. Putri Swastika, M.IF
NIP: 1986 103020 1801 2001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
PROGRAM PASCASARJANA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iring Mulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507. Fax. (0725) Email: ppsiaimetro@yahoo.com
Website: www.ppsIAINmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TESIS

Nama : Darma Pranata
NPM : 18004830

Prodi : Ekonomi Syariah
Semester / TA : VI/ 2018-2019

No	Hari/Tanggal	Pembimbing	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
		I		
			<i>Publinc & Kritis; Ace mitub & gresile.</i>	

Pembimbing I

Dr. Mahrus As'ad, M.Ag
NIP. 196112211996031001

Ketua Prodi
Ekonomi Syariah

Putri Swastika, M.IF, Ph.D
NIP: 1986 103020 1801 2001





DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : DARMA PRANATA
Tempat, Tgl Lahir : Adirejo, 16 Mei 1994
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Status : Lajang
Alamat Sekarang : Desa Adijaya, Kecamatan Pekalongan, Kabupaten Lampung Timur
Telepon : 082184413361
Email : darmapranata30b@gmail.com



PENDIDIKAN

FORMAL :

2002-2006 : SDN 1 Adirejo
2007-2010 : SMPN 2 Pekalongan
2010-2012 : SMK Ganesa Metro
2013-2018 : Strata 1 (S1) Iain Metro Lampung
2018-2021 : Strata 2 (S2) Pascasarjana IAIN Metro Lampung

KEMAMPUAN

- ✓ Microsoft Office Word, Exel, Power Point, Access & Outlook
- ✓ Teknologi Informasi, Accounting Program, Corel Draw
- ✓ Bahasa Indonesia (aktif), Inggris (pasif)

PENGALAMAN KERJA

2014 – Sampai Sekarang : Ketua Urusan Keuangan Desa Adijaya
2017-2018 : Ketua PPK Kecamatan Pekalongan