

**SKRIPSI**

**STRATEGI PELAYANAN DALAM MEMPERTAHANKAN NASABAH  
PEMBIAYAAN MUSYARAKAH PADA BMT ADZKIYA KHIDMATUL  
UMMAH (AKU) METRO**

**Oleh :**

**SULISMA NOVITASARI  
NPM.1804101091**



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

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO  
1443H / 2022 M**

**STRATEGI PELAYANAN DALAM MEMPERTAHANKAN NASABAH  
PEMBIAYAAN MUSYARAKAH PADA BMT ADZKIYA KHIDMATUL  
UMMAH (AKU) METRO**  
Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Dan Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:

**SULISMA NOVITASARI**  
NPM 1804101091

Dosen Pembimbing : Ani Nurul Imtihanah, M.S.I

Jurusan Perbankan Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO**  
**1443 H/ 2022 M**



**KEMENTERIAN AGAMA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO**  
**(IAIN) METRO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo, Metro Timur Kota Metro Telp. (0725) 41507  
Fax. (0725) 47296

**NOTA DINAS**

Nomor : -  
Lampiran : 1 (satu) berkas  
Perihal : **Pengajuan Permohonan untuk di Munaqosyahkan**

Kepada Yth,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
IAIN Metro  
Di-  
Tempat

***Assalamu'alaikum Wr. Wb***

Setelah kami adakan pemeriksaan dan bimbingan seperlunya maka Skripsi yang disusun oleh:

Nama : SULISMA NOVITASARI  
NPM : 1804101091  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : S1 Perbankan Syariah  
Judul Skripsi : STRATEGI PELAYANAN DALAM MEMPERTAHANKAN NASABAH PEMBIAYAAN MUSYARAKAH PADA BMT ADZKIYA KHIDMATUL UMMAH (AKU) METRO

Sudah kami setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam untuk di Munaqosyahkan. Demikian harapan kami dan atau penerimaannya, kami ucapkan terima kasih.

***Wassalamu'alaikum Wr. Wb***

Metro, April 2022  
Dosen Pembimbing

**Ani Nurul Imtihanah, M.S.I**  
NIDN. 2019069002

## HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : STRATEGI PELAYANAN DALAM  
MEMPERTAHANKAN NASABAH PEMBIAYAAN  
MUSYARAKAH PADA BMT ADZKIYA  
KHIDMATUL UMMAH (AKU) METRO  
Nama : SULISMA NOVITASARI  
NPM : 1804101091  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

## MENYETUJUI

Untuk di Munaqosyahkan dalam sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi  
dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro.

Metro, April 2022  
Dosen Pembimbing



**Ani Nurul Imtihanah, M.S.I**  
NIDN. 2019069002



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

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 Alirangmulyo Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website www.metroiniv.ac.id E-mail iainmetro@metroiniv.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

No: B-1459 / In. 28. 3 / D / PP. 00. 9 / 05 / 2022

Skripsi dengan Judul: STRATEGI PELAYANAN DALAM MEMPERTAHANKAN NASABAH PEMBIAYAAN MUSYARAKAH PADA BMT ADZKIYA KHIDMATUL UMMAH (AKU) METRO, disusun oleh: Sulisma Novitasari, NPM: 1804101091, Jurusan: S1 Perbankan Syariah, telah diujikan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/tanggal: Kamis/14 April 2022.

**TIM PENGUJI:**

Ketua/Moderator : Ani Nurul Imtihanah, M.S.I

Penguji I : Suci Hayati, M.S.I

Penguji II : Esty Apridasari, M.Si

Sekretaris : Lilis Renfiana, M.E



Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Mat Jalil, M.Hum

NIP. 19620812 199803 1 001

## ABSTRAK

### **STRATEGI PELAYANAN DALAM MEMPERTAHANKAN NASABAH PEMBIAYAAN MUSYARAKAH PADA BMT ADZKIYA KHIDMATUL UMMAH (AKU) METRO**

**Oleh :  
SULISMA NOVITASARI  
NPM. 1804101091**

Strategi merupakan suatu proses yang harus dilakukan oleh perusahaan untuk menentukan arah yang harus dituju guna tercapai semua misinya. Strategi pelayanan adalah cara bagaimana menyikapi suatu keadaan dan kenyataan dengan memberikan solusi untuk mampu keluar dari keadaan tersebut. Pembiayaan musyarakah adalah kerjasama antar dua orang atau lebih untuk membangun suatu usaha, dimana masing-masing pihak berkontribusi dalam memberikan dana sebagai modal sesuai dengan kesepakatan dan keuntungan sesuai dengan besarnya modal. Lembaga keuangan adalah lembaga yang menyediakan jasa keuangan bagi nasabahnya, dimana lembaga ini diatur oleh regulasi keuangan dari pemerintah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pelayanan yang diterapkan oleh BMT Adzkiya Khidmatul Ummah (AKU) Metro untuk mempertahankan nasabah pembiayaan musyarakah. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan atau field research, sedangkan sifat penelitian ini bersifat deskriptif. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan wawancara dan dokumentasi. Sumber data yang peneliti gunakan yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

Berdasarkan hasil penelitian, strategi pelayanan yang diterapkan oleh BMT AKU Metro yaitu meningkatkan kualitas pelayanan dengan cara memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap (*responsivie*) dan dengan adanya *call center*. Lalu menjalani hubungan baik dengan nasabah dengan cara memberikan perhatian khusus kepada nasabah dan terakhir memberikan *reward* berupa *parcel* lebaran kepada nasabah yang telah melakukan pembiayaan sebanyak lebih dari 2 kali dan nasabah yang menyicil tepat waktu.

Kata kunci : Strategi, strategi pelayanan, pembiayaan musyarakah, lembaga keuangan

## ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Sulisma Novitasari  
NPM : 1804101091  
Jurusan : S1 Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

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

Metro, Maret 2022  
Yang Menyatakan,



**Sulisma Novitasari**  
NPM. 1804101091

## MOTTO

... وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Artinya :...”Dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya.”  
(al-Maidah : 2)



## HALAMAN PERSEMBAHAN

*Alhamdulillah*, peneliti panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat-Nya, sehingga peneliti berhasil menempuh pendidikan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro dan menyelesaikan skripsi ini. Dengan rasa syukur yang mendalam skripsi ini dipersembahkan untuk orang-orang luar biasa yang ada disekitar saya, mereka adalah saksi perjuangan disaat menempuh pendidikan salah satunya :

1. Ibu saya tercinta. Terimakasih saya ucapkan kepada ibu saya tercinta yang selalu mendo'akan saya agar dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan selalu mendukung saya dengan selalu memberikan motivasi. Dan terimakasih atas segala pengorbanan, nasihat dan doa yang tak hentinya diberikan kepada saya.
2. Keluarga besar saya yang selalu mendukung saya yaitu , Ayah Mul, Siti, Binda, dan adik saya tercinta Fery Saputra.
3. Pembimbing skripsi saya yaitu Ibu Ani Nurul Imtihanah M.S.I yang telah membimbing saya dengan sabar sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Pembimbing akademik yaitu Ibu Enny Puji Lestari, M.E.Sy
5. Sahabat- sahabat saya Bella Novella, Nia Faliha, Vio Ainaya, Dasa, Shada, Desmira, April, Febi, Dea, Mutiara, Silva, Ajeng,dan Winda dan sepupu saya Indah Maghdalena.

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT. Atas taufik hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini, sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan program Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi.

Dalam penyelesaian skripsi ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Ibu Dr. Siti Nurjanah, M.Ag selaku Rektor IAIN Metro.
2. Bapak Dr. Mat Jalil, M.Hum selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Muhammad Ryan Fahlevi, M.M selaku Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah.
4. Ibu Ani Nurul Imtihanah, M.S.I selaku Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan dan masukan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Seluruh dosen serta segenap Civitas Akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Namun penulis menyadari bahwa banyak kekurangan dalam skripsi ini, karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang positif yang dapat membantu memperbaiki hasil penelitian ini.

Akhir kata penulis ucapkan terimakasih bagi dosen dan semua orang yang membantu atas selesainya skripsi ini dan tak lupa penulis selalu berharap semoga skripsi ini kiranya dapat bermanfaat bagi pembaca.

Metro, 20 Maret 2020  
Peneliti



**Sulisma Novitasari**  
NPM. 1804101091

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>NOTA DINAS</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>HALAMAN ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>HALAMAN ORISINILITAS PENELITIAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	<b>viii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>ix</b>
<b>HALAMAN KATA PENGANTAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvi</b>

### **BAB I PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Pertanyaan Penelitian .....	5
C. Tujuan Penelitian .....	5
D. Manfaat Penelitian .....	6
E. Penelitian Relevan.....	6

### **BAB II LANDASAN TEORI**

A. Pengertian Strategi .....	10
B. Strategi Pelayanan Dalam Mempertahankan Nasabah .....	11
1. Kualitas Pelayanan .....	13
2. Relationship Marketing.....	14
3. Memberikan Reward Kepada Nasabah.....	16

C. Loyalitas .....	18
1. Pengertian Loyalitas .....	18
2. Indikator Loyalitas Nasabah .....	19
D. Pembiayaan Musyarakah .....	20
1. Pengertian Musyarakah .....	20
2. Syarat dan Rukun Musyarakah .....	21
3. Keunggulan Pembiayaan Musyarakah .....	22
4. Dasar Hukum Musyarakah .....	23
E. Baitul Mal Wat Tamwil (BMT) .....	24
1. Pengertian BMT .....	24
2. Fungsi BMT .....	25
3. Tujuan dan Peran BMT .....	25

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Jenis dan Sifat Penelitian .....	28
B. Sumber Data .....	29
C. Teknik Pengumpulan Data .....	30
D. Teknik Pengambilan Sampling .....	32
E. Teknik Analisis Data .....	32

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

A. Gambaran Umum BMT Adzikya Khidmatul Ummah (AKU) Metro .....	34
B. Strategi Pelayanan dan Kendala dalam Mempertahankan Nasabah Pembiayaan Musyarakah Pada BMT Adzkiya Khidmatul Ummah (AKU) Metro .....	43
C. Analisis Strategi Pelayanan Dalam Mempertahankan Nasabah Pembiayaan Musyarakah Pada BMT Adzkiya Khidmatul Ummah (AKU) Metro .....	58

**BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	63
B. Saran.....	63

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Jumlah Nasabah di BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro Tahun 2018-2020.....	5
Tabel 4.1	Jenis produk simpanan di BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro.....	40
Tabel 4.2	Jenis produk pembiayaan di BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro.....	42
Tabel 4.3	Jumlah nasabah pembiayaan musyarakah BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro.....	58

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Struktur Organisasi BMT Adzkiya Khidmatul Ummah (AKU) .....	37
---	----



## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 : Alat Pengumpulan Data
- Lampiran 2 : Surat Bimbingan Skripsi
- Lampiran 3 : Surat Izin Research
- Lampiran 4 : Surat Tugas
- Lampiran 5 : Surat Keterangan Lulus Plagiasi
- Lampiran 6 : Formulir Bimbingan
- Lampiran 7 : Surat Balasan Research
- Lampiran 8 : Dokumentasi
- Lampiran 9 : Riwayat Hidup Penulis

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Zaman sekarang tingkat persaingan bisnis semakin tinggi termasuk juga pada lembaga keuangan syariah. Hal ini membuat pengusaha gencar memikirkan bagaimana strategi yang harus dilakukan untuk mempertahankan bisnis ditengah ketatnya persaingan.

Menjalankan suatu bisnis harus merancang strategi untuk mencapai tujuan. Selama melakukan strateginya, perusahaan harus menelusuri dan memantau perkembangan baru di lingkungan internal dan eksternal. Menurut Kenneth R. Andrews bahwa 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.<sup>1</sup>

Menurut Karnaen A. Perwataatmadja, Baitul Mal wal Tamwil merupakan pengembangan ekonomi berbasis masjid sebagai sarana untuk memakmurkan masjid.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta:Rineka Cipta, 2009) 339.

<sup>2</sup> Karnaen A. Perwataatmadja, *Membumikan Ekonomi Islam Di Indonesia*, Depok: Usaha kami, hal.17

Baitu Mal Wal Tamwil adalah lembaga keuangan nonbank yang beroperasi berdasarkan syariah dengan prinsip bagi hasil, yang didirikan oleh dan untuk masyarakat di suatu tempat atau daerah.<sup>3</sup>

Pembiayaan musyarakah merupakan salah satu produk yang ada pada Perbankan Syariah dan Baitul Mal wat Tamwil (BMT). Pengertian dari pembiayaan itu sendiri adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.<sup>4</sup> Sedangkan pengertian dari Musyarakah adalah akad kerjasama yang terjadi di antara para pemilik modal (mitra musyarakah) untuk menggabungkan modal dan melakukan usaha secara bersama dalam suatu kemitraan, dengan nisbah pembagian hasil sesuai dengan kesepakatan, sedangkan kerugian ditanggung secara proposional sesuai dengan kontribusi modal. Musyarakah adalah akad kerjasama antara dua pihak atau lebih untuk memberikan suatu usaha tertentu di mana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana (atau amal/expertise) dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan risiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan.<sup>5</sup>

Jadi dapat disimpulkan bahwa pembiayaan musyarakah adalah kerjasama antara dua orang atau lebih untuk membangun suatu usaha, dimana masing-masing pihak memberikan dana sebagai modal sesuai

---

<sup>3</sup> Azyumardi Azra, *Berdema Untuk Semua*, Jakarta: PT. Mizan Publika, 2003, Hlm 236

<sup>4</sup> Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2001), 92

<sup>5</sup> Naf'an, *Pembiayaan Musyarakah dan Mudharabah*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014, h. 95

dengan kesepakatan dan mendapatkan keuntungan sesuai dengan besarnya modal yang ditanam serta resiko kerugian juga ditanggung bersama.

Lembaga keuangan syariah non-Bank selain sebagai penghimpun dana juga mempunyai fungsi sebagai penyalur dana, yaitu menyalurkan dana yang berlebih kepada unit-unit yang membutuhkan. Kini tidak sulit kita menemui lembaga keuangan syariah baik makro maupun mikro di kalangan masyarakat. BMT adalah salah satu bentuk lembaga keuangan syariah berbasis mikro yang dengan mudahnya dapat dijumpai di lingkungan masyarakat. BMT tidak hanya untuk menghimpun dana dan menyalurkan dana masyarakatan tetapi dapat juga menawarkan produk-produk perbankan dengan menggunakan prinsip-prinsip syariah yang bertujuan mencari keuntungan tanpa meninggalkan jiwa sosial didalamnya. Hoirul Amri.<sup>6</sup>

Ketatnya persaingan tidak hanya terjadi pada lembaga keuangan syariah seperti perbankan syariah, namun juga terjadi pada usaha non-bank seperti Baitul Mal wat Tamwil (BMT). Seperti yang kita lihat BMT di Kota Metro sudah sangat banyak sehingga para pelaku usaha berlomba untuk mengatur strategi mempertahankan nasabah. Begitu juga yang dilakukan oleh BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro. BMT Adzkiya Khidmatul Ummah (AKU) yang berlokasi di Jl. Raya Stadion, Tejoagung, Kec. Metro Timur, Kota Metro merupakan kantor pusat. Sebagai kantor pusat, maka beban yang tanggung oleh BMT Adzkiya

---

<sup>6</sup> Abdul Qodir, Ririn Indah Lestari, "Strategi Peningkatan Loyalitas Nasabah BMT", Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS), Vol 1, No 2, Februari 2020, hlm 135

Khidmatul Ummah Metro sangat besar salah satunya menjaga eksistensi dan mempertahankan nasabah untuk loyal kepada produk-produk yang ada di BMT Adzkiya Khidmatul Ummah. Karena jika BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro mampu bersaing dengan lembaga keuangan non-bank lainnya dan mempertahankan nasabah hal itu juga akan berdampak baik pada cabang-cabang dari BMT Adzkiya Khidmatul Ummah ini sendiri.

Menurut Ibu Septiyani, S.E.Sy selaku bendahara di BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro produk pembiayaan musyarakah merupakan salah satu produk pembiayaan yang banyak diminati nasabah BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro, itulah alasan peneliti memilih produk pembiayaan musyarakah ini untuk penelitian. Karena jika pembiayaan musyarakah adalah salah satu produk yang diminati nasabah artinya margin yang didapatkan BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro ini banyak dihasilkan dari pembiayaan musyarakah.<sup>7</sup>

Kendati demikian, menurut data yang peneliti dapatkan dari Bu Septiyani, S.E.Sy terjadi penurunan nasabah pembiayaan musyarakah pada tahun 2020 sebesar 50% dari tahun 2019 dan mengalami kenaikan kembali pada tahun 2021. Alasan nasabah tidak menggunakan pembiayaan musyarakah bervariasi yaitu, nasabah sudah memiliki modal yang cukup untuk menjalani usaha, kebanyakan nasabah juga mengalami kerugian akibat dampak covid-19 yang melanda Indonesia sejak tahun 2020, dan

---

<sup>7</sup>Hasil wawancara kepada bu Septiyani selaku bendahara di BMT Adzkiya Khidmatul Ummah, pada Senin 13 September 2021, pukul 10.00 WIB

kebanyakan kondisi nasabah saat itu lebih membutuhkan pembiayaan murabahah. Berikut jumlah nasabah Adzkiya Khidmatul Ummah Metro

**Tabel 1.1 Data Jumlah Nasabah BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro**

TAHUN	JUMLAH NASABAH	TINGKAT PENINGKATAN
2018	6.354	3,9%
2019	6.847	7,2 %
2020	7.789	6,3%

Melihat permasalahan diatas, betapa pentingnya BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro sebagai jantung dari beberapa cabang yang ada di Lampung untuk menjaga dan mempertahankan nasabah agar tetap menggunakan produk-produk di BMT Adzkiya Khidmatul Ummah khususnya pada akad pembiayaan musyarakah, namun yang menjadi persoalannya adalah strategi apa yang digunakan BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro untuk mempertahankan loyalitas nasabah, hal inilah yang membuat penulis tertarik mengkaji lebih dalam mengenai “Strategi Mempertahankan Nasabah Pembiayaan Musyarakah Pada BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro

## **B. Pertanyaan Penelitian**

Dilihat dari latar belakang masalah yang telah peneliti paparkan diatas, peneliti merumuskan masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini, yaitu :

Bagaimana strategi pelayanan yang diterapkan oleh BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro dalam mempertahankan nasabah pembiayaan musyarakah ?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pertanyaan penelitian diatas, adapun tujuan penelitian yaitu :

Untuk menganalisis bagaimana strategi pelayanan yang diterapkan oleh BMT BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro dalam mempertahankan nasabah pembiayaan musyarakah

### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah :

1. Secara Teoritis, penelitian ini diharapkan menambah wawasan tentang strategi mempertahankan nasabah pembiayaan musyarakah bagi pembaca dan peneliti selanjutnya
2. Secara Praktis, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi masyarakat umum dan menjadi masukan atau saran bagi BMT Adzkiya Khidmatul Ummah (AKU) Metro guna menambah ilmu pengetahuan tentang strategi mempertahankan nasabah musyarakah pada BMT Adzikya Khidmatul Ummah (AKU) Metro.

## E. Penelitian Relevan

Penelitian relevan dalam penulisan skripsi adalah penelitian karya orang lain yang memiliki keterkaitan dengan tema atau topik penelitian yang akan di bahas oleh peneliti.<sup>8</sup>

Dalam penelitian relevan terdapat beberapa hasil penelitian dari peneliti terdahulu. Dari penelitian relevan tersebut akan kita lihat persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang sedang kita teliti.

*Pertama*, skripsi Nur Mudmainah 1502100286 yang berjudul “Strategi Marketing Dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah Pada BMT Arsyada Kecamatan Batanghari”, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Program Studi Perbankan Syariah IAIN Metro Tahun 2019. Dalam penelitian tersebut dijelaskan bahwa strategi marketing yang dilakukan oleh BMT Arsyada Kecamatan Batanghari untuk mempertahankan loyalitas nasabah menggunakan prinsip saling percaya. Apabila sikap saling percaya dapat di terapkan maka kedua belah pihak dapat saling menguntungkan dan tidak akan ada anggota yang merasa di rugikan.<sup>9</sup>

*Kedua*, skripsi Nirwa 50400114111 yang berjudul “Strategi Customer Service Dalam Meningkatkan Pelayanan PT. Bank Rakyat Indonesia (persero) Tbk. Unit Batua Raya (Pendekatan Manajemen Islam)”, Jurusan Manajemen Dakwah pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar, Tahun 2018. Dalam penelitiannya,

---

<sup>8</sup> *Pedoman Penulisan Skripsi*, (Metro: IAIN Metro, 2018), 30

<sup>9</sup> Nur Mudmainah yang berjudul “Strategi Marketing Dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah Pada Bmt Arsyada Kecamatan Batanghari” Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Metro, 2019



dikemukakan bahwa Strategi customer service dalam memberikan pelayanan ada dua kategori diantaranya strategi pelayanan yang mendasar meliputi karyawan yang bertugas dibagian customer service harus bersikap ramah, komunikatif, name tag yang selalu diperlihatkan. Sedangkan strategi pelayanan yang utama meliputi kompetensi, percaya dan dipercaya, kontribusi, kejujuran, sosial, peduli lingkungan dan inovasi. Peran customer service merupakan salah satu hal yang penting terhadap kepuasan nasabah, karena dengan adanya customer service, nasabah akan mendapatkan segala informasi. Pelayanan customer service berupa memberikan kemudahan kepada para nasabah, karena customer service merupakan jembatan penghubung bagi bank dan nasabah yang ingin mendapatkan pelayanan jasa/produk yang tersedia.<sup>10</sup>

*Ketiga*, jurnal Ferlangga Al Yozika dan Nurul Khalifah yang berjudul “Pengembangan Inovasi Produk Keuangan Dan Perbankan Syariah Dalam Mempertahankan Dan Meningkatkan Kepuasan Nasabah”, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi AAS Surakarta, Jawa Tengah, Vol. 01, No. 02, Agustus, Tahun 2017. Dalam jurnal tersebut dijelaskan bahwa Pengembangan inovasi produk perbankan syariah salah satunya adalah mengembangkan pembiayaan ke sektor korporasi dengan cara menerapkan 1) pembiayaan sindikasi, yakni pembiayaan yang diberikan kepada satu mudharib atau debitur oleh bankbank yang tergabung dalam satu

---

<sup>10</sup> Nirwa, yang berjudul “Strategi Customer Service Dalam Meningkatkan Pelayanan PT. Bank Rakyat Indonesia (persero) Tbk. Unit Batua Raya (Pendekatan Manajemen Islam), Jurusan Manajemen Dakwah Pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Uin Alauddin Makassar, Tahun 2018.

kerjasama (musyarakah). 2) Inovasi dengan *Trade Finance*, fasilitas yang diberikan untuk membiayai kegiatan perdagangan debitur yang berkaitan dengan transaksi perdagangan luar negeri (ekspor-impor) maupun dalam negeri (jual beli). 3) Produk pengelolaan kas. 4) Pembiayaan Start up, adalah usaha dengan menggunakan basis teknologi informasi untuk produknya. 5) Business Development, yaitu salah satu fungsi manajemen perusahaan dalam upaya untuk mengembangkan bisnis yang dimiliki oleh perusahaan.<sup>11</sup>

Penelitian yang peneliti lakukan jika dilihat dengan penelitian sebelumnya terdapat perbedaan pada objek penelitian. Penelitian sebelumnya berobjek pada kualitas pelayanan, *customer service*, dan pemasaran, sedangkan penelitian yang peneliti lakukan berobjek pada produk perbankan. Persamaan penelitian relevan dengan penelitian yang sedang diteliti peneliti adalah sama-sama membahas tentang strategi mempertahankan nasabah.

---

<sup>11</sup> Ferlangga Al Yozika & Nurul Khalifah, “Pengembangan Inovasi Produk Keuangan Dan Perbankan Syariah Dalam Mempertahankan Dan Meningkatkan Kepuasan Nasabah”, *Edunomika*, Vol. 01, No. 02, 2017

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Strategi**

##### **1. Pengertian Strategi**

Strategi adalah suatu pola yang direncanakan dan ditetapkan secara sengaja untuk melakukan kegiatan atau tindakan. Strategi mencakup tujuan kegiatan, siapa yang terlibat dalam kegiatan, isi kegiatan, proses kegiatan, dan sarana penunjang kegiatan.<sup>1</sup>

Strategi adalah suatu rencana yang disusun dan dikelola dengan memperhitungkan berbagai sisi dengan tujuan agar pengaruh rencana tersebut bisa memberikan dampak positif bagi organisasi tersebut secara jangka panjang.<sup>2</sup>

Menurut Kenneth R. Andrews, strategi adalah suatu proses mengevaluasi kekuatan dan kelemahan perusahaan di bandingkan dengan peluang dan ancaman yang ada dalam lingkungan yang di hadapi dan memutuskan strategi pasar produk yang menyesuaikan kemampuan perusahaan dengan peluang lingkungan<sup>3</sup>

Strategi adalah merupakan rencana yang disatukan, luas dan berintegrasi yang berhubungan dengan keunggulan strategis perusahaan terhadap

---

<sup>1</sup> Abdul Majid, Strategi Pembelajaran, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya Offset, 2013),

<sup>2</sup> Irham Fahmi, *Manajemen Strategi*, (Bandung:Alfabeta, 2015), 2.

<sup>3</sup> Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta:Rineka Cipta, 2009), 339

tantangan lingkungan, yang dirancang untuk dapat memastikan tujuan dari perusahaan dapat dicapai pelaksanaannya yang tepat oleh organisasi.<sup>4</sup>

Dari pengertian-pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa strategi adalah rencana yang disusun dengan matang dan terorganisir guna mencapai tujuan dari perusahaan tersebut.

## **B. Strategi Pelayanan Dalam Mempertahankan Nasabah**

### **a. Pengertian Strategi Pelayanan**

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia dijelaskan bahwa pelayanan adalah sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain, sedangkan melayani yaitu membantu menyiapkan (mengurusi apa yang diperlukan seseorang). Pada hakekatnya pelayanan adalah serangkaian kegiatan yang merupakan proses. Sebagian proses pelayanan berlangsung secara rutin dan berkesinambungan meliputi seluruh kehidupan orang dalam masyarakat, proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain.<sup>5</sup>

Strategi pelayanan adalah bagian sentral strategi bisnis perusahaan yang juga meliputi tujuan keuntungan, pasar, teknologi, dan sebagainya. Hal ini harus mencakup keperluan dan harapan konsumen, kegiatan pesaing, dan wawasan untuk masa depan.<sup>6</sup>

---

<sup>4</sup> Rahmi Yuliana, "Analisis Strategi Pemasaran Pada Produk Sepeda Motor Matik Berupa Segmentasi, Targeting, Dan Positioning Serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Semarang", Vol. 5 No. 2 2013, 81

<sup>5</sup> Tim Penyusun, Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta: Balai Pustaka, 1990), h.415

<sup>6</sup> Denis Walker, Mendahulukan Kepuasan Pelanggan : Strategi Untuk Memberikan Pelayanan Terbaik, Penerjemah : Anton Adiwitoyo, (Tangerang: Binarupa Askara : 2011), h. 25

Menurut Freddy Rangkuti, pelayanan adalah upaya untuk memenuhi harapan pelanggan dan sikap yang dapat mengakibatkan rasa puas.<sup>7</sup> Jika pelayanan yang diterima konsumen melebihi harapan konsumen, maka pelayanan dapat dikatakan sebagai pelayanan yang baik atau ideal. Namun jika pelayanan yang diterima lebih rendah dari harapan konsumen, maka pelayanan dikatakan buruk. Dengan demikian baik tidaknya pelayanan tergantung pada kemampuan-kemampuan penyediaan layanan dalam memenuhi harapan konsumennya.

Menurut Malayu S.P Hasibuan pelayanan (service) adalah kegiatan pemberian jasa dari satu pihak kepada pihak yang lainnya. Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dilakukan secara ramah tamah, adil, cepat, dan dengan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya.<sup>8</sup>

Dalam memberikan sebuah pelayanan yang baik kepada konsumen, tentu sebuah perusahaan mempunyai tujuan dari pemberian pelayanan tersebut. Tujuan pelayanan yang berkualitas adalah sebagai berikut:<sup>9</sup>

- a) Untuk menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan.
- b) Untuk menghindari terjadinya tuntutan-tuntutan konsumen.
- c) Untuk menciptakan kepercayaan dan kepuasan konsumen.

---

<sup>7</sup> Freddy Rangkuti, *Customer Service Satisfaction & Call Center*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2013), h.6

<sup>8</sup> Sentot Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), Edisi pertama, h.178

<sup>9</sup> Susatyo Herlambang, *Manajemen Pelayanan Kesehatan Rumah Sakit*, (Yogyakarta: Gosyen Publishing, 2016), h.13

d) Untuk menjaga agar konsumen merasa diperhatikan segala kebutuhannya.

e) Untuk mempertahankan konsumen

Sedangkan strategi pelayanan merupakan cara untuk mencapai suatu tujuan yang dilakukan melalui jasa berupa sikap, kecepatan, hubungan ataupun hal lain guna memperoleh kepuasan konsumen

## **b. Kualitas Pelayanan**

### **1. Pengertian Kualitas Pelayanan**

Menurut Goetsch dan Davis, kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau bahkan mungkin melebihi harapan. Kualitas pelayanan juga diartikan sebagai sesuatu yang berhubungan dengan terpenuhinya harapan/kebutuhan pelanggan (masyarakat), dimana pelayanan dikatakan berkualitas apabila dapat menyediakan produk dan atau jasa sesuai dengan kebutuhan para pelanggan (masyarakat).<sup>10</sup>

Menurut Kotler yang dikutip oleh Etta Mamang Sangadji dan Sopiha, merumuskan bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.<sup>11</sup>

---

<sup>10</sup> Dr.H.Amin Ibrahim, Drs., MA. *Teori dan Konsep Pelayanan Publik Serta Implementasinya*. Bandung: CV. Mandar Maju, 2008, halm 22

<sup>11</sup> Etta Mamang Sangadji dan Sopiha, *Perilaku Konsumen, Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*, (Yogyakarta: ANDI, 2013), hal. 99

Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa baik tingkat pelayanan yang diberikan pelaku usaha kepada konsumen guna memenuhi harapan konsumen.

## 2. Dimensi Kualitas Pelayanan

Pasuraman mengemukakan lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu:<sup>12</sup>

- a) *Reliability* (kehandalan), yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat (*accurately*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependably*), terutama memberikan jasa secara tepat waktu (*ontime*), dengan cara yang sama sesuai dengan jadwal yang telah dijanjikan dan tanpa melakukan kesalahan.
- b) *Responsiveness* (daya tanggap), yaitu kemampuan atau keinginan para karyawan untuk membantu dan memberikan jasa yang dibutuhkan konsumen. Membiarkan konsumen menunggu, terutama tanpa alasan yang jelas akan menimbulkan kesan negatif yang tidak seharusnya terjadi. Kecuali apabila kesalahan ini ditanggapi dengan cepat, maka bisa menjadi sesuatu yang berkesan dan menjadi pengalaman yang menyenangkan.
- c) *Assurance* (jaminan), meliputi pengetahuan, kemampuan, ramah, sopan, dan sifat dapat dipercaya dari kontak personel

---

<sup>12</sup> Etta Mamang Sangadji dan Sopiha, *Perilaku Konsumen, Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*, (Yogyakarta: ANDI, 2013), hal. 100-101

untuk menghilangkan sifat keragu-raguan konsumen dan merasa terbebas dari bahaya dan resiko.

### c. *Relationship Marketing*

#### 1. **Pengertian *Relationship Marketing***

Menurut Murry, *relationship marketing* dikaitkan dengan upaya untuk menjalin hubungan jangka panjang dengan pelanggan, yang mana terdapat hubungan yang kokoh dan saling menguntungkan antara penyedia jasa dan pelanggan yang dapat membangun adanya transaksi ulang dan menciptakan loyalitas pelanggan.<sup>13</sup>

Chan S mendefinisikan *relationship marketing* sebagai praktek membina hubungan yang lebih dekat agar menciptakan komunikasi dua arah dan menghasilkan hubungan saling menguntungkan antara pelanggan dan perusahaan.<sup>14</sup>

Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa *relationship marketing* adalah upaya untuk menjaga hubungan jangka panjang dengan nasabah guna terciptanya hubungan yang baik agar nasabah loyal terhadap produk kita.

---

<sup>13</sup> Nurudin, Pengaruh *relationship Marketing*, Citra Perusahaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah, Jurnal STIE Semarang, Vol. 10, No. 1, 2018, 21.

<sup>14</sup> Arie Indra Gunawan, Peningkatan Loyalitas Nasabah Perbankan Melalui Strategi *Relationship Management*, Edunomic, Vol. 3, No. 2, 2015, 290.



## 2. Faktor-Faktor Pembentuk *Relationship Marketing*

Berdasarkan pendapat Tandjung, *relationship marketing* dapat bertumbuh dengan melalui beberapa cara di antaranya sebagai berikut:<sup>15</sup>

- a. *Interaction customer relationship*, terjadi pada saat pertemuan pertama antara satu kelompok dengan kelompok yang lain, yang mana dalam interaksi tersebut terjadi komunikasi dua arah.
- b. *Coordinating activities*, kegiatan interaksi dua arah yang membutuhkan koordinasi terhadap aktivitas yang membantu terjalinnya hubungan yang baik.
- c. *Adaptions*, tujuan utama dari kegiatan bisnis adalah untuk menciptakan kepuasan bersama. tidak ada kegiatan yang terjalin baik tanpa adanya adaptasi karena adaptasi bisa menciptakan kondisi yang saling menguntungkan.

### d. Memberikan *Reward* Kepada Nasabah

#### 1. Pengertian *Reward* (penghargaan)

Menurut bahasa kata *reward* berarti ganjaran, hadiah, upah.<sup>16</sup> Sedangkan dalam kamus lengkap psikologi *reward* merupakan sembarang perangsang, situasi atau pernyataan lisan yang bisa menghasilkan kepuasan atau menambah kemungkinan suatu perbuatan.<sup>17</sup>

---

<sup>15</sup> Indri Hastuti Listyawati, Implementasi Relationship Marketing Sebagai Strategi Mempertahankan Loyalitas Pelanggan, JBMA, Vol. 1, No. 2, 2013, 27.

<sup>16</sup> John Echols dan Hasan Shadilly, Kamus Inggris Indonesia, (Jakarta: PT Gramedia utama, 1976), 184.

<sup>17</sup> J.P. Chaplin, Kamus Lengkap Psikologi, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2004), cet. ke-9, 436.

*Reward* adalah ganjaran, hadiah, penghargaan atau imbalan yang bertujuan agar seseorang menjadi lebih giat lagi usahanya untuk memperbaiki atau meningkatkan kinerja yang telah dicapai.<sup>18</sup> *Reward* adalah insentif yang mengaitkan bayaran atas dasar untuk dapat meningkatkan produktivitas para karyawan guna mencapai keunggulan yang kompetitif.<sup>19</sup>

Jadi, dapat disimpulkan bahwa *reward* adalah ganjaran atau hadiah yang diberikan kepada seseorang sebagai bentuk apresiasi karena telah bekerja keras guna mencapai keunggulan yang kompetitif

## **2. Macam-Macam *Reward***

*Reward* dapat diklasifikasikan kedalam dua kategori utama yaitu :

- *Reward Intrinsik*, yaitu sebuah penghargaan yang diterima oleh seorang karyawan yang berasal dari dalam diri karyawan tersebut. Penghargaan ini biasanya berupa rasa puas dan terkadang juga berupa perasaan bangga terhadap sebuah pekerjaan yang telah dikerjakan sebelumnya. Beberapa bentuk penghargaan intrinsik yaitu : a) Penyelesaian (*Completion*) b) Pencapaian (*Achievement*) c)

---

<sup>18</sup> Bambang Nugroho, *Reward dan Punishment*,(Jakarta: Buletin CiptaKarya, Departemen Pekerjaan Umum, edisi no 6, 2006), 5.

<sup>19</sup> Henry Simamora, *Manajemen Sumberdaya Manusia*,(Yogyakarta: STIE YKPN, 2004), 514.

Otonomi (*Autonomy*) d) Pertumbuhan pribadi (*Personal growth*)

- *Reward Ekstrinsik*, adalah sebuah penghargaan yang diberikan oleh seseorang yang memiliki jabatan lebih tinggi atas pencapaian yang telah seseorang capai. Bentuk penghargaan ini mencakup kompensasi langsung (gaji dan upah, tunjangan, bonus), kompensasi tidak langsung (pesangon, jaminan sosial, asuransi) dan penghargaan bukan uang (promosi jabatan).<sup>20</sup>

### C. Loyalitas Nasabah

#### a. Pengertian Loyalitas Nasabah

Gramer dan Brown dalam Utomo<sup>21</sup> memberikan definisi mengenai Loyalitas yaitu derajat sejauh mana seorang nasabah menunjukkan perilaku pembelian berulang dari suatu penyedia jasa, memiliki suatu desposisi atau kecenderungan sikap positif terhadap penyedia jasa, dan hanya mempertimbangkan untuk menggunakan penyedia jasa ini pada saat muncul kebutuhan untuk memakai jasa ini.

Sedangkan Loyalitas menurut Tjiptono<sup>22</sup> adalah situasi dimana nasabah bersikap positif terhadap produk atau produsen (penyedia jasa/produk) dan disertai pola pembelian ulang yang konsisten.

---

<sup>20</sup> Ivancevich, Konopaske dan Matteso, *Perilaku Manajemen Dan Organisasi: alih bahasa Gina Gama*, (Jakarta: Erlangga, 2007), 226-227

<sup>21</sup> Utomo, Priyanto Doyo, "*Analisis Terhadap Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Pada Operator Telepon Seluler*", Tesis, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, 2006, hlm. 27.

<sup>22</sup> Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, Andi Offset, Yogyakarta, 2000, hlm. 111

Parasuraman dalam Akbar dan Parvez<sup>23</sup> bahwa loyalitas nasabah sebagai kerangka berpikir nasabah yang memegang sikap yang disukai terhadap sebuah perusahaan, berkomitmen untuk membeli lagi produk/jasa perusahaan serta merekomendasikan produk/jasa tersebut.

Dari definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa loyalitas nasabah merupakan kepuasan yang dirasakan nasabah terhadap suatu produk sehingga nasabah tersebut setia menggunakan produk dari suatu perusahaan/bank secara berulang-ulang dan dalam jangka waktu yang panjang.

#### **b. Indikator Loyalitas Nasabah**

Nasabah yang loyal merupakan asset penting bagi perusahaan. Hal ini dapat dilihat dari indikator yang dimilikinya sebagaimana diungkapkan Griffin, Nasabah yang loyal memiliki karakteristik sebagai berikut : <sup>24</sup>

- a. Melakukan pembelian secara teratur
- b. Membeli antar lini produk/ jasa
- c. Mereferensikan kepada orang lain
- d. Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing.

Menurut Kartajaya Hermawan bahwa karakteristik loyalitas nasabah dapat didasarkan pada perilaku pembeli antara lain: <sup>25</sup>

---

<sup>23</sup> Akbar, Muhammad Muzahid dan Noorjahan Parvez, "Impact of service, quality, trust and customer satisfaction on customer loyalty. ABAC Vol. 29, No. 1, (January-April), pp.24-38, 2009, hlm. 27.

<sup>24</sup> Rattih Huriyati, "Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen", hlm, 130

- a. Melakukan pembelian berulang secara teratur (*repeat purchase*).
- b. Membeli antar lini produk dan jasa (*purchase across product lines*).
- c. Mereferensikan kepada orang lain (*referrals*).
- d. Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing (*retention*).

#### **D. Pembiayaan Musyarakah**

##### **a. Pengertian Musyarakah**

Al-musyarakah adalah akad kerja sama antara dua pihak atau lebih untuk melakukan usaha tertentu. Masing-masing pihak memberikan dana atau amal dengan kesepakatan bahwa keuntungan atau risiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan.<sup>26</sup>

Musyarakah merupakan salah satu jenis kontrak yang diterapkan oleh perbankan syariah. Musyarakah diterapkan melalui mekanisme pembagian keuntungan serta kerugian (*profit loss sharing*) diantara para pihak (mitra/syarik) melalui *metode profit* maupun *revenue sharing*. Porsi pembiayaan dengan akad Musyarakah saat ini hanya berkontribusi sebesar 22% dari total pembiayaan Perbankan Syariah Indonesia sementara Murabahah sekitar 60%. Konsep *profit loss sharing* dalam akad Musyarakah merupakan ciri khusus sebagai pembeda antara aktivitas perbankan syariah dengan perbankan konvensional. Tanggung renteng atas keuntungan dan kerugian yang dialami antara Bank dan Nasabah menjadi

---

<sup>25</sup> Hermawan Kartajaya, *Boosting Loyalty Marketing Performance*, Markplus Inc, Jakarta & Mizan Pustaka, Bandung, 2007, hlm. 4

<sup>26</sup> Khaerul Umam, *Manajemen Perbankan Syariah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013), 32

kriteria khusus yang dapat menarik jumlah Nasabah lebih banyak jika Bank mampu mengelola risiko dengan baik.

Akad Musyarakah dapat diaplikasikan dan dikembangkan dalam berbagai bentuk produk pembiayaan baik yang bersifat produktif maupun konsumtif untuk tujuan modal kerja usaha, investasi maupun konsumsi.

Dalam rangka mewujudkan pelaksanaan setiap aktivitas perbankan syariah yang sesuai dengan prinsip dan standar syariah serta meminimalisir risiko atas produk Musyarakah maka diperlukan suatu kerangka standar operasional produk yang komprehensif dan konsisten sejalan dengan prinsip syariah.<sup>27</sup>

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa musyarakah adalah kerjasama antara dua orang atau lebih untuk membangun suatu usaha dengan menanamkan modalnya masing-masing dengan keuntungan dibagi berdasarkan kesepakatan dan kerugian di tanggung sesuai porsi modal yang di setor, sedangkan pembiayaan musyarakah adalah pembiayaan dimana bank memberikan modal kepada nasabah untuk usahanya, setelah itu bank dan nasabah menyepakati bagi hasil yang diterima masing-masing sesuai dengan modal yang ditanamkan.

#### **b. Syarat dan Rukun Musyarakah**

Rukun dari *Musyarakah* yang harus dipenuhi dalam transaksi ada beberapa, yaitu sebagai berikut:

---

<sup>27</sup>Dr. Mulya E. Siregar Ahmad Buchori, Otoritas Jasa Keuangan, “*Standar Produk Perbankan Syariah Musyarakah dan Musyarakah Mutanaqishah*” (Jakarta, 2016),14

- a. Pelaku akad, para mitra usaha
- b. Objek akad, yaitu modal (mal), kerja (drabah)
- c. *Shighar*, yaitu Ijab dan Qabul
- d. Nisbah keuntungan (bagi hasil)<sup>28</sup>

Syarat-syarat yang berhubungan dengan musyarakah menurut Hanafiyah dibagi menjadi empat bagian sebagai berikut:

- a. Sesuatu yang bertalian dengan semua bentuk musyarakah baik dengan harta maupun dengan yang lainnya. Dalam hal ini terdapat dua syarat, yaitu: 1) Yang berkenaan dengan benda yang diakadkan adalah harus dapat diterima sebagai perwakilan. 2) Yang berkenaan dengan keuntungan, yaitu pembagian keuntungan harus jelas dan dapat diketahui dua pihak, misalnya setengah, sepertiga dan yang lainnya.
- b. Sesuatu yang berkaitan dengan musyarakah mal (harta), dalam hal ini terdapat perkara yang harus dipenuhi yaitu: 1) Bahwa modal yang dijadikan objek akad musyarakah adalah dari pembayaran (nuqud), seperti junaih, riyal dan rupiah. 2) Yang dijadikan modal (harta pokok) ada ketika akad musyarakah dilakukan, baik jumlahnya sama maupun berbeda.
- c. Sesuatu yang berkaitan dengan syarikat mufawadhah disyaratkan: 1) modal (pokok harta) dalam syirkah mufawadhah harus sama, 2) bagi yang besyirkah ahli untuk

---

<sup>28</sup> Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta: Rajawali Pres, 2013), hlm 52

kafalah. 3) bagi yang dijadikan objek akad disyaratkan syurkah umum, yakni pada semua macam jual beli atau perdagangan.<sup>29</sup>

#### c. Keunggulan Pembiayaan Musyarakah

- a) Lebih menguntungkan karena prinsip bagi hasil
- b) Mekanisme pengembalian yang fleksibel sesuai dengan realisasi usaha
- c) Memberi kemudahan dari bisnis anda<sup>30</sup>

#### d. Dasar Hukum Musyarakah

Dasar hukum musyarakah terdapat pada Al-qura`an surah Sad ayat 24 :

قَالَ لَقَدْ ظَلَمَكَ بِسُؤَالٍ نَعَجْتِكَ إِلَىٰ نِعَاجَةٍ ط وَإِنْ  
كَثِيرًا مِّنَ الْخُلَطَاءِ لِيَبْغِيَ بَعْضُهُمْ عَلَىٰ بَعْضٍ إِلَّا  
الَّذِينَ ءَامَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَقَلِيلٌ مَّا هُمْ وَظَنَّ  
دَاوُدُ أَنَّمَا فَتَنَّاهُ فَاسْتَغْفَرَ رَبَّهُ وَخَرَّ رَاكِعًا وَأَنَابَ ﴿۝۲۴﴾

Artinya : Daud berkata: "Sesungguhnya dia telah berbuat zalim kepadamu dengan meminta kambingmu itu untuk ditambahkan kepada kambingnya. Dan sesungguhnya kebanyakan dari orang-orang yang berserikat itu sebahagian mereka berbuat zalim kepada sebahagian yang lain, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal yang saleh; dan amat sedikitlah mereka ini". Dan Daud mengetahui bahwa Kami mengujinya; maka ia meminta ampun kepada Tuhannya lalu menyungkur sujud &bertaubat.<sup>31</sup>

Kesimpulan dari ayat tersebut adalah daud berkata (sesungguhnya dia telah berbuat zalim kepadamu dengan meminta kambingmu itu

<sup>29</sup> Hendi suhendi, Fiqh Muamalah, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hlm 127.

<sup>30</sup> Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta: Rajawali Pres, 2013), hlm 56

<sup>31</sup> Q.S Sad/ 38 : 24



untuk ditambahkan kepada kambingnya). Sesungguhnya kebanyakan dari orang-orang yang berserikat adalah orang yang zalim, kecuali orang-orang yang beramal shaleh. Setelah nabi Daud menyadari kelalaiannya ini dia langsung bertobat kepada Allah SWT.

## **E. Baitul Mal Wat Tamwil (BMT)**

### **a. Pengertian BMT**

Menurut Karnaen A. Perwataatmadja, Baitul Mal wal Tamwil merupakan pengembangan ekonomi berbasis masjid sebagai sarana untuk memakmurkan masjid.<sup>32</sup>

Menurut Abdul Aziz dan Mariyah Ulfah Baitul Mal wa Tamwil (BMT) adalah lembaga keuangan mikro yang dioperasikan dengan prinsip bagi hasil, menumbuhkan kembangkan bisnis usaha mikro dan kecil dalam rangka mengangkat derajat dan martabat serta membela kepentingan kaum fakir miskin.<sup>33</sup>

Baitu Mal Wal Tamwil adalah lembaga keuangan nonbank yang beroperasi berdasarkan syariah dengan prinsip bagi hasil, yang didirikan oleh dan untuk masyarakat di suatu tempat atau daerah.<sup>34</sup>

Dari beberapa definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa BMT adalah lembaga keuangan mikro yang menggunakan prinsip bagi hasil dan didalamnya terdapat kegiatan menghimpun dana dari masyarakat

---

<sup>32</sup> Karnaen A. Perwataatmadja, *Membumikan Ekonomi Islam Di Indonesia*, Depok: Usaha kami, hal.17

<sup>33</sup> Azyumardi Azra, *Berdema Untuk Semua*, Jakarta: PT. Mizan Publika, 2003, Hlm 236

<sup>34</sup> PINBUK(t.t), Pedoman Cara Pembentuk BMT Balai Usaha Mandiri Terpadu, PINBUK, Jakarta, hal.1

dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat guna membantu masyarakat menumbuhkembangkan usaha mikro nya.

#### **b. Fungsi BMT**

BMT memiliki dua fungsi sesuai dengan kepanjangannya yaitu baitu tamwil yang berarti rumah pembiayaan atau bisnis dan baitu maal yang berarti rumah harta atau sosial. Kedua fungsi tersebut merupakan pembeda BMT dengan lembaga keuangan Islam lainnya. Fungsi sosial yang dilakukan BMT adalah penghimpunan dan penyaluran dana zakat, infaq, shodaqoh. Sedangkan fungsi bisnis yang dijalankan BMT adalah pembiayaan untuk masyarakat sekitar BMT.<sup>35</sup>

#### **c. Tujuan dan Peran BMT**

Didirikannya Baitul Maal wat Tamwil (BMT) bertujuan untuk meningkatkan kualitas usaha ekonomi untuk kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya.<sup>36</sup> Dengan hadirnya BMT tidak dibenarkan para anggota dan masyarakat menjadi sangat tergantung kepada BMT. Khususnya anggota BMT harus diberdayakan supaya dapat mandiri. Sedangkan masyarakat yang menjadi anggota BMT dapat meningkatkan taraf hidup melalui peningkatan usahanya.

---

<sup>35</sup> Rana Ayu Azizah, Noven Suprayogi, "Analisis Keoptimalan Fungsi Baitul Maal Pada Lembaga Keuangan Mikro Islam (Studi Kasus Pada BMT Nurul Jannah Di Gresik dan BMT Muda Di Surabaya)" JESTT, Vol. 1, No. 12, 2014, 848

<sup>36</sup> Veithzal Rivai, et. all., Financial Institution Management (Manajemen Kelembagaan Keuangan): Disajikan Secara Lengkap Dari Teori Hingga Aplikasi, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), 128

Pemberian modal pinjaman sedapat mungkin memandirikan ekonomi para peminjam. Oleh karena itu, sangat perlu dilakukan pendampingan. Dalam pelemparan pembiayaan, BMT harus dapat menciptakan suasana keterbukaan, sehingga dapat mendeteksi berbagai kemungkinan yang timbul dari pembiayaan.<sup>37</sup>

Keberadaan BMT setidaknya harus memiliki beberapa peran yaitu sebagai berikut:<sup>38</sup>

- a) Menjauhkan masyarakat dari praktik ekonomi yang bersifat non Islam. Bisa dilakukan dengan pelatihan-pelatihan mengenai cara-cara bertransaksi yang Islami, misalnya supaya ada bukti dalam transaksi, dilarang curang, jujur terhadap konsumen, dan sebagainya.
- b) Melakukan pembinaan dan pendanaan usaha mikro. BMT harus bersikap aktif melakukan fungsi sebagai lembaga keuangan mikro, misalnya dengan jalan pendampingan, pembinaan, penyuluhan, dan pengawasan terhadap usaha-usaha anggota BMT.
- c) Melepaskan ketergantungan pada rentenir, masyarakat yang masih tergantung pada rentenir disebabkan rentenir mampu memenuhi keinginan masyarakat dalam memenuhi dana dalam segera. Maka BMT harus mampu melayani masyarakat lebih baik, misalnya

---

<sup>37</sup> Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal wa Tamwil (BMT)*, (Yogyakarta: UII Press, 2004), hal. 128

<sup>38</sup> Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah: Deskripsi dan Ilustrasi*, (Yogyakarta: Ekonosia, 2003) hal. 97

tersedia dana setiap saat, birokrasi yang sederhana, dan lain sebagainya.

- d) Menjaga keadilan ekonomi masyarakat dengan distribusi yang rata.<sup>39</sup>

Fungsi BMT langsung berhadapan dengan masyarakat yang kompleks diwajibkan harus pandai bersikap, oleh karena itu langkah-langkah untuk melakukan evaluasi dalam rangka pemetaan skala prioritas yang harus diperhatikan, contohnya dalam masalah pembiayaan, BMT harus memperhatikan kelayakan anggota dalam hal golongan anggota dan juga jenis pembiayaan yang dilakukan.

---

<sup>39</sup> Heri Sudarsono, Bank dan Lembaga Keuangan Syariah: Deskripsi dan Ilustrasi, (Yogyakarta: Ekonosia, 2003), 98

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### A. Jenis dan Sifat Penelitian

##### 1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian lapangan (*field research*), yaitu penelitian yang langsung terjun ke lapangan untuk mengadakan pengamatan tentang sesuai fenomena dalam suatu keadaan alamiah.<sup>1</sup>

Dari pengertian diatas, dapat dipahami bahwa penelitian lapangan (*field research*) adalah penelitian yang perlu dilakukan secara langsung ke lapangan untuk meneliti secara mendalam guna menghasilkan informasi yang lebih akurat tentang Strategi Pelayanan Dalam Mempertahankan Nasabah Pembiayaan Musyarakah Pada BMT Adzkiya Khidmatul Ummah (AKU) Metro

##### 2. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif, yaitu penelitian yang dilakukan dengan menjelaskan atau menggambarkan variable masalah dan sekarang (sedang terjadi).<sup>2</sup> Dan data yang dihasilkan dari penelitian ini adalah data kualitatif.

---

<sup>1</sup> Ilexy J, Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014), 26.

<sup>2</sup> Sandu Siyoto, Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 11

Dari penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa penelitian yang bersifat deskriptif yaitu penelitian yang menggambarkan suatu fenomena-fenomena yang terjadi dilapangan, kemudian menggambarkan nya dengan kalimat untuk menarik sebuah kesimpulan.

Penelitian ini akan mendeskripsiksn tentang Strategi Pelayanan Dalam Mempertahankan Nasabah Pembiayaan Musyarakah Pada BMT Adzkiya Khidmatul Ummah (AKU) Metro

## **B. Sumber Data**

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

Sumber data primer yaitu sumber data yang digunakan untuk mendapat segala informasi mengenai fakta, dan realitas yang terkait dengan suatu penelitian yang mana kaitannya sangat jelas dan secara langsung.<sup>3</sup>

Dari penjelasan diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa data primer adalah data yang diperoleh langsung dari narasumber yang merupakan objek penelitian tersebut.

Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data primer adalah Pimpinan BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro dan Manager Pembiayaan BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro dan Bendahara BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro.

---

<sup>3</sup> Ibrahim, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Pontianak: Perpustakaan Nasional, 2015), 70.

## 2. Sumber Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang tidak langsung yang dapat dijadikan sumber pendukung data primer untuk mendapatkan data informasi, fakta dan realitas serta dapat memperjelas gambaran dalam sebuah penelitian.<sup>4</sup>

Dari pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melainkan dari beberapa sumber seperti internet, perpustakaan, media massa, ensiklopedia, dan statistik pemerintah.

Dalam penelitian ini sumber data sekunder diperoleh dari internet, seperti jurnal, skripsi yang berkaitan dengan judul peneliti yaitu Strategi Mempertahankan Nasabah Pembiayaan Musyarakah Pada Bmt Adzkiya Khidmatul Ummah (AKU) Metro.

## C. Teknik Pengumpulan Data

### 1. Wawancara

Wawancara adalah proses tanya-jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan dalam mana dua orang atau lebih bertatap muka mendengarkan secara langsung informasi-informasi atau keterangan-keterangan.<sup>5</sup> Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang sering digunakan oleh peneliti karena

---

<sup>4</sup> Ibrahim, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 72

<sup>5</sup> Cholid Narbuko, Abu Achmadi, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), 83

wawancara memiliki sifat langsung sehingga lebih mudah mendapatkan data-data yang diperlukan.

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan jenis wawancara terstruktur karena berpedoman pada pertanyaan yang telah disusun secara sistematis terkait dengan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian dan jenis wawancara kelompok karena narasumber yang akan diwawancarai berjumlah lebih dari 1 orang, yaitu Pimpinan BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro, Manager Pembiayaan BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro, Dan Bendahara serta nasabah di BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro

## **2. Dokumentasi**

Dokumentasi adalah alat yang digunakan dalam penelitian untuk mendapatkan informasi berupa tulisan, gambar, bografi, data jumlah nasabah, peraturan serta kebijakan yang dapat dijadikan bahan untuk menunjang penelitian.<sup>6</sup>

Dalam teknik pengumpulan data ini, peneliti mengumpulkan informasi yang berasal dari tim marketing pembiayaan mengenai data nasabah yang masih menggunakan pembiayaan musyarakah dan nasabah yang tidak menggunakan pembiayaan musyarakah pada BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro (AKU)

---

<sup>6</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, 396.ni



#### **D. Teknik Pengambilan Sampling**

Sampel dalam penelitian kualitatif bukan dinamakan responden, tetapi sebagai narasumber, atau partisipan, informan, teman dan guru dalam penelitian. Sampel dalam penelitian kualitatif juga bukan disebut sampel statistik, tetapi sampel teoritis karena tujuan penelitian kualitatif adalah untuk menghasilkan teori.<sup>7</sup>

Untuk menentukan *sampling* penelitian, peneliti menggunakan teknik *Quota Sampling*. *Quota Sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan cara menetapkan jumlah tertentu sebagai target yang harus dipenuhi dalam pengambilan sampel dari populasi (khususnya yang tidak terhitung atau tidak jelas). Kemudian dengan patokan jumlah tersebut peneliti mengambil sampel secara sembarang asal memenuhi persyaratan sebagai sampel dari populasi tersebut.<sup>8</sup>

#### **E. Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang di peroleh dari wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan mana yang di pelajari, dan membuat

---

<sup>7</sup> Ilexy J, Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, ( Bandung: PT RemajaRosdakarya, 2005), 298.

<sup>8</sup> Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah: Deskripsi dan Ilustrasi*, (Yogyakarta: Ekonosia, 2003) hal. 97

kesimpulan sehingga mudah di pahami oleh diri sendiri maupun orang lain.<sup>9</sup>

Dari pengertian diatas dapat dipahami bahwa teknik analisis data adalah proses mengumpulkan, menyusun secara sistematis semua data yang telah didapatkan pada saat penelitian dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori dan membuat kesimpulan sehingga lebih mudah dipahami oleh diri sendiri maupun pembaca.

Kaitannya dalam menganalisis data, peneliti menggunakan data informasi yang telah diperoleh dari wawancara, dokumentasi, studi kepustakaan, dan berbagai sumber lainnya yang terdapat pada internet. Jadi, dari data-data yang terkumpulkan melalui analisis data kemudian dikaji secara sistematis guna menarik kesimpulan untuk mengetahui bagaimana penerapan strategi pelayanan yang digunakan BMT Adzkiya dalam mempertahankan nasabah pembiayaan musyarakah.

---

<sup>9</sup> Sugiono, *Metode Penelitian*, 244

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum BMT Adzkiya Khidmatul Ummah (Aku) Metro**

##### **1. Sejarah BMT Adzkiya Khidmatul Ummah (AKU) Metro**

Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) Adzkiya Khidmatul Ummah yang disingkat KSPPS BMT AKU berdiri pada tanggal 06 MEI 2012. Melalui rapat pendiri, dengan jumlah pendiri 46 orang dan dihadiri oleh 32 orang pendiri.<sup>1</sup>

Awal mula didirikan, koperasi ini bernama Koperasi Serba Usaha (KSU) Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) Adzkiya' Metro / KSU BMT Adzkiya' Metro. Setelah beroperasi selama satu bulan, tepatnya tanggal 05 Juni 2012 KSU BMT Adzkiya' telah berdiri secara legal melalui SK Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia dengan Badan Hukum Nomor : 03/BH/X/III.11/VI/2012.

Setelah diterbitkannya peraturan Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia yang mewajibkan penyamaan badan hukum Koperasi Berbasis Syariah Menjadi Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) dan merubah nama menjadi tiga suku kata, maka KSU BMT Adzkiya Metro sebagai lembaga yang

---

<sup>1</sup> Dokumentasi pada BMT Adzkiya Khidmatul Ummah (AKU) Metro pada Kamis 10 Februari 2022, pukul 14.00 WIB

taat pada hukum tepat pada tanggal 11 Maret 2016, secara resmi berubah nama dan badan hukum menjadi Koperasi Simpan Pinjam Dan Pembiayaan Syariah Baitul Maal Wa Tamwil Adzkiya Khidmatul Ummah / KSPPS BMT AKU dengan legalitas badan hukum Perubahan Anggaran Dasar nomor : 184/BH/PAD/X/III.11/III/2016.

KSPPS BMT AKU didirikan atas inisiasi 7 mahasiswa dengan spesifikasi keilmuan Ekonomi Syariah dari Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Jurai Siwo Metro, dan didukung oleh pemerintah daerah, dosen, guru, pengusaha, tokoh pemuda dan masyarakat.<sup>2</sup>

Didirikan sebagai alternatif dan solusi bagi masyarakat yang terjebak pada sistem ribawi (bunga) agar beralih pada sistem ekonomi berkeadilan dengan bagi hasil sesuai syariah, serta pemberdayaan dan pengembangan Unit Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) pada sektor riil dunia usaha sebagai bagian dari dakwah ekonomi syariah. Sebagai mediator unit surplus dan unit deficit financial sehingga sirkulasi keuangan dalam masyarakat teratur, terjaga dan saling mendapatkan manfaat satu dengan lainnya dengan kaidah-kaidah syariah.

KSPPS BMT AKU dengan spirit “Mudah, Berkah, dan Maslahah” Alhamdulillah sudah mendapatkan kepercayaan dari masyarakat dan berbagai pihak. Umumnya masyarakat tidak saja merasa puas secara muamalah, namun juga merasa puas secara batiniyah dengan pelayanan dan produk-produk yang kami berikan dengan menggunakan sistem

---

<sup>2</sup> Dokumentasi pada BMT Adzkiya Khidmatul Ummah (AKU) Metro pada Kamis 10 Februari 2022, pukul 14.00 WIB

non ribawi. Hal ini dibuktikan dengan semakin meningkatnya jumlah anggota penyimpan dan pembiayaan yang memberikan kepercayaannya kepada KSPPS BMT AKU. Semoga dengan semakin berkembangnya KSPPS BMT AKU kepercayaan masyarakat yang besar ini dapat senantiasa kami jaga dengan baik dan optimal.

Letak BMT Adzkiya Khidmatul Ummah (AKU) Metro cukup strategis, karena berada di Jl. Raya Stadion RT 016 RW 005 Kelurahan Tejo Agung Kecamatan Metro Timur Kota Metro dan berhadapan langsung dengan Pasar Stadion dimana banyak terjadinya interaksi pedagang unit kecil menengah yang ada dipasar tersebut.

Visi dari BMT Adzkiya Khidmatul Ummah (AKU) Metro adalah Menjadi Lembaga Keuangan Syari'ah yang Unggul dan Islami dan Misi BMT Adzkiya Khidmatul Ummah (AKU) Metro yaitu sebagai berikut :<sup>3</sup>

1. Memberikan pelayanan yang terbaik (Service Excellence)
2. Meningkatkan SDI yang unggul, profesional dan islami
3. Menjalankan kegiatan usaha secara terstruktur dan transparan
4. Melaksanakan program pendampingan kepada Mitra BMT
5. Memperkuat permodalan, IT, dan memperluas pasar (Market Share)
6. Memperkuat kelembagaan dan memperluas jaringan kerja
7. Melaksanakan pelatihan SDI secara berkala dan sistematis

---

<sup>3</sup> Dokumentasi pada BMT Adzkiya Khidmatul Ummah (AKU) Metro pada Kamis 10 Februari 2022, pukul 14.00 WIB

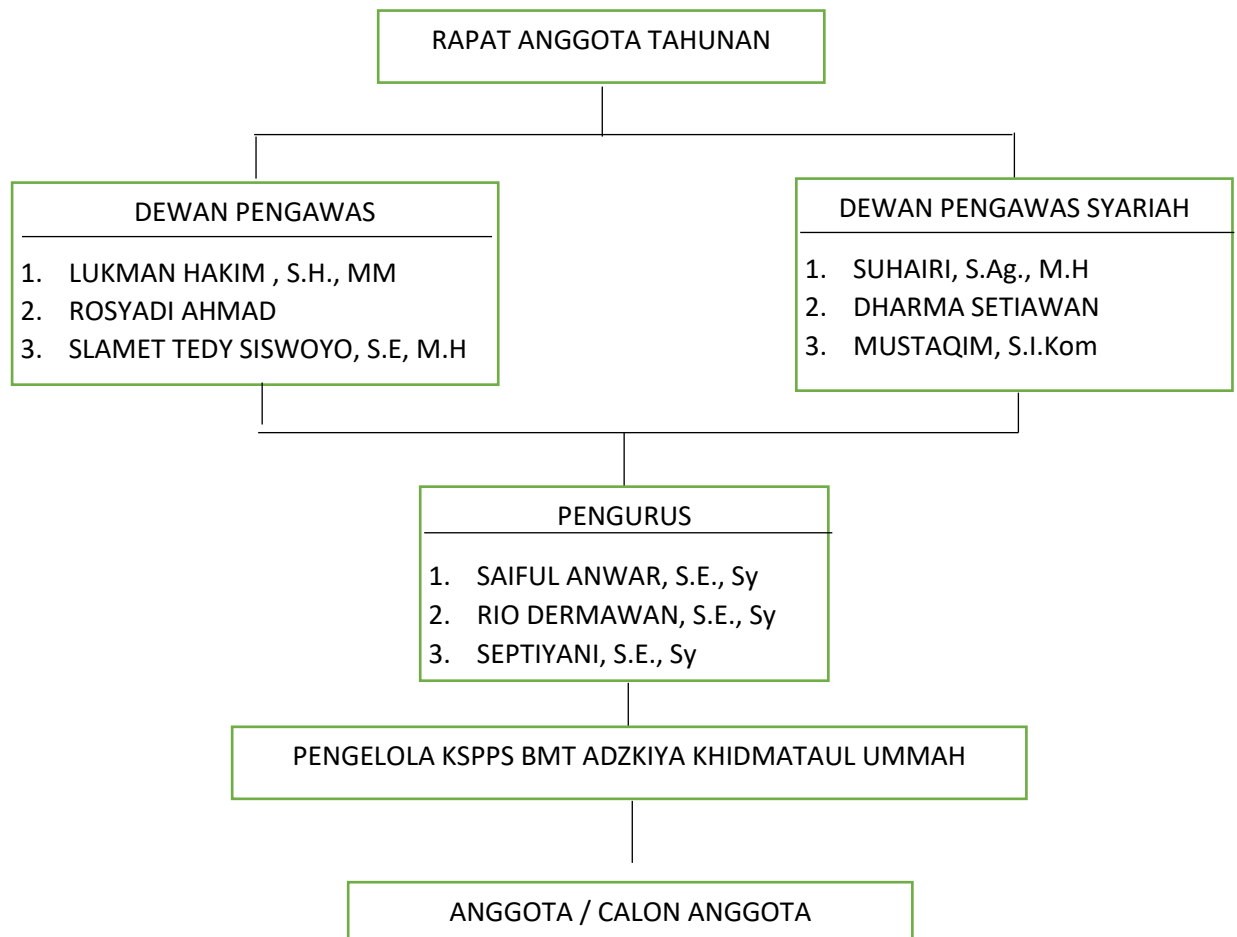
8. Memberdayakan Zakat, Infak, dan Shadakah secara efektif dan sistematis.

## 2. Struktur Organisasi BMT Adzkiya Khidmatul Ummah (AKU)

### Metro

Berikut merupakan struktur organisasi yang terdapat di BMT Adzkiya Khidmatul Ummah (AKU) Metro.<sup>4</sup>

**Gambar 4.1**  
**Struktur Organisasi BMT Adzkiya Khidmatul Ummah (AKU)**



<sup>4</sup> Dokumentasi pada BMT Adzkiya Khidmatul Ummah (AKU) Metro pada Kamis 10 Februari 2022, pukul 14.00 WIB

### 3. Produk BMT Adzkiya Khidmatul Ummah (AKU) Metro

Ada 2 produk yang terdapat pada BMT Adzkiya Khidmatul Ummah (AKU) Metro, yaitu :<sup>5</sup>

#### a. Produk simpanan

Produk simpanan adalah dana yang dipercayakan nasabah untuk dititipkan kepada bank/koperasi syariah dengan akad-akad yang sesuai dengan prinsip syariah.

Produk simpanan yang terdapat di BMT Adzkiya Khidmatul Ummah (AKU) Metro yaitu :

##### 1. SIMUDAH (Simpanan Mudah)

Simpanan SIMUDAH ini dalam pelaksanaannya menggunakan akad *wadiah*. Dengan setoran awal Rp.10.000 kita sudah bisa membuka tabungan SIMUDAH ini. Kelebihan lainnya dalam simpanan ini yaitu kita bisa mengambil uangnya kapan saja.

##### 2. SIMAS (Simpanan Anak Sekolah)

Simpanan SIMAS ini dalam pelaksanaannya menggunakan akad *mudharabah*. kelebihan dari SIMAS yaitu ada dana beasiswa dalam program Bina Sekolah Anak dan biaya awal cicilannya ringan yaitu Rp. 10.000.

---

<sup>5</sup> Dokumentasi pada BMT Adzkiya Khidmatul Ummah (AKU) Metro pada Kamis 10 Februari 2022, pukul 14.00 WIB

3. SUQUR (Simpanan Untuk Qurban)

Simpanan SUQUR ini menggunakan akad *mudharabah*. Memiliki kelebihan yaitu bisa kerjasama dengan kelompok/masjid atau secara pribadi dengan setoran awal yang sangat ringan yaitu Rp. 50.000

4. SALIMAH (Simpanan Walimah)

Simpanan SALIMAH ini juga menggunakan akad yang sama yaitu *mudharabah*. memiliki kelebihan yaitu sebagai tabungan untuk persiapan walimat ursy dan juga walimatul khitan setoran awal hanya Rp. 10.000<sup>6</sup>

5. SIFITRI (Simpanan Idul Fitri)

Simpanan SIFITRI ini menggunakan akad *wadiah*. Sesuai namanya, SIFITRI ini diperuntukkan untuk persiapan lebaran berupa paket lebaran dan tentu nya hanya bisa diambil menjelang Idul Fitri.

6. SIHARUM (Simpanan Haji dan Umrah)

Simpanan SIHARUM ini dalam pelaksanaannya menggunakan akad *wadiah*. Simpanan ini diperuntukkan bagi anggota yang ingin mempersiapkan program haji dan umroh.

---

<sup>6</sup> Dokumentasi pada BMT Adzkiya Khidmatul Ummah (AKU) Metro pada Kamis 10 Februari 2022, pukul 14.00 WIB



#### 7. SIJAKA (Simpanan Berjangka)

Simpanan SIJAKA ini menggunakan akad *mudharabah*. kelebihan yaitu memiliki sistem perpanjanganotomatis/ARO dan dapat dijadikan jaminan pembiayaan

#### 8. SUSPENSI (Simpanan Untuk Pensiun)

Simpanan SUSPENSI ini menggunakan akad *mudharabah*. Simpanan SUSPENSI merupakan simpanan dengan pembagian nisabah terbanyak dari simpanan lainnya. Dengan setoran awal Rp.200.000 kita dapat membuka tabungan SUSPENSI.

Berikut jenis-jenis produk simpanan beserta nisbah nya yang terdapat di BMT Adzkiya Khidmatul Ummah (AKU) Metro.<sup>7</sup>

**Tabel 4.1**

Jenis produk simpanan di BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro

No	Jenis Simpanan	Nisbah
1.	SIMUDAH	20 : 80
2.	SIMAS	25 : 75
3.	SUQUR	30: 70
4.	SALIMAH	30 : 70
5.	SIFITRI	<i>Parcel Idul Fitri</i>
6.	SIHARUM	Berdasarkan saldo rata-rata harian
7.	SIJAKA	30 : 70
8.	SUSPENSI	50 : 50

<sup>7</sup> Dokumentasi pada BMT Adzkiya Khidmatul Ummah (AKU) Metro pada Kamis 10 Februari 2022, pukul 14.00 WIB

## b. Produk Pembiayaan

Produk pembiayaan adalah kegiatan penyediaan dana dari pihak perbankan/koperasi kepada nasabah yang membutuhkan dana sesuai dengan kesepakatan bersama dan dilandasi oleh prinsip syariah.

Produk pembiayaan yang terdapat pada BMT Adzkiya Khidmatul Ummah (AKU) Metro yaitu :<sup>8</sup>

### 1. Murabaha (Jual Beli)

Dalam akad pembiayaan murabaha, nasabah memesan sebuah barang dengan spesifikasi yang jelas kepada BMT. Lalu BMT membeli barang tersebut kepada penyedia jasa (pihak ketiga). Pembelian barang kepada pihak ketiga tersebut dilakukan secara tunai sehingga barang tersebut seutuhnya milik BMT. Selanjutnya BMT meyerahkan barang tersebut kepada nasabah, dan nasabah mecicil pembayaran sesuai dengan kesepakatan di awal akad.

### 2. Musyarakah (Kerjasama)

Dalam akad musyarakah, BMT membantu memberikan kontribusi dana kepada nasabah yang ingin membuka usaha atau mengembangkan usahanya. Dan keuntungan disepakati diawal sesuai besarnya kontribusi modal yang disepakati.

### 3. Ijarah Multi Jasa

BMT Adzkiya Khidmatul Ummah (AKU) Metro berusaha selalu mencari solusi untuk setiap permasalahan nasabah. Dalam

---

<sup>8</sup> Dokumentasi pada BMT Adzkiya Khidmatul Ummah (AKU) Metro pada Kamis 10 Februari 2022, pukul 14.00 WIB

pembiayaan Ijarah Multi Jasa ini diperuntukan bagi nasabah yang memerlukan biaya untuk pendidikan anak. Selain untuk pendidikan, akad ini juga dapat digunakan untuk nasabah yang ingin menyewa ruko untuk membuka usaha.

#### 4. Hawalah (Talangan atau Transfer)

Akad hawalah ini adalah salah satu akad pembiayaan yang jarang diminati oleh nasabah pembiayaan.<sup>9</sup>

Berikut jenis-jenis produk pembiayaan beserta margin nya yang terdapat di BMT Adzkiya Khidmatul Ummah (AKU) Metro

**Tabel 4.2**  
Jenis produk pembiayaan di BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro

No	Jenis Pembiayaan	Margin
1.	Murabaha (Jual-Beli)	2,5% per 1.000.000
2.	Musarakah (Kerjasama)	30 : 70
3.	Ijarah Multi-Jasa	2,5% per 1.000.000
4.	Hawalah	2,5% per 1.000.000

---

<sup>9</sup> Dokumentasi pada BMT Adzkiya Khidmatul Ummah (AKU) Metro pada Kamis 10 Februari 2022, pukul 14.00 WIB

Syarat-syarat mengajukan pembiayaan pada BMT Adzkiya Khidmatul Ummah (AKU) Metro :

1. Fotocopy KTP
2. Fotocopy KK
3. Pas Foto 3x4
4. Buku nikah
5. Jaminan
6. Surat Cerai/Meninggal<sup>10</sup>

## **B. Strategi Pelayanan dan Kendala Dalam Mempertahankan Nasabah Pembiayaan Musyarakah BMT Adzkiya Khidmatul Ummah (AKU) Metro**

Strategi pelayanan dalam mempertahankan nasabah dalam akad pembiayaan musyarakah yang dilakukan oleh BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro di dalam mempertahankan nasabah adalah menggunakan beberapa strategi.

Menurut Pak Saiful selaku Pimpinan BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro, strategi yang digunakan yaitu dengan memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah baik pelayanan di dalam kantor

---

<sup>10</sup> Dokumentasi pada BMT Adzkiya Khidmatul Ummah (AKU) Metro pada Kamis 10 Februari 2022, pukul 14.00 WIB

seperti *Customer Service*, *Teller* maupun di lapangan seperti Tim Marketing<sup>11</sup>

Menurut Bu Titin selaku Manajer Pembiayaan BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro ada beberapa strategi yang diterapkan BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro untuk mempertahankan nasabah pembiayaan musyarakah, beberapa diantaranya yaitu :<sup>12</sup>

a. Meningkatkan kualitas pelayanan

Meningkatkan kualitas pelayanan merupakan salah satu strategi yang digunakan BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro. Kualitas pelayanan yang baik akan sangat berpengaruh kepada kepuasan nasabah. Dengan meningkatkan kualitas pelayanan akan membuat nasabah menjadi loyal terhadap produk kita dan biasanya nasabah tersebut akan merekomendasikan produk kita tersebut kepada orang lain. Berikut beberapa langkah yang dilakukan BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro dalam meningkatkan kualitas pelayanan :

1. Pelayanan yang cepat dan tanggap (*responsiveness*)

Misalnya, Bu Titin memberikan contoh jika ada nasabah yang membutuhkan dana untuk menambah modal usaha maka di hari itu juga karyawan marketing menjelaskan jenis pembiayaan apa yang cocok untuk nasabah tersebut, apabila nasabah menyetujui akad tersebut dan memenuhi persyaratan yang

---

<sup>11</sup> Hasil wawancara dengan Pimpinan BMT Adzkiya Khidmatul Ummah (AKU) Metro, Saiful Anwar, Pada Kamis 10 Februari 2022

<sup>12</sup> Hasil wawancara dengan Manager Pembiayaan BMT Adzkiya Khidmatul Ummah (AKU) Metro, Titin Nurmalasari, Pada Kamis 10 Februari 2022

diajukan oleh BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro maka bisa langsung di proses dan pencairan nya tidak memakan waktu yang lama.<sup>13</sup>

Menurut Bu Titin, karyawan marketing yang ada di BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro setiap pagi selalu di *briefing* langsung oleh kepala BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro yaitu bapak Saiful Anwar. Dalam *briefing* nya beliau memberikan pengarahan, semangat kerja dan motivasi kepada karyawan marketing sebelum mereka turun ke lapangan guna memberikan pelayanan yang baik dan tepat sesuai dengan masalah nasabah. Hal tersebut dibuktikan dengan karyawan yang berusaha memberikan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah, sehingga tidak terjadi miskomunikasi antara karyawan BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro dengan nasabah.<sup>14</sup>

## 2. Adanya *Call Center*

BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro selalu berusaha melayani kebutuhan nasabah dengan semaksimal mungkin baik secara langsung maupun tidak langsung, hal ini terbukti dengan adanya *call center*. Ada 2 tujuan *call center* bagi BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro yaitu yang pertama sebagai media

---

<sup>13</sup> Hasil wawancara dengan Manager Pembiayaan BMT Adzkiya Khidmatul Ummah (AKU) Metro, Titin Nurmalasari, Pada Kamis 10 Februari 2022

<sup>14</sup> Hasil wawancara dengan Manager Pembiayaan BMT Adzkiya Khidmatul Ummah (AKU) Metro, Titin Nurmalasari, Pada Kamis 10 Februari 2022

promosi atau mengenalkan sebuah produk kepada calon nasabah dan yang kedua yaitu sebagai media untuk menyampaikan pertanyaan dan keluhan kepada BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro serta untuk nasabah yang ingin memberikan kritik dan saran untuk BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro agar lebih baik lagi kedepannya. Sehingga apabila nasabah BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro khususnya nasabah pembiayaan musyarakah ingin menyampaikan keluhan atau saran dan jika ada pertanyaan mengenai seputar pembiayaan misalnya mengenai bagi hasil dan sebagainya bisa langsung menghubungi nomor *call center* BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro yaitu 0856-6468-6816 agar nasabah tidak perlu datang langsung ke BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro.

### 3. *Assurance* (jaminan)

Dalam menjalankan tugasnya semua karyawan BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro mengedepankan komunikasi yang baik, pengetahuan yang luas, dan sikap sopan santun kepada nasabah. Dengan begitu kepercayaan nasabah akan produk pembiayaan musyarakah di BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro juga akan meningkat.<sup>15</sup>

Perilaku karyawan BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro yang mampu menumbuhkan rasa kepercayaan terhadap

---

<sup>15</sup> Hasil wawancara dengan Manager Pembiayaan BMT Adzkiya Khidmatul Ummah (AKU) Metro, Titin Nurmalasari, Pada Kamis 10 Februari 2022

nasabah bisa menciptakan rasa aman bagi para nasabah. Jaminan ini juga berarti bahwa selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah nasabah. Indikator lainnya yang terdapat pada *assurance* (jaminan) adalah Customer Service maupun Teller BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro dituntut untuk selalu tepat waktu (*on time*) dalam menyelesaikan transaksi dan urusan nasabah dengan baik.

b. Menjalin hubungan yang baik dengan nasabah

Strategi selanjutnya yang tidak kalah penting diterapkan oleh BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro yaitu menjalin hubungan yang lebih dekat dengan nasabah. Menurut bu Titin mendapatkan nasabah baru memang merupakan salah satu tujuan BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro, namun mempertahankan nasabah agar loyal pada produk kita merupakan tantangan yang cukup berat. Maka dari itu beliau mengatakan kunci keberhasilan dalam bisnis yaitu kemampuan menjalin dan menjaga hubungan baik dengan nasabah. Berikut beberapa tips yang dilakukan oleh BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro dalam menjaga hubungan baik dengan nasabah : <sup>16</sup>

1. Menyimpan data diri nasabah seperti tanggal lahir, nomor hp dan alamat rumah. Langkah awal dari BMT Adzkiya Khidmatul

---

<sup>16</sup> Hasil wawancara dengan Manager Pembiayaan BMT Adzkiya Khidmatul Ummah (AKU) Metro, Titin Nurmalasari, Pada Kamis 10 Februari 2022



Ummah Metro dalam menjaga hubungan baik dengan nasabah pembiayaan musyarakah ini diperlukan untuk memberikan perhatian khusus kepada nasabah. Misalnya ketika nasabah berulangtahun, maka BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro mengirim ucapan melalui pesan yang dikirimkan ke nomor nasabah tersebut.

2. Meluangkan waktu untuk menanyakan kabar nasabah. Menanyakan kabar mungkin terdengar sederhana, namun sebenarnya itu cukup membuat nasabah merasa bahwa kita memberikan perhatian khusus kepada mereka. Berdasarkan hasil wawancara dengan bu Titin, selain menanyakan kabar, beliau juga sering bertanya tentang masalah usaha. Apabila terdapat nasabah yang mengalami kendala dalam usahanya maupun kendala dalam keberlangsungan kerjasama dengan BMT maka BMT dengan sigap mengatasi masalah tersebut. Bu Titin mengatakan ketika puncak pandemi covid-19 melanda Indonesia ada beberapa nasabah yang mengalami kerugian karena usaha mereka sepi dari pembeli sehingga pendapatan mereka pun menurun. Dari permasalahan tersebut, bu Titin memberikan dukungan dan motivasi kepada nasabah yang mengalami kerugian dalam usaha

nya dan mencari solusi atas permasalahan kewajiban setor atas pinjaman yang diajukan.<sup>17</sup>

c. Pemberian reward kepada nasabah

Strategi terakhir yang diterapkan BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro dalam mempertahankan nasabah pembiayaan musyarakah yaitu dengan memberikan reward. Ada beberapa kriteria nasabah pembiayaan musyarakah yang mendapatkan reward yaitu yang melakukan akad pembiayaan musyarakah lebih dari dua kali dan yang rutin mengangsur tanpa telat. Bu Titin menjelaskan tujuan pemberian reward ini selain untuk menumbuhkan sifat loyalitas terhadap diri nasabah kepada produk pembiayaan musyarakah namun juga sebagai media untuk menawarkan produk-produk lainnya misalnya seperti produk *funding*. Reward yang diberikan BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro kepada nasabah yaitu berupa *parcel* yang diberikan menjelang Idul Fitri dan Idul Adha.

Dalam mempertahankan nasabah khususnya nasabah pembiayaan, seringkali BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro mengalami sedikit kendala. Menurut bu Titin kendala yang

---

<sup>17</sup> Hasil wawancara dengan Manager Pembiayaan BMT Adzkiya Khidmatul Ummah (AKU) Metro, Titin Nurmalasari, Pada Kamis 10 Februari 2022

dihadapi oleh tim marketing BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro yaitu :<sup>18</sup>

#### 1. Persaingan antar BMT maupun Lembaga Perbankan

Di Kota Metro sudah banyak kita jumpai lembaga keuangan baik itu Perbankan maupun non Perbankan. Saat ini, berkembang nya kedua lembaga keuangan tersebut dapat dilihat dari muncul nya produk-produk baru yang ditawarkan oleh masyarakat dengan memberikan jaminan kredit, bagi hasil yang tinggi, m-banking, anjungan tunai mandiri (ATM), dan fasilitas lainnya. Untuk mengatasi fenomena tersebut, BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro gencar memasarkan produk secara optimal baik secara *face to face* maupun sosial media.

#### 2. Kondisi Ekonomi

Pandemi Covid-19 yang terjadi pada awal tahun 2019 hingga 2021 memberi dampak besar bagi masyarakat Indonesia khusus nya pelaku yang menjalani usaha/bisnis karena melemahnya daya beli masyarakat. Banyak nasabah pembiayaan musyarakah BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro yang berprofesi sebagai pedagang tidak melakukan pinjaman kembali di karenakan takut tidak bisa mengangsur. Itulah sebab nya mengapa terjadi penurunan nasabah pembiayaan pada tahun 2020. Untuk mengatasi penurunan

---

<sup>18</sup> Hasil wawancara dengan Manager Pembiayaan BMT Adzkiya Khidmatul Ummah (AKU) Metro, Titin Nurmalasari, Pada Kamis 10 Februari 2022

yang terjadi dikarenakan covid-19, tim *marketing* pembiayaan musyarakah mengatur beberapa strategi untuk menawarkan kembali produk pembiayaan musyarakah kepada nasabah-nasabah lama maupun nasabah baru.<sup>19</sup>

### 3. Jauh nya jarak kantor dengan rumah nasabah

Ruang lingkup kegiatan pemasaran produk pembiayaan musyarakah BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro tidak hanya disekitaran Metro. Namun ada beberapa nasabah yang berasal dari luar Metro, seperti dari Batanghari, Sekampung, Lampung Timur. Cara yang dilakukan BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro untuk memaksimalkan pelayanan yaitu dengan menghubungi nasabah tersebut melalui telpon maupun media sosial agar nasabah tersebut merasa diperhatikan.<sup>20</sup>

Dalam kesempatan ini, peneliti juga mewawancarai beberapa nasabah BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro yang melakukan pembiayaan musyarakah sebanyak lebih dari 2x.

Yang pertama peneliti wawancara yaitu Ibu Sri Lestari yang bekerja sebagai pedagang sembako. Terakhir bu Lestari meminjam uang di BMT AKU yaitu sebesar Rp. 1.500.000

---

<sup>19</sup> Hasil wawancara dengan Manager Pembiayaan BMT Adzkiya Khidmatul Ummah (AKU) Metro, Titin Nurmalasari, Pada Kamis 10 Februari 2022

<sup>20</sup> Hasil wawancara dengan Manager Pembiayaan BMT Adzkiya Khidmatul Ummah (AKU) Metro, Titin Nurmalasari, Pada Kamis 10 Februari 2022

dengan jangka waktu 1 tahun. Dalam satu tahun tersebut bu Sri menyicil kepada BMT AKU sebesar Rp. 162.500. Menurut pemaparan Ibu Sri Lestari, alasan ibu Sri melakukan pembiayaan musyarakah sebanyak 3x sejak tahun 2017 di BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro yaitu karena letak nya yang dekat dengan rumah dan warung nasabah, selain itu juga karena bu lestari membutuhkan uang untuk memperbanyak dagangan nya. Karena sifat loyalitas nya kepada BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro, bu Sri Lestari selalu dikirim kan *parcel* ketika menjelang hari raya Idul Fitri yang isinya kue-kue kering, sirup ABC, permen, susu kental manis, gula, minyak makan, sprite dan teh.<sup>21</sup>

Yang kedua peneliti melakukan wawancara kepada Ibu Ita yang memiliki budidaya ikan lele. Dalam kesempatan ini, ibu Ita menjelaskan alasan beliau melakukan pembiayaan ulang di BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro yaitu selain karena membutuhkan modal lebih untuk menambah benih ikan lele guna memperbesar usaha budidaya ikan lele nya juga karena pelayanan di BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro sangat bagus. Ibu Ita menceritakan ketika beliau pertama kali mengajukan pinjaman kepada BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro langsung diarahkan oleh karyawan BMT Adzkiya Khidmatul Ummah

---

<sup>21</sup> Hasil wawancara dengan Nasabah Pembiayaan Musyarakah yang melakukan pembiayaan ulang, Sri Lestari, Pada Senin 14 Februari 2022

Metro untuk mendapatkan jenis pembiayaan yang cocok sesuai dengan permasalahan ibu Ita sendiri. Bu Ita mengajukan pinjaman sebesar Rp. 1.000.000 dan menyicil setiap bulan nya sebesar Rp. 109.000. Karena sifat loyalitas nya terhadap BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro , bu Ita selalu dikirimkan *parcel* setiap menjelang lebaran.<sup>22</sup>

Yang ketiga peneliti melakukan wawancara kepada bapak Mulkan yang kesehariannya sebagai pedagang klontongan. Dalam kesempatan ini, pak Mulkan yang saya temui di kediamannya di daerah 21 menjelaskan alasan beliau melakukan pembiayaan di BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro yaitu karena pak Mulkan membutuhkan tambahan modal untuk membeli beberapa peralatan rumah tangga guna menambah dagangannya agar lebih lengkap lagi. Pak mulkan juga mengajukan pembiayaan yang sama besarnya dengan Bu Ita. Meski tahun 2021 ini merupakan kali pertama pak Mulkan melakukan pembiayaan di BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro, beliau tetap mendapatkan *parcel* lebaran pada tahun 2021 kemarin hal ini karena pak mulkan tidak pernah telat menyicil kewajibannya.<sup>23</sup>

---

<sup>22</sup> Hasil wawancara dengan Nasabah Pembiayaan Musyarakah yang melakukan pembiayaan ulang, Ita, Pada Senin 14 Februari 2022

<sup>23</sup> Hasil wawancara dengan Nasabah Pembiayaan Musyarakah yang melakukan pembiayaan ulang, Mulkan, Pada Senin 14 Februari 2022

Yang Keempat peneliti melakukan wawancara kepada Mba Lisa yang memiliki usaha laundry. Di temui dikediaman nya di daerah 22 menjelaskan alasan beliau melakukan pembiayaan berulang pada BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro karena membutuhkan uang untuk menutupi modal yang sebelumnya sudah cukup namun terpakai untuk kebutuhan lainnya. Terakhir mba Lisa mengajukan pinjaman sebesar Rp. 1.000.000. Selain itu mba Lisa juga menjelaskan kenapa beliau tidak mengajukan pinjaman ke BMT atau Bank lainnya karena sudah nyaman melakukan pembiayaan di BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro karena persyaratan yang diajukan tidak terlalu ribet dan pencairan nya cepat.<sup>24</sup>

Yang Kelima peneliti melakukan wawancara kepada bapak Zul yang memiliki usaha steam motor. Bapak Zul menjelaskan alasan beliau melakukan pembiayaan berulang di BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro karena membutuhkan uang untuk membeli peralatan yang baru seperti mesin kompresor dan membeli selang spiral kompresor.<sup>25</sup> Terakhir bapak Zul mengajukan pinjaman sebesar Rp.2.000.000 dengan cicilan per bulan nya sebesar Rp.226.000.

---

<sup>24</sup> Hasil wawancara dengan Nasabah Pembiayaan Musyarakah yang melakukan pembiayaan ulang, Lisa, Pada Selasa 15 Februari 2022

<sup>25</sup> Hasil wawancara dengan Nasabah Pembiayaan Musyarakah yang melakukan pembiayaan ulang, Zul, Pada Selasa 15 Februari 2022

Disini peneliti dapat menyimpulkan dari beberapa keterangan nasabah diatas yaitu alasan nasabah melakukan pembiayaan musyarakah secara berulang dikarenakan mereka membutuhkan modal untuk mengembangkan usaha nya dan menutupi modal yang terpakai untuk kebutuhan lain.

Selain mewawancarai nasabah pembiayaan musyarakah yang masih aktif, peneliti juga mewawancarai beberapa nasabah yang hanya melakukan pembiayaan 1 kali dan tidak melakukan pembiayaan kembali.

Pertama peneliti melakukan wawancara kepada ibu Risa. Ibu Risa memiliki usaha di bidang makanan (jajanan pasar). Ditemui dikediaman nya di daerah 24, ibu Risa yang pernah melakukan pembiayaan musyarakah di BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro pada tahun 2018. Pada saat itu bu Risa mengajukan pinjaman kepada BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro untuk menambah modal guna memperbanyak produksi. Namun bu Risa tidak mengajukan kembali pinjaman di tahun-tahun berikutnya hal ini dikarenakan covid-19 yang melanda Indonesia yang dampaknya juga dirasakan oleh ibu Risa. Sepinya pembeli membuat bu Risa sempat tidak berjualan beberapa bulan dan membuat bu Risa



takut untuk melakukan pinjaman karena dikhawatirkan bu Risa tidak dapat menyicil.<sup>26</sup>

Kedua, peneliti melakukan wawancara kepada ibu Miah yang memiliki warung sembako di depan rumah nya. Bu Miah pernah melakukan pembiayaan musyarakah di BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro pada tahun 2018 guna membutuhkan modal untuk membeli beberapa barang untuk mengembangkan usahanya. Namun beliau tidak melakukan pembiayaan kembali setelah itu. Alasan bu Miah tidak melakukan pembiayaan kembali karena bu Miah sudah memiliki cukup modal untuk menjalankan usahanya tersebut.<sup>27</sup>

Ketiga , peneliti melakukan wawancara kepada Pak Nica yang berjualan mie ayam di halaman rumah nya di daerah 21. Di temui dikediaman nya, Pak Nica menjelaskan bahwa beliau pernah mengajukan pinjaman di BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro dengan akad pembiayaan musyarakah pada tahun 2020. Alasan beliau mengajukan pinjaman tersebut adalah untuk merenovasi tempat beliau berjualan mie ayam. Namun beliau tidak melakukan

---

<sup>26</sup> Hasil wawancara dengan Nasabah Pembiayaan Musyarakah yang tidak melakukan pembiayaan ulang, Risa, Pada Kamis 17 Februari 2022

<sup>27</sup> Hasil wawancara dengan Nasabah Pembiayaan Musyarakah yang tidak melakukan pembiayaan ulang, Miah, Pada Kamis 17 Februari 2022

pembiayaan kembali dikarenakan beliau sudah memiliki modal yang cukup dalam menjalankan usaha nya.<sup>28</sup>

Keempat, peneliti melakukan wawancara kepada Pak Pandu yang memiliki ternak ayam. Ditemui dikediaman nya daerah Batanghari, pak Pandu menjelaskan beliau melakukan pembiayaan musyarakah pada tahun 2019 untuk tambahan modal beliau menjalankan ternak ayam. Namun beliau tidak melakukan pembiayaan kembali dikarenakan jika beliau membutuhkan tambahan untuk modal, beliau melakukan pinjaman di koperasi sekolah milik kakak nya alasan nya tidak ada syarat nya dan tidak perlu pergi kemana-mana cukup bilang ke kakak nya saja.<sup>29</sup>

Dari keterangan beberapa nasabah yang pernah melakukan pembiayaan musyarakah di BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro dan tidak melakukakan pembiayaan kembali alasan nya karena mereka sudah cukup memiliki modal dan mempunyai tempat lain untuk mengajukan pinjaman selain itu covid juga menjadi alasan nasabah tidak berani mengajukan pinjaman kembali.

Langkah BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro untuk mempromosikan produk baik itu produk simpanan maupun

---

<sup>28</sup> Hasil wawancara dengan Nasabah Pembiayaan Musyarakah yang tidak melakukan pembiayaan ulang, Nica, Pada Kamis 17 Februari 2022

<sup>29</sup> Hasil wawancara dengan Nasabah Pembiayaan Musyarakah yang tidak melakukan pembiayaan ulang, Pandu, Pada Kamis 17 Februari 2022

pembiayaan terus dilakukan oleh BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro dengan cara *face to face* dengan nasabah maupun melakukan promosi di media sosial seperti *facebook*, *Instagram*, dan lain sebagainya.

Berikut merupakan jumlah nasabah pembiayaan musyarakah tahun 2019-2021 di BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro.

Tabel 4.3

Jumlah nasabah pembiayaan musyarakah BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro

Tahun	Jumlah Nasabah
2019	76
2020	38
2021	50

### **C. Analisis Strategi Pelayanan Dalam Mempertahankan Nasabah Pembiayaan Musyarakah Pada BMT Adzkiya Khidmatul Ummah (AKU) Metro**

Kompetisi dalam usaha baik itu industri perbankan maupun non perbankan semakin tajam. Sehingga pelaku usaha mengatur strategi guna mempertahankan nasabah. BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro merupakan sebuah lembaga keuangan non-bank yang berfungsi menghimpun dan menyalurkan dana kepada anggota nya dan beroperasi dalam skala mikro.

Pelayanan konsumen yang maksimal menunjukkan seberapa besar kualitas tersebut di mata konsumen. Dan apabila konsumen telah menilai pelayanan yang diberikan oleh perusahaan dengan nilai yang sangat baik, maka konsumen tidak akan berpaling pada perusahaan lain yang menjual jasa yang sama.

Terdapat beberapa strategi pelayanan yang di terapkan oleh BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro untuk mempertahankan nasabah pembiayaan masyarakat, diantaranya meningkatkan kualitas pelayanan, memberikan perhatian khusus kepada nasabah, dan memberikan reward kepada nasabah.

Dalam meningkatkan kualitas pelayanan, BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro melakukan beberapa strategi yaitu melakukan pelayanan yang cepat dan tanggap (*responsive*). Sebelum melaksanakan tugas nya, tim marketing BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro baik karyawan maupun manager pembiayaan di *briefing* langsung oleh Pak Saiful Anwar guna memberikan motivasi, dan pengarahan tentang bagaimana melayani nasabah dengan baik. BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro selalu berusaha semaksimal mungkin untuk melayani kebutuhan nasabah sesuai dengan kondisi nasabah. Selain pelayanan yang cepat dan tanggap, BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro juga memiliki *call center* sebagai media untuk memperkenalkan beberapa produk terbaru kepada nasabah dan sebagai wadah untuk menjawab berbagai pertanyaan dari nasabah. Dalam bekerja, karyawan BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro khususnya bagian tim pembiayaan

diuntut untuk ramah dan sabar dalam menjelaskan produk pembiayaan kepada nasabah.

Menjaga hubungan baik dengan nasabah juga menjadi strategi BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro dalam mempertahankan nasabah pembiayaan musyarakah. Langkah BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro dalam menjaga hubungan baik dengan nasabah yaitu dengan memberikan perhatian khusus kepada mereka. Memberikan perhatian khusus biasanya dilakukan oleh BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro ketika nasabah berulangtahun. Saat nasabah berulangtahun BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro akan memberikan ucapan selamat melalui nomor hp nasabah yang tertera dalam data diri nasabah. Selain itu, Bu Titin juga rutin menyakan kepada nasabah tentang usaha yang sedang dijalani nya apakah terdapat kendala atau sebagai nya serta mencoba bersama-sama mencari solusi untuk memecahkan masalah yang ada.

Pemberian reward merupakan strategi terakhir yang diupayakan oleh BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro dalam memepertahankan nasabah pembiayaan musyarakah. Pemberian reward tidak diberikan kepada semua nasabah pembiayaan musyarakah, namun hanya diberikan kepada nasabah yang melakukan pinjaman sebanyak lebih dari 2 kali dan yang rutin mengangsur tanpa telat. Pemberian reward diberikan kepada nasabah menjelang Idul Fitri dan Idul Adha yang berupa *parcel*.

Dari pengamatan yang dilakukan oleh peneliti selama penelitian, disini terlihat BMT Adzkiya Khidmatul Ummah (AKU) Metro begitu serius dalam

mempertahankan nasabah pembiayaan musyarakah. Hal tersebut dibuktikan dengan pelayanan yang baik seperti cepat dan tanggap dalam membantu mengatasi permasalahan nasabah, memberikan perhatian khusus pada nasabah, dan memberikan reward kepada nasabah yang loyal.

Hal tersebut diatas sudah sesuai dengan teori strategi pelayanan mempertahankan nasabah yaitu, *Pertama* meningkatkan kualitas nasabah dibuktikan dengan karyawan yang terus berusaha memberikan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah, sehingga tidak terjadi miskomunikasi antara karyawan BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro dengan nasabah dalam hal ini disebut juga dengan *responsiveness* (daya tanggap). Selain itu, BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro juga siap melayani nasabah yang datang maupun yang menghubungi melalui *call canter* BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro hal ini sebagai bukti bahwa kepuasan nasabah menjadi prioritas utama bagi BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro. *Kedua*, memberikan perhatian khusus kepada nasabah dibuktikan dengan sering menanyakan kabar nasabah dan bertanya tentang usaha yang dijalankan oleh nasabah apakah mengalami kesulitan atau sebagainya, atau lebih tepatnya bertukar pikiran. *Ketiga*, pemberian reward. Dalam teori *reward*, pemberian *reward* yang diberikan oleh BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro termasuk kedalam *reward ekstrinsik* karena penghargaan atas apa yang telah orang tersebut capai (*loyal*). Untuk pemberian reward ini, BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro mempunyai kriteria tersendiri yaitu hanya diberikan

oleh nasabah yang melakukan pembiayaan sebanyak lebih dari dua kali dan yang yang mengangsur tanpa telat.

Peneliti melihat strategi yang digunakan oleh BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro dalam mempertahankan nasabah cukup berhasil, karena BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro tidak hanya berhasil mempertahankan nasabah tetapi juga berhasil meningkatkan nasabah pembiayaan musyarakah, hal ini terlihat dari kenaikan nasabah yang terjadi pada tahun 2021.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka dapat peneliti simpulkan bahwa strategi yang digunakan oleh BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro dalam mempertahankan nasabah pembiayaan musyarakah ada 3 strategi, yaitu Meningkatkan kualitas pelayanan, Menjalin hubungan baik dengan nasabah dan Pemberian reward. Peneliti melihat bahwa strategi yang digunakan BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro ini cukup berhasil karena mampu mempertahankan nasabah pembiayaan musyarakah dan juga berhasil meningkatkan nasabah pembiayaan musyarakah dari tahun sebelum nya.

#### **B. Saran**

1. Bagi pihak BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro, alangkah baiknya jika kualitas pelayanan nya lebih ditingkatkan lagi. Karena jika kualitas pelayanan nya lebih ditingkatkan, maka tidak hanya nasabah pembiayaan musyarakah saja yang meningkat tetapi akan meningkatkan nasabah pembiayaan lainnya. Selain itu BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro harus gencar mempromosikan pembiayaan musyarakah kepada masyarakat sehingga pembiayaan musyarakah lebih dikenal dikalangan masyarakat dan agar masyarakat tertarik untuk melakukan pembiayaan musyarakah pada BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro.



2. Bagi masyarakat yang ingin melakukan pembiayaan musyarakah di BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro, sebaiknya mencari informasi mengenai pembiayaan musyarakah yang ada di BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Metro agar masyarakat mendapat gambaran bagaimana pembiayaan musyarakah. Sedangkan bagi peneliti selanjutnya, semoga penelitian ini dapat dijadikan sebagai literatur untuk penelitian selanjutnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Majid. 2013. “*Strategi Pembelajaran*”. Bandung : PT Remaja Rosdakarya Offset
- Abdul Qodir, Ririn Indah Lestari. 2020. “*Strategi Peningkatan Loyalitas Nasabah BMT*”, *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS)*, Vol 1, No 2.
- Akbar, Muhammad Muzahid dan Noorjahan Parvez. 2009. “*Impact of sevice, qualit, trust and customer satisfaction on customer loyalty*”. *ABAC* Vol. 29, No. 1
- Al-Qur’an Karim
- Arie Indra Gunawan. 2015. “*Peningkatan Loyalitas Nasabah Perbankan Melalui Strategi Relationship Management*”. *Edunomic*, Vol. 3, No. 2
- Ascarya. 2013.”*Akad dan Produk Bank Syariah*”. Jakarta: Rajawali Pres
- Azyumardi Azra. 2003.”*Berdema Untuk Semua*”. Jakarta: PT.Mizan Publika.
- Bambang Nugroho. 2006. “*Reward dan Punishment*”. Jakarta: Buletin CiptaKarya, Departemen Pekerjaan Umum, edisi no 6
- Cholid Narbuko, Abu Achmadi. 2013. “*Metode Penelitian*”. Jakarta : Bumi Aksara
- Etta Mamang Sangadji dan Sopiah. 2013.” *Perilaku Konsumen, Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*”. Yogyakarta: ANDI
- Fandy Tjiptono.2000.”*Manajemen Jasa*”, Andi Offset. Yogyakarta.
- Ferlangga Al Yozika & Nurul Khalifah. 2017. “*Pengembangan Inovasi Produk Keuangan Dan Perbankan Syariah Dalam Mempertahankan Dan Meningkatkan Kepuasan Nasabah*”, *Edunomika*, Vol. 01, No. 02.
- H.Amin Ibrahim. 2008.”*Teori dan Konsep Pelayanan Publik Serta Implementasinya*”. Bandung: CV. Mandar Maju.
- Hendi suhendi. 2014.”*Fiqh Muamalah*” Jakarta: Rajawali Pers
- Henry Simamora. 2004. “*Manajemen Sumberdaya Manusia*”. Yogyakarta: STIE YKPN

- Hermawan Kartajaya. 2007. *"Boosting Loyalty Marketing Performance"*, Bandung : Mizan Pustaka
- Ibrahim. 2015. *"Metodologi Penelitian Kualitatif"*. Pontianak: Perpustakaan Nasional.
- Indri Hastuti Listyawati. 2013. *"Implementasi Relationship Marketing Sebagai Strategi Mempertahankan Loyalitas Pelanggan"*. JBMA, Vol. 1, No. 2
- Irham Fahmi. 2015. *"Manajemen Strategi"*. Bandung:Alfabeta,
- Ivancevich, Konopaske dan Matteso. 2007. *"Perilaku Manajemen Dan Organisasi: alih bahasa Gina Gama"*. Jakarta: Erlangga
- J.P. Chaplin. 2004. *"Kamus Lengkap Psikologi"*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, cet. ke-9
- John Echols dan Hasan Shadilly. 1976. *"Kamus Inggris Indonesia"*. Jakarta: PT Gramedia utama
- Karnaen A. Perwataatmadja, *Membumikan Ekonomi Islam Di Indonesia*. Depok:Usaha kami.
- Kasmir. 2001. *"Manajemen Perbankan"*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Khaerul Umam. 2013. *"Manajemen Perbankan Syariah"*. Bandung : Pustaka Setia
- Mulya E. Siregar Ahmad Buchori, Otoritas Jasa Keuangan. 2016. *"Standar Produk Perbankan Syariah Masyarakat dan Masyarakat Mutanaqishah"*. Jakarta.
- Nirwa. 2018. *"Strategi Customer Service Dalam Meningkatkan Pelayanan PT. Bank Rakyat Indonesia (persero) tbk. Unit Batua Raya (Pendekatan Manajemen Islam)*, Jurusan Manajemen Dakwah Pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Uin Alauddin Makassar
- Nur Mudmainah. 2019. *"Strategi Marketing Dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah Pada Bmt Arsyada Kecamatan Batanghari"* Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Metro
- Nurudin . 2018. *"Pengaruh relationship Marketing, Citra Perusahaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah"*. Jurnal STIE Semarang, Vol. 10, No. 1
- Pandji Anoraga. 2009. *"Manajemen Bisnis"*. Jakarta:Rineka Cipta.

PINBUK(t.t),”*Pedoman Cara Pembentuk BMT Balai Usaha Mandiri Terpandu*”,PINBUK,Jakarta.

Rahmi Yuliana. 2013. “*Analisis Strategi Pemasaran Pada Produk Sepeda Motor Matik Berupa Segmentasi, Targeting, Dan Positioning Serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Semarang*”, Vol. 5 No. 2.

Rana Ayu Azizah, Noven Suprayogi. 2014. “*Analisis Keoptimalan Fungsi Baitul Maal Pada Lembaga Keuangan Mikro Islam (Studi Kasus Pada BMT Nurul Jannah Di Gresik dan BMT Muda Di Surabaya*” JESTT, Vol. 1, No. 12.

Rattih Huriyatih, “*Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*”.

STAIN Metro. *Pedoman Penulisan Skripsi Karya Ilmiah Edisi Revisi*. Metro:STAIN Jurai Siwo Metro, 2016. Alberto, Agung Suprojo, Ignatius Adiwidjaja, “*Peran Kepemimpinan Dalam Memotivasi Kinerja Pegawai*”, *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, Vol. 3, No. 2 (2014), 2.

Sugiyono. 2016. “*Penelitian Manajemen*”.Bandung: Alfabeta.

## **LAMPIRAN**

**STRATEGI MEMPERTAHANKAN NASABAH PEMBIAYAAN  
MUSYARAKAH PADA BMT ADZKIYA KHIDMATUL UMMAH (AKU)  
METRO**

**ALAT PENGUMPULAN DATA (APD)**

**A. Wawancara**

- a. Wawancara dengan Ibu Titin selaku Manajer Pembiayaan BMT Adzkiya Khidmatul Ummah (AKU) Metro.
  1. Bagaimana strategi yang ibu lakukan untuk mempertahankan nasabah pembiayaan musyarakah pada BMT Adzkiya Khidmatul Ummah (AKU) Metro?
  2. Apakah dalam memberikan pelayanan, karyawan BMT Adzkiya Khidmatul Ummah (AKU) Metro tepat waktu (on time)?
  3. Apakah karyawan BMT Adzkiya Khidmatul Ummah (AKU) Metro memiliki kemampuan daya tanggap?
  4. Bagaimana cara BMT Adzkiya Khidmatul Ummah (AKU) Metro dalam mengatasi sifat keragu-raguan konsumen terhadap produk pembiayaan di BMT Adzkiya Khidmatul Ummah (AKU)
  5. Apakah ibu sering memberikan perhatian khusus terhadap nasabah? Jika iya, seperti apa contohnya?
  6. Jika terdapat nasabah baru yang ingin melakukan pembiayaan, seperti apa perlakuan ibu terhadap nasabah tersebut agar membentuk *first impression* yang baik?
  7. Apakah ibu sering memberikan reward kepada nasabah pembiayaan musyarakah di BMT Adzkiya Khidmatul Ummah (AKU) Metro? Jika iya, kapan biasanya ibu memberikan reward tersebut?
- b. Wawancara dengan Ibu Septi selaku Bendahara Adzkiya Khidmatul Ummah (AKU) Metro.
  1. Bagaimana sejarah berdirinya BMT Adzkiya Khidmatul Ummah (AKU) Metro?

2. Pada tahun berapa BMT Adzkiya berganti nama menjadi BMT Adzkiya Khidmatul Ummah (AKU) Metro?
  3. Semenjak pergantian nama apakah berpengaruh pada loyalitas nasabah terhadap produk yang terdapat di BMT Adzkiya Khidmatul Ummah (AKU) Metro.?
  4. Produk pembiayaan apa saja yang paling diminati oleh nasabah?
  5. Bagaimana strategi yang diterapkan oleh BMT Adzkiya Khidmatul Ummah (AKU) Metro dalam mempertahankan nasabah pembiayaan musyarakah?
  6. Langkah apa saja yang dilakukan BMT Adzkiya Khidmatul Ummah (AKU) Metro dalam mempromosikan produk terutama produk pembiayaan musyarakah?
  7. Media apa saja yang digunakan BMT Adzkiya Khidmatul Ummah (AKU) Metro dalam melakukan promosi produk?
- c. Wawancara dengan Nasabah yang masih melakukan pembiayaan musyarakah
1. Apakah alasan anda menggunakan produk pembiayaan musyarakah pada BMT Adzkiya Khidmatul Ummah (AKU) Metro?
  2. Apakah pelayanan dan fasilitas di BMT Adzkiya Khidmatul Ummah (AKU) Metro sudah cukup baik?
  3. Apakah karyawan BMT Adzkiya Khidmatul Ummah (AKU) Metro cukup ramah kepada nasabah?
  4. Apakah ibu sendiri pernah mendapatkan reward dari BMT Adzkiya Khidmatul Ummah (AKU) Metro?
- d. Wawancara dengan nasabah yang tidak melakukan pembiayaan ulang
1. Pada tahun berapa pertama kali melakukan pembiayaan musyarakah di BMT AKU Metro?
  2. Berapakali bapak/ibu melakukan pembiayaan musyarakah di BMT AKU Metro ?

3. Apa alasan bapak/ibu tidak melakukan pembiayaan ulang di BMT AKU Metro?

**B. Dokumentasi**

1. Profil BMT Adzkiya Khidmatul Ummah (AKU) Metro
2. Visi dan Misi BMT Adzkiya Khidmatul Ummah (AKU) Metro
3. Struktur organisasi BMT Adzkiya Khidmatul Ummah (AKU) Metro
4. Produk-produk yang terdapat pada BMT Adzkiya Khidmatul Ummah (AKU) Metro





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

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

№Nomor : 0307/In.28.1/J/TL.00/01/2022  
Lampiran : -  
Perihal : **SURAT BIMBINGAN SKRIPSI**

Kepada Yth.,  
Ani Nurul Imtihanah (Pembimbing 1)(Pembimbing 2)  
di-

Tempat  
*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Dalam rangka penyelesaian Studi, mohon kiranya Bapak/Ibu bersedia untuk membimbing mahasiswa :

Nama : **SULISMA NOVITASARI**  
NPM : 1804101091  
Semester : 8 (Delapan)  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : S1 Perbankan Syariah  
Judul : **STRATEGI MEMPERTAHANKAN NASABAH PEMBIAYAAN MUSYARAKAH PADA BMT ADZKIYA KHIDMATUL UMMAH (AKU)METRO**

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Dosen Pembimbing membimbing mahasiswa sejak penyusunan proposal s/d penulisan skripsi dengan ketentuan sebagai berikut :
  - a. Dosen Pembimbing 1 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV setelah diperiksa oleh pembimbing 2;
  - b. Dosen Pembimbing 2 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV sebelum diperiksa oleh pembimbing 1;
2. Waktu menyelesaikan skripsi maksimal 2 (semester) semester sejak ditetapkan pembimbing skripsi dengan Keputusan Dekan Fakultas;
3. Mahasiswa wajib menggunakan pedoman penulisan karya ilmiah edisi revisi yang telah ditetapkan dengan Keputusan Dekan Fakultas;

Demikian surat ini disampaikan, atas kesediaan Bapak/Ibu diucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Metro, 31 Januari 2022  
Ketua Jurusan,



**Muhammad Ryan Fahlevi M.M**  
NIP 19920829 201903 1 007



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

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

Nomor : 0395/In.28/D.1/TL.00/02/2022  
Lampiran : -  
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,  
PIMPINAN BMT ADZKIYA  
KHIDMATUL UMMAH (AKU)  
METRO  
di-  
Tempat

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: 0393/In.28/D.1/TL.01/02/2022,  
tanggal 08 Februari 2022 atas nama saudara:

Nama : **SULISMA NOVITASARI**  
NPM : 1804101091  
Semester : 8 (Delapan)  
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di BMT ADZKIYA KHIDMATUL UMMAH (AKU) METRO, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI MEMPERTAHANKAN NASABAH PEMBIAYAAN MUSYARAKAH PADA BMT ADZKIYA KHIDMATUL UMMAH (AKU) METRO".

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

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Metro, 08 Februari 2022  
Wakil Dekan Akademik dan  
Kelembagaan,



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



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

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

**SURAT TUGAS**

Nomor: 0393/In.28/D.1/TL.01/02/2022

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama : **SULISMA NOVITASARI**  
NPM : 1804101091  
Semester : 8 (Delapan)  
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di BMT ADZKIYA KHIDMATUL UMMAH (AKU) METRO, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI MEMPERTAHANKAN NASABAH PEMBIAYAAN MUSYARAKAH PADA BMT ADZKIYA KHIDMATUL UMMAH (AKU) METRO".
  2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

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

Dikeluarkan di : Metro  
Pada Tanggal : 08 Februari 2022

Mengetahui,  
Pejabat Setempat

  
Siti Zulaikha S. Ag, MH

Wakil Dekan Akademik dan  
Kelembagaan,



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



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

Jl. Ki Hajar Dewantara 15A Iringmulyo, Metro Timur, Kota Metro, Lampung, 34111  
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296

**SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI**

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa;

Nama : Sulisma Novitasari  
NPM : 1804101091  
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Adalah benar-benar telah mengirimkan naskah Skripsi berjudul **Strategi Mempertahankan Nasabah Pembiayaan Musyarakah Pada BMT Adzkiya Khidmatul Ummah (AKU) Metro** untuk diuji plagiasi. Dan dengan ini dinyatakan **LULUS** menggunakan aplikasi Turnitin dengan **Score 21%**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 31 Maret 2022  
Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah



**Muhammad Ryan Fahlevi**  
NIP.199208292019031007





**KEMENTERIAN AGAMA RI  
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
(IAIN) JURAI SIWO METRO**

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,  
Email : [stainjusi@stainmetro.ac.id](mailto:stainjusi@stainmetro.ac.id) Website : [www.stainmetro.ac.id](http://www.stainmetro.ac.id)

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL**

Nama Mahasiswa : Sulisma Novitasari Jurusan/Prodi : FEBI (Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Islam)/S1-Perbankan Syariah  
NPM : 1804101091 Semester/TA : VII/2021

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
		<p>APD.</p> <p>Sesuaikan pertanyaan dengan teori yg ditulis.</p> <p>exp. indikator memperfahankan nasabah</p> <p>①. Pst Layanan. maka fungsikan terkait layanan yg ada di BMT.</p>	

Dosen Pembimbing

Ani Nurul Imtihanah, M. S. I

Mahasiswa ybs,

Sulisma Novitasari  
NPM. 1804101091



**KEMENTERIAN AGAMA RI  
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
(IAIN) JURAI SIWO METRO**

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,  
Email : [stainjusi@stainmetro.ac.id](mailto:stainjusi@stainmetro.ac.id) Website : [www.stainmetro.ac.id](http://www.stainmetro.ac.id)

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL**

Nama Mahasiswa : Sulisma Novitasari Jurusan/Prodi : FEBI (Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Islam)/S1-Perbankan Syariah  
NPM : 1804101091 Semester/TA : VII/2021

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	26 Nov 2021	Outline Bab 4 - A. Gambaran <sup>Syiah</sup> <sub>Produksi</sub> B. Strategi dan Kendala C. Analisis Strategi	
	1 Des 2021		

Dosen Pembimbing

Ani Nurul Imtihanah, M. S. I

Mahasiswa ybs,

Sulisma Novitasari  
NPM. 1804101091




**KEMENTERIAN AGAMA RI  
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
(IAIN) JURAI SIWO METRO**


Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,  
Email : [stainjusi@stainmetro.ac.id](mailto:stainjusi@stainmetro.ac.id) Website : [www.stainmetro.ac.id](http://www.stainmetro.ac.id)

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL**

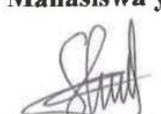
Nama Mahasiswa : Sulisma Novitasari Jurusan/Prodi : FEBI (Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Islam)/S1-Perbankan Syariah  
NPM : 1804101091 Semester/TA : VII/2021

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	08 Des 2021	APD - - Dimensi berat kualitas pelayanan dijadikan indikator dalam APD - - Gurakan teori sebagai landasan APD. dr awal.	
	16 Des 2021	Acc APD Lanjutan pencarian data lapangan.	

**Dosen Pembimbing**

  
Anis Nurul Irtihanah, M. S. I

**Mahasiswa ybs,**

  
Sulisma Novitasari  
NPM. 1804101091



**KEMENTERIAN AGAMA RI  
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
(IAIN) JURAI SIWO METRO**

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,  
Email : [stainjusi@stainmetro.ac.id](mailto:stainjusi@stainmetro.ac.id) Website : [www.stainmetro.ac.id](http://www.stainmetro.ac.id)

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL**

Nama Mahasiswa : Sulisma Novitasari Jurusan/Prodi : FEBI (Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Islam)/S1-Perbankan Syariah  
NPM : 1804101091 Semester/TA : VII/2021

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	08/02/2022	<ul style="list-style-type: none"><li>- Semua APD ditanyakan dan di tulis pada bab 4.</li><li>- Bedakan data prasurvei dan penelitian.</li><li>- Pertanyaan rasabah juga ditampung kan bab 4.</li></ul>	
	Kamis, 24 Feb/2022	<ul style="list-style-type: none"><li>- Teknik penentuan sampel</li><li>- Semua APD ditanyakan ke semua informan</li><li>- Footnote dari sumber informan</li><li>- berisi kumpulan semua dan pertanyaan penelitian</li></ul>	 

Dosen Pembimbing

Ani Nurul Imtihanah, M. S. I

Mahasiswa ybs,

Sulisma Novitasari  
NPM. 1804101091





**KEMENTERIAN AGAMA RI  
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
(IAIN) JURAI SIWO METRO**

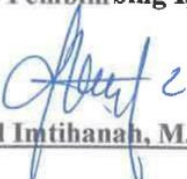
Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,  
Email : [stainjusi@stainmetro.ac.id](mailto:stainjusi@stainmetro.ac.id) Website : [www.stainmetro.ac.id](http://www.stainmetro.ac.id)

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**


Nama Mahasiswa : Sulisma Novitasari Jurusan/Prodi : FEBI (Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Islam)/S1-Perbankan Syariah  
NPM : 1804101091 Semester/TA : VIII/2022

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	07 Maret/2022	kesimpulan. jika pertanyaan penelitian? maka jawaban/kesimpulan I.	

Dosen Pembimbing I,

  
Ani Nurul Imtihanah, M. S. I

Mahasiswa ybs,

  
Sulisma Novitasari  
NPM. 1804101091



**KEMENTERIAN AGAMA RI  
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
(IAIN) JURAI SIWO METRO**

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,  
Email : [stainjusi@stainmetro.ac.id](mailto:stainjusi@stainmetro.ac.id) Website : [www.stainmetro.ac.id](http://www.stainmetro.ac.id)

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama Mahasiswa : Sulisma Novitasari Jurusan/Prodi : FEBI (Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Islam)/S1-Perbankan Syariah  
NPM : 1804101091 Semester/TA : VIII/2022

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Senin 21/03/2022	<p>Perbaiki Abstrah maksud 200 kata - Motto, (penulisan arabo / Al-qur'an harus benar) dan sesuai judul.</p>	
	Selasa 22/03/2022	Acc Untuk Ujian/ Munaqosah	

Dosen Pembimbing I,

Ani Nurul Imtihanah, M. S. I

Mahasiswa ybs,

Sulisma Novitasari  
NPM. 1804101091



*Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah*

**BMT ADZKIYA KHIDMATUL UMMAH**

BADAN HUKUM : 03/BH/X/III.11/VI/2012, PERUBAHAN ANGGARAN DASAR : 184/BH/PAD/X/III.11/III/2016

Kantor Pusat : Jalan Raya Stadion No.II RT.16 RW.05 Kelurahan Tejo Agung Kecamatan Metro Timur Kota Metro Provinsi Lampung



Nomor : 0395/In.28/D.1/TL.00/02/2022

Lampiran : 1 (Satu) Berkas

Perihal : **Surat Balasan Penelitian**

Kepada Yth.

**Ketua Jurusan Perbankan Syariah IAIN Metro**

Di –

Tempat

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Sehubungan dengan surat tugas nomor:0393/In.28/D.1/TL.01/02./2022,tanggal 08 februari 2022 atas nama saudara:

Nama : SULISMA NOVITASARI

Npm : 1804101091

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam

Program Study : S1 Perbankan Syariah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survei di BMT ADZKIYA KHIDMATUL UMMAH (AKU) METRO, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI MEMPERTAHANKAN NASABAH PEMBIAYAAN MUSYARAKAH PADA BMT ADZKIYA KHIDMATUL UMMAH (AKU) METRO".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan saudara untuk terselenggaranya tugas tersebut,atas fasiliias dan bantuannya kami ucapkan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Metro, 08 Februari 2022

Manajer

**Titin Nurmalasari S. Pdi**

## DOKUMENTASI



Wawancara kepada Pimpinan BMT Adzikiya Khidmatul Ummah (AKU) Metro



Wawancara kepada Manajer Pembiayaan BMT Adzikiya Khidmatul Ummah (AKU) Metro





Wawancara dengan Mahasiswa PPL IAIN Metro



Bendahara BMT Adzikiya Khidmatul Ummah (AKU) Metro



Wawancara Kepada Nasabah Pembiayaan Musyarakah



Wawancara Kepada Nasabah yang tidak melakukan kembali Pembiayaan



Wawancara Kepada Nasabah yang melakukan kembali Pembiayaan

## **RIWAYAT HIDUP PENULIS**



Penulis bernama lengkap Sulisma Novitasari, lahir di Kota Metro, 9 November 1999, anak pertama dari dua bersaudara. Penulis lahir dari pasangan suami istri Bapak Sulaiman (Alm) dan Ibu Rosita.

Penulis memulai pendidikan pertamanya yaitu pendidikan dasar di SD N 7 Metro Timur lulus pada tahun 2011, kemudian melanjutkan pendidikan di SMP N 2 Metro lulus pada tahun 2014, lalu melanjutkan ke jenjang atas di SMA N 1 Metro dan lulus pada tahun 2017. Setahun kemudian yaitu tahun 2018 penulis melanjutkan pendidikan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Perbankan Syariah (PBS).