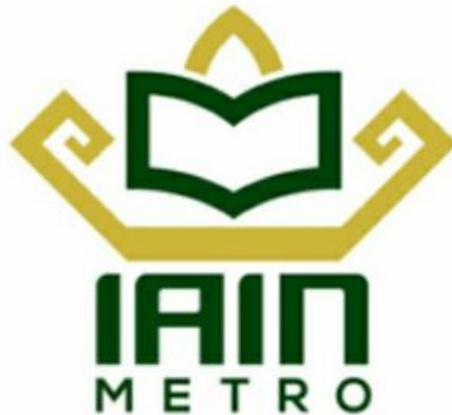


**TUGAS AKHIR**

**KEPUASAN NASABAH/ANGGOTA DALAM  
MENGUNAKAN SISTEM JEMPUT BOLA PADA BMT  
FAJAR KOTA METRO**

**OLEH :**

**FITRIANA WULANDARI  
NPM.13109798**



**Jurusan: Diploma Tiga (D-III) Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)METRO  
1439 H / 2018 M**

**KEPUASAN NASABAH DALAM MENGGUNAKAN SISTEM  
JEMPUT BOLA PADA BMT FAJAR KOTA METRO**

Diajukan Kepada Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam  
Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat Memperoleh Gelar Ahli  
Madya (A.Md)

Oleh :  
FITRIANA WULANDARI  
NPM. 13109798

Pembimbing I : Azmi Siradjuddin., LC.M.Hum  
Pembimbing II : Suci Hayati., M.S.I

Jurusan: D3 Perbankan Syariah (D-3 PBS)  
Fakultas : Ekonomi Dan Ekonomi Islam

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
METRO  
1439 H / 2018 M**

## HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Tugas Akhir : KEPUASAN ANGGOTA DALAM MENGGUNAKAN  
SISTEM JEMPUT TABUNGAN PADA BMT FAJAR  
KOTA METRO

Nama : Fitriana Wulandari  
NPM : 13109798  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : D3 Perbankan Syariah (PBS)

## MENYETUJUI

Sudah dapat kami setujui untuk disidangkan dalam sidang munaqosyah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro.

Pembimbing I



**Azmi Siraduddin, Lc, M. Hum**  
NIP. 19650627 200112 1 001

Metro, 25 Juni 2018  
Pembimbing II



**Suci Hayati, S.Ag, MSI**  
NIP. 19770309 200312 2 003



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

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 Alringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website [www.metrouniv.ac.id](http://www.metrouniv.ac.id)  
email: [iaimetro@metrouniv.ac.id](mailto:iaimetro@metrouniv.ac.id)

**PENGESAHAN TUGAS AKHIR**

Nomor: 1777/1a.28.9/D.7/PP-00.9/07/2018

Tugas akhir dengan judul: **KEPUASAN NASABAH DALAM MENGGUNAKAN SISTEM JEMPUT BOLA PADA BMT FAJAR KOTA METRO**, disusun oleh **FITRIANA WULANDARI**, NPM 13109798, Jurusan: **Diploma Tiga (D-III) Perbankan Syariah**, telah diujikan dalam sidang **Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam** pada hari/tanggal: **Jumat/06 Juli 2018**.

**TIM UJIAN TUGAS AKHIR:**

Ketua/Moderator : Azmi Siradjuddin, LC., M.Hum

Penguji I : Hermanita, SE., MM

Penguji II : Suci Hayati, M.S.I

Sekretaris : Imahda Khoiri Furqon, M.Si



Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Imahda Khoiri Furqon, M.Si  
19720923 200003 2 002

## **ABSTRAK**

### **KEPUASAN ANGGOTA DALAM MENGGUNAKAN SISTEM JEMPUT BOLA PADA BMT FAJAR KOTA METRO**

**Oleh :**

**FITRIANA WULANDARI**

kepuasan anggota adalah hasil yang dirasakan atas penggunaan produk dan jasa, sama atau melebihi harapan yang diinginkan. Dan sistem jemput bola adalah sebuah strategi dimana BMT sebagai penyedia jasa atau penjual produk melakukan secara aktif kegiatan pemasaran dengan menghubungi calon anggota satu demi satu.

Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan bagaimana kepuasan anggota di BMT Fajar Kota Metro. Peneliti ini menggunakan teknik pengumpulan data wawancara dan dokumentasi. Wawancara dilakukan terhadap Kabag Marketing dan Customer Service BMT Fajar Kota Metro. Kemudian dokumentasi dikumpulkan dari pihak BMT.

Dari hasil penelitian bahwa kepuasan anggota dalam menggunakan sistem jemput bola di BMT Fajar Kota Metro dapat diukur dengan melihat sistem keluhan dan saran, survey kepuasan anggota, dan analisis kehilangan pelanggan. Dengan cara ini bisa melihat kepuasan anggota tersebut dalam menggunakan produk nya.

## ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Fitriana Wulandari  
NPM : 13109798  
Jurusan : D3 Perbankan Syariah (D3-PBS)  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

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

Metro, 09 Juli 2018

Yang menyatakan

  
**Fitriana Wulandari**  
NPM. 13109798

## MOTTO

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا ﴿٦٧﴾

“Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian.” (Q.S Al-Furqan ayat 67)

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Dengan rasa syukur dan memohon ridho kepada Allah SWT serta rasa bahagia peneliti persembahkan tugas akhir ini sebagai ungkapan rasa hormat dan cinta kasih kepada :

1. Ayahanda tercinta bapak Tugiyono, Ibunda terkasih Sudarti, yang tersayang dengan setulus hati dan penuh keikhlasan mendoakan, memberi kasih sayang, motivasi, nasihat dan saran-saran terbaik dalam tercapainya cita-cita peneliti.
2. Seluruh keluarga yang telah memberikan dukungan dan motivasi kepada peneliti.
3. Bapak Azmi Siradjuddin.,LC.M.Hum dan Ibu Suci Hayati.,M.S.I yang telah membimbing dan mengarahkan peneliti.
4. Serta Almamater IAIN Metro

## **KATA PENGANTAR**

Alhamdulillah, puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Tujuan penelitian Tugas Akhir ini sebagai persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan Diploma Tiga (D-III) Perbankan Syariah Jurusan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro. Ucapan terima kasih peneliti sampaikan kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Enizar, M.AgselakuRektor IAIN Metro.
2. Ibu Dr. Widhya Ninsiana, M.Hum selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro.
3. Ibu Zumaroh, M.E.Sy, selakuKetua Program D-III PerbankanSyariah.
4. Bapak Azmi Siradjuddin.,LC.M.Hum dan Ibu Suci Hayati.,M.S.I selaku pembimbing yang telah memberi dukungan, bantuan, perhatian dan bahan masukan yang bersifat membangun bagi kesempurnaan dalam menyusun Tugas Akhir ini.
5. Seluruh dosendankaryawan IAIN Metro, yang membimbing dan memberi motivasi penulis untuk belajar dan berkarya menjadi lebih baik.
6. Bapak Ali Masykur selaku Kabag Marketing, yang telah mengizinkan melakukan penelitian di BMT Fajar Kota Metro.

Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam tugas akhir ini, sehingga kritik dan saran peneliti harapkan demi perbaikan di masa yang akan

datang. Peneliti berharap semoga hasil penelitian yang telah dilakukan dapat bermanfaat bagi ilmu pengetahuan lembaga bisnis yang berbasis syariah.

Metro, 09 Juli 2018

Peneliti

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Fitriana Wulandari'.

**Fitriana Wulandari**  
NPM. 13109798

## **DAFTAR ISI**

<b>HALAMAN SAMPUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN ORISINILITAS PENELITIAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>vii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>viii</b>
<b>HALAMAN KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
 <b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. LatarBelakangMasalah.....	1
B. PertanyaanPeneliti.....	7
C. TujuanandanManfaatPenelitian .....	8
1. Tujuan Penelitian .....	8
2. Manfaat Penelitian .....	8
D. MetodologiPenelitian .....	8
1. JenisPenelitian.....	8
2. SifatPenelitian .....	9
3. Sumber Data.....	9
4. TeknikPengumpulan Data.....	11
5. TeknikAnalisis Data.....	12

## **BAB II LANDASAN TEORI**

A. Kepuasan Nasabah .....	14
1. Pengertian kepuasan nasabah.....	14
2. Teori Kepuasan Nasabah.....	16
3. Strategi kepuasan nasabah.....	17
4. Cara Mengukur Kepuasan Nasabah .....	22
B. Sistem Jemput Bola.....	25
1. Pengertian Sistem Jemput Bola.....	25
2. Sistem dan Prosedur Jemput Bola.....	28
3. Jemput Bola Sebagai Alat Marketing .....	29

## **BAB III PEMBAHASAN**

A. Deskripsi Data.....	31
1. Sejarah Singkat BMT Fajar Kota Metro .....	31
2. Visi dan Misi .....	35
3. Struktur Organisasi BMT Fajar Kota Metro .....	35
B. Kepuasan Nasabah dalam menggunakan Sistem Jemput Bola pada BMT Fajar Kota Metro .....	36

## **BAB IV PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	49
B. Saran .....	49

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN – LAMPIRAN**

## **RIWAYAT HIDUP**

## **DAFTAR LAMPIRAN**

1. Outline
2. AlatPengumpul Data (APD)
3. SuratKeteranganBebasPustaka
4. SuratKeteranganBimbinganTugasAkhir
5. KartuKonsultasiTugasAkhir
6. SuratIzinRiset
7. SuratTugas
8. RiwayatHidup

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

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

Dunia bisnis jasa saat ini mengalami kemajuan dan perkembangan yang pesat, salah satunya dalam perbankan syari'ah. Maraknya perkembangan perbankan syari'ah di Indonesia, melahirkan begitu banyak investor dan nasabah dengan berbagai penghimpunan dana dilihat dari kehalalan tanpa adanya riba. Islam melarang setiap transaksi yang didalamnya mengandung unsur perjudian (*maisyr*), unsur ketidakpastian (*gharar*), riba, bathil dan unsur suap-menyuap (*ryswah*).<sup>1</sup>

Tingginya keinginan masyarakat terhadap bank syari'ah baik dalam menabung, investsi serta pembiayaan membuat bisnis jasa dalam perbankan syari'ah semakin prospektif karena bank syariah menjadi tempat untuk menghimpun dana dan menyalurkan dana bagi masyarakat dengan prinsip keadilan yang sesuai dengan prinsip syari'ah. Bank syariah adalah Bank yang dijalankan berdasarkan syariah.<sup>2</sup>

Sesuai dengan pasal 19 Undang-Undang Perbankan Syariah, kegiatan Bank Umum Syariah (BUS) bahwasannya menghimpun dana dalam bentuk simpanan berupa giro, tabungan atau bentuk lainnya yang

---

<sup>1</sup> Abdul Ghofur Anshor, *Aspek Hukum Reksa Dana Syariah di Indonesia*, (Bandung : Refika Aditama, 2008), h.18

<sup>2</sup> Ahmad Ifham, *Ini Lho Bank Syariah Memahami Bank Syariah dengan Mudah*, (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2015), h.1

dipersamakan dengan itu berdasarkan akad wadi'ah atau akad lainnya yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.<sup>3</sup>

Perkembangan zaman banyak sekali muncul bank syari'ah yang saling bersaing membuat produk, jasa dan memberikan pelayanan terbaik kepada masyarakat (nasabah). Maraknya persaingan tersebut perusahaan perbankan menerapkan strategi pemasaran supaya nasabah memutuskan untuk menabung sesuai dengan kebutuhan dan keinginan nasabah.

Hal ini sangat ditentukan oleh seberapa baiknya seorang *marketing funding* menghimpun dana dari masyarakat. Upaya memperkenalkan produk kepada konsumen merupakan awal dari kegiatan *marketing* berupa keputusan dan strategi mengenai produk yang semua kegiatan pemasaran pada umumnya ditujukan untuk meningkatkan volume penjualan.

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang perlu dilakukan oleh perusahaan baik perusahaan barang atau jasa dalam upaya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya, hal ini dikarenakan pemasaran secara tidak langsung berhubungan dengan konsumen. Tujuan utama pemasaran adalah melayani konsumen dengan mendapatkan sejumlah laba atau dapat diartikan sebagai perbandingan antara penghasilan dengan biaya yang layak. Agar pemasaran dapat dilakukan dengan baik dan tepat sasaran maka pemasarn harus menggunakan media atau perantara untuk mendongkrak penjualan salah satunya menggunakan promosi.

---

<sup>3</sup> Bambang Rianto Rustam, *Manajemen Resiko Perbankan Syariah di Indonesia*, (Jakarta : Salemba Empat, 2013), h.6

Promosi merupakan salah satu penentu keberhasilan program pemasaran. Pada hakikatnya promosi merupakan elemen bauran pemasaran yang berfokus pada upaya menginformasikan, membujuk dan mengingatkan kembali konsumen akan merek dan produk perusahaan.<sup>4</sup> Promosi bisa dilakukan dengan menawarkan produk tersebut kepada individu-individu, membuat *flyer* yang membuat produk investasi, membuat brosur dan beriklan di ruang terbuka, beriklan di media elektronik.<sup>5</sup>

Promosi merupakan salah satu penentu keberhasilan program pemasaran. Pada hakikatnya promosi merupakan elemen bauran pemasaran yang berfokus pada upaya menginformasikan, membujuk dan mengingatkan kembali konsumen akan merek dan produk perusahaan.<sup>6</sup> Oleh karena itu promosi dapat dikatakan upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau menggunakannya. Dengan adanya promosi maka produsen atau distributor mengharapkan kenaikan angka penjualan. Promosi akan berjalan sesuai dengan rencana dan tepat sasaran maka promosi harus menggunakan strategi dalam pemasaran.

---

<sup>4</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi Ofset, 2015), h.387

<sup>5</sup> Adler Haymans Manurung, *Panduan Sukses Menjual Reksa Dana*, (Jakarta : Grasindo, 2010), h.139.

<sup>6</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi Ofset, 2015), h.387

Strateri pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu dibidang pemasaran yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan. Strategi marketing mencakup tiga aktivitas, yaitu perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian. Dimana ada tiga faktor tersebut dapat mempengaruhi perubahan strategi marketing yaitu daur hidup produk, posisi persaingan di pasar dan situasi ekonomi.

Oleh karena itu pemasaran memegang peranan penting dan strategis dalam suatu perusahaan. Sistem jemput bola dengan mendatangi pelanggan atau konsumen diterapkan dan dilakukan hampir semua perusahaan dalam usaha menggarap pasar secara insentif.

Salah satu strategi pemasaran adalah jemput bola merupakan sebuah strategi dimana para penyedia jasa, maupun penjual produk menghubungi atau mendatangi langsung calon pelanggannya. Strategi ini cukup efektif, karena para pelaku usaha bisa mendekatkan perusahaannya dengan konsumen dan memberikan kemudahan bagi para pelanggan untuk memenuhi kebutuhannya. Cara yang dilakukan berupa layanan pesan antar, penawaran menggunakan teknologi komunikasi dan terjun langsung ke lapangan.<sup>7</sup>

BMT Fajar Kota Metro adalah Lembaga Keuangan Mikro yang bernaung di koperasi dengan prinsip syariah, berfungsi sebagai mediator antara pemilik dana dengan pengguna dana yang pada umumnya

---

<sup>7</sup><http://bisnisukm.com/tingkatkan-penjualan-dengan-strategi-pemasaran-jempu-bola.html>,  
27 Mei 2018

pengusaha kecil dan masyarakat kecil. Dalam BMT Fajar Kota Metro produk-produk simpanan yang ditawarkan adalah simpanan fajar gold, simpanan qurban, simpanan mudharabah berjangka dan simpanan wadi'ah, dan ada pula produk-produk pembiayaan yang ditawarkan, yaitu pembiayaan murabahah, pembiayaan ijarah, pembiayaan mudharabah dan pembiayaan musyrakah (syirkah).

Berdasarkan survey yang peneliti lakukan dapat dijelaskan bahwa beberapa produk yang menawarkan menggunakan sistem jemput bola kepada masyarakat. Produk yang ditawarkan oleh BMT Fajar Kota Metro yaitu pembiayaan dan produk simpanan BMT Fajar Kota Metro juga menyediakan sistem jemput bola. Dalam layanan jemput bola ini, petugas BMT mendatangi nasabah pada waktu yang telah disepakati bersama antara lain harian, mingguan bahkan bulanan. Hal ini bertujuan supaya nasabah siap melakukan transaksi ketika petugas datang.<sup>8</sup>

Menurut Farida selaku Costumer Service BMT Fajar Kota Metro sistem jemput bola yang digunakan dalam BMT Fajar Kota Metro menggunakan tablet otomatis, jika nasabah melakukan setoran maka uang tersebut secara otomatis masuk kedalam rekening, namun jika ingin melakukan penarikan nasabah harus mendatangi langsung BMT yang bersangkutan karena sistem jemput bola yang disediakan dalam BMT Fajar Kota Metro ini khususnya untuk setoran saja tidak untuk penarikan.<sup>9</sup>

---

<sup>8</sup> Observasi, di BMT Fajar Kota Metro, 21 Oktober 2017

<sup>9</sup> Ibu Farida, Cust Service BMT Fajar Kota Metro, *Wawancara*, 21 Oktober 2017

Sistem jemput bola merupakan sebuah strategi dimana BMT sebagai penyedia jasa/penjual produk melakukan secara aktif kegiatan pemasaran dengan menghubungi calon pelanggan satu demi satu. Jika ada yang tertarik maka pihak BMT akan mendatangi nasabah kemudian mempresentasikan produk atau jasa yang tersedia. Dari presentasi ini, calon nasabah akan mengerti mengenai produk/jasa dan manfaatnya bagi mereka.<sup>10</sup>

Marketing dapat dikatakan sebagai wadah yang digunakan untuk mengembangkan usaha agar lebih unggul. Marketing adalah serangkaian proses yang dilakukan untuk memasarkan produk atau mengenalkan produk kepada masyarakat dengan berbagai cara agar produk sampai kepada konsumen dengan berbagai cara agar produk tersebut menjadi banyak diminati oleh masyarakat secara luas, sehingga dalam hal ini marketing tidak hanya sebatas pemasaran saja namun juga mengenai strategi pemasaran yang harus digunakan untuk menunjang berkembangnya suatu perusahaan atau perbankan untuk memberikan kepuasan pada konsumen. Oleh karena itu jemput bola adalah salah satu marketing yang digunakan dalam BMT Fajar Kota Metro untuk menarik masyarakat agar memilih produk yang ditawarkan oleh BMT Fajar Metro.

Pelayanan Jemput bola merupakan layanan kepada nasabahnya terhadap transaksi perbankan terkait produk tabungan. Pelayanan jemput bola yang disediakan oleh BMT Fajar Kota Metro dapat berupa

---

<sup>10</sup> [http://www.prowebpro.com/article/pemasaran\\_jemput\\_tungg\\_bola.html](http://www.prowebpro.com/article/pemasaran_jemput_tungg_bola.html) diunduh pada 26 Oktober 2017.

pembukaan rekening tabungan, penyetoran rekening tabungan, rekening tabungan, dan penutupan rekening tabungan.<sup>11</sup> Pada penerapannya layanan jemput bola ini merupakan penerapan strategi melalui pendekatan kepada nasabah, promosi, penyebaran brosur, *convasing* (mendatangi secara langsung nasabah), iklan, teknologi komunikasi, *Cobranding* (kelembagaan), serta media dakwah.<sup>12</sup>

Berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan mengenai sistem jemput bola pada BMT Fajar Kota Metro dapat diketahui bahwa sistem jemput bola sudah diterapkan pada BMT Fajar Kota Metro namun peminat masyarakat untuk menjadi nasabah belum maksimal. Oleh karena itu hal yang melatarbelakangi dan mendorong peneliti untuk melakukan penelitian terhadap “Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Sistem Jemput Bola pada BMT Fajar Kota Metro”. Yang mana nantinya penelitian yang dilakukan tersebut diharapkan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat muslim terutama bagi peneliti.

## **B. Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka permasalahan di angkat dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut : “Bagaimana kepuasan nasabah dalam menggunakan sistem jemput bola pada BMT Fajar Kota Metro”?

---

<sup>11</sup> *Observasi* di BMT Fajar Kota Metro, 21 Oktober 2016

<sup>12</sup> Rita Mailinda, Kepala *Marketing*, BMT Fajar Kota Metro, *Wawancara*, 23 Oktober 2017

## C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

### 1. Tujuan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kepuasan nasabah dalam menggunakan sistem jemput bola pada BMT Fajar Kota Metro.

### 2. Manfaat

Adapun manfaat dalam penelitian ini adalah:

- a. Manfaat Teoritis, adalah penelitian ini diharapkan menjadi pokok pemikiran peneliti, dapat memberikan pemahaman, gambaran dan wawasan yang luas dan lebih mendalam serta memperkaya khasanah Lembaga Keuangan Syariah mengenai sistem jemput bola di BMT.
- b. Manfaat Praktis, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan dasar sebagai acuan praktisi BMT dalam melakukan pengembangan produk pelayanan jasa khususnya sistem jemput bola.

## D. Metodologi Penelitian

### 1. Jenis Penelitian

Penelitian ini akan mengungkap fenomena atau kejadian dengan cara menjelaskan, memaparkan/atau menggambarkan dengan kata-kata secara jelas dan terperinci melalui bahasa yang tidak berwujud nomer/angka. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang pemecahan masalahnya dengan menggunakan data empiris.<sup>13</sup>

Penelitian lapangan (*field research*) bertujuan untuk memecahkan

---

<sup>13</sup> Masyhuri dan Zainuddin, *Metodologi Penelitian Pendekatan Praktis dan Aplikatif*, (Bandung : Refika Aditama, 2011) h.20

masalah-masalah praktis dalam kehidupan sehari-hari.<sup>14</sup> Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kepuasan nasabah dalam menggunakan sistem jemput bola di BMT Fajar Kota Metro.

## **2. Sifat Penelitian**

Sesuai dengan judul dan permasalahan yang diambil maka sifat penelitian ini adalah deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang bermaksud untuk membuat pencandraan (deskripsi) mengenai situasi dan kejadian. Tujuannya untuk membuat pencandraan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat populasi atau daerah tertentu.<sup>15</sup> Karena penelitian ini bertujuan menggambarkan sesuatu yang sesuai fakta dan penelitian ini memfokuskan pada masalah yang ada dan harus dibuktikan kebenarannya.

Penelitian deskriptif kualitatif ini berupa keterangan-keterangan bukan berupa angka-angka hitungan. Penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif yaitu mengungkapkan gejala-gejala yang nampak dari mencari fakta khususnya mengenai kepuasan nasabah dalam menggunakan sistem jemput bola di BMT Fajar Kota Metro.

## **3. Sumber Data**

Sumber data adalah subjek dari mana asal data penelitian itu diperoleh. Apabila peneliti misalnya menggunakan wawancara dalam

---

<sup>14</sup> Dewi Sadiyah, *Metodologi Penelitian Dakwah Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013), h. 8.

<sup>15</sup> Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2011), h. 76.

pengumpulan datanya, sumber data, yaitu orang yang merespon atau menjawab pertanyaan baik tertulis maupun lisan.<sup>16</sup>

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan sumber data primer dan sekunder. Sumber datanya diperoleh dari dua sumber yaitu:

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah data yang diambil dari sumber data primer atau sumber pertama di lapangan.<sup>17</sup> Sumber data primer adalah sumber data yang diperoleh dari yang bersangkutan atau responden tersebut tanpa perantara.

Sumber data primer dalam penelitian ini adalah Zainal Abidin dan Andri Yulianto selaku Marketing BMT Fajar Kota Metro, ibu Eni Suwanti dan Sri Hartati selaku anggota BMT Fajar Kota Metro yang menggunakan sistem jemput bola..

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder.<sup>18</sup> Penulis mencari referensi yang berkaitan dengan tugas akhir tersebut untuk menjadikan acuan sebagai dasar penelitian.

Sumber data sekunder adalah sumber data kedua yaitu sumber data yang diperoleh dari sumber lain yang tidak berkaitan

---

<sup>16</sup> Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2014) h. 73

<sup>17</sup> Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*, (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2013) h. 128.

<sup>18</sup> *Ibid*

secara langsung dengan peneliti ini, buku-buku tentang kepuasan Nasabah dalam menggunakan sistem jemput bola.

#### **4. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dilakukan peneliti untuk mengungkap atau menjangkau informasi, untuk memperoleh data penulis menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut:

##### **a. Metode Wawancara (Interview)**

Metode wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden atau orang yang diwawancarai.<sup>19</sup> Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti.<sup>20</sup>

Penulis akan melakukan wawancara dalam bentuk tanya jawab yang sah kepada Zainal Abidin dan Andri Yulianto selaku Marketing BMT Fajar Kota Metro, Eni Suwanti dan Sri Hartati selaku anggota BMT Fajar Kota Metro yang menggunakan sistem jemput bola.

---

<sup>19</sup> *Ibid*

<sup>20</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2011), h 194

## **b. Metode Dokumentasi**

Metode dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, legger, agenda dan sebagainya.<sup>21</sup>

Dokumentasi adalah pengumpulan data yang diperoleh melalui berbagai catatan. Metode dokumentasi ini digunakan untuk memperoleh data-data tentang sejarah berdirinya, visi dan misi, struktur organisasi dan Produk BMT Fajar Metro.

## **5. Teknis Analisa Data.**

Data mentah yang dikumpulkan oleh peneliti akan ada gunanya setelah dilakukan analisis. Analisis dalam penelitian merupakan bagian dalam proses penelitian yang sangat penting, karena dengan analisis data yang ada akan nampak manfaatnya terutama dalam memecahkan masalah penelitian dan mencapai tujuan akhirnya penelitian.

Teknik analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasi data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesis, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari dan memutuskan apa yang dapat diceriterakan kepada orang lain.<sup>13</sup>

Setelah peneliti memperoleh data yang diperlukan, maka data tersebut diolah dan dianalisa dengan menggunakan analisis kualitatif yaitu proses mencari dan menyusun secara berurutan berdasarkan

---

<sup>21</sup>Suharsimi Srikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta : Rineka Cipta, 2013), h 274.

<sup>13</sup> Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung : Rosdakarya, 2005, h. 248.

data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami menjadi sebuah penjelasan mengenai tentang kepuasan nasabah dalam menggunakan sistem jemput bola pada BMT Fajar Kota Metro.

Data yang diperoleh melalui wawancara yaitu kepuasan nasabah dalam menggunakan sistem jemput bola pada BMT Fajar Kota Metro. Setelah semua bahan yang diperlukan didapat, kemudian dianalisis dan diambil kesimpulan bahwa metode analisis yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah metode yang cenderung menggunakan sistem berfikir secara induktif. Berfikir induktif merupakan suatu cara berfikir yang berawal dari fakta-fakta yang khusus dan konkrit kemudian dari fakta atau peristiwa tersebut ditarik kesimpulan.<sup>22</sup> Peneliti menggunakan berfikir induktif yaitu untuk mengemukakan teori dan fakta-fakta nyata dari data yang ada untuk menggali pengetahuan tentang kepuasan nasabah dalam menggunakan sistem jemput bola pada BMT Fajar Kota Metro.

---

<sup>22</sup> *Ibid*, h.252

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Kepuasan Nasabah

##### 1. Pengertian Kepuasan Nasabah

Menurut Kamus Lengkap Bahasa Indonesia kata puas dapat diartikan bahwa merasa senang; lega, kenyang dan sebagainya karena sudah merasai secukup-cukupnya atau sudah terpenuhi hasrat hatinya; lebih dari cukup.<sup>23</sup> *Satisfaction* adalah kata dari bahasa latin yang berbentuk dari katan *satis* yang berarti *enough* atau cukup, dan *force* yang berarti *to do* atau melakukan. Jadi produk atau jasa yang bisa memuaskan adalah produk atau jasa yang sanggup memberikan sesuatu yang dicari oleh konsumen sampai pada tingkat cukup.<sup>24</sup>

Kepuasan merupakan perasaan atau respon seseorang terhadap suatu hal yang dianggap baik atau memadai dan menyenangkan atau suatu hal yang mengecewakan yang berasal dari konsumsi suatu produk atau jasa setelah membandingkan harapan yang dimiliki dan dirasakan terhadap produk atau jasa dengan apa yang diterimanya dari produk atau jasa tersebut.

---

<sup>23</sup> Safuan Alfandi, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, (Solo : Sendang Ilmu, 2002), h. 429.

<sup>24</sup> Tony Sitingak dkk, *Model Matriks Konsumen untuk Menciptakan Superior Customer Value*, (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2004), h. 6.

Menurut Undang-Undang Perbankan Pasal 29 ayat (4) bahwasannya untuk kepentingan nasabah, bank wajib menyediakan informasi mengenai kemungkinan timbulnya resiko kerugian sehubungan dengan transaksi nasabah yang dilakukan melalui bank.<sup>25</sup>

Konsumen (*consumer*) adalah istilah umum untuk orang yang membeli dan menggunakan produk atau jasa.<sup>26</sup> Menurut Undang-Undang perbankan nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa Bank.<sup>27</sup>

- a. Nasabah penyimpanan adalah adalah nasabah yang menempatkan dananya di bank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.
- b. Nasabah debitur adalah nasabah yang memperoleh fasilitas kredit atau pembiayaan berdasarkan prinsip syariah atau yang dipersamakan dengan itu berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.<sup>28</sup>

Pengertian yang di uraikan tersebut dapat diterangkan bahwa nasabah Bank Syariah adalah orang yang menempatkan dananya di Bank Syariah dalam bentuk simpanan atau yang meminjam dana di bank. Dengan demikian yang dimaksud dengan nasabah non muslim ialah orang yang beragama selain Islam yang menempatkan dananya di Bank Syariah dalam bentuk simpanan atau yang meminjam dana di bank.

---

<sup>25</sup> Undang-Undang Perbankan Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perubahan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan (Jakarta : Sinar Grafika, 2009), h 19

<sup>26</sup> Irham Fahmi, *Perilaku Konsumen teori dan Aplikasi*, (Bandung : Alfabeta, 2016), h. 2.

<sup>27</sup> Undang-Undang Perbankan Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perubahan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan (Jakarta : Sinar Grafika, 2009), h 11

<sup>28</sup> *Ibid.*

Kepuasan nasabah dapat menghasilkan perilaku nasabah merupakan tindakan-tindakan yang dilakukan oleh individu, kelompok atau organisasi yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan dalam mendapatkan, menggunakan barang atau jasa ekonomis yang dapat dipengaruhi lingkungan.

## 2. Teori Kepuasan Nasabah

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang merupakan hasil perbandingan dari persepsi kinerja produk dan harapannya. Pelanggan tidak akan merasa puas apabila pelanggan mempunyai persepsi bahwa harapannya belum terpenuhi.<sup>29</sup>

Pada dasarnya tujuan dari sebuah bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan yang puas. terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, serta membentuk rekomendasi gehtok tular positif yang menguntungkan bagi perusahaan. Kepuasan pelanggan dapat diartikan sebagai perbandingan antara harapan atau ekspektasi sebelum pembelian dan persepsi terhadap kinerja setelah pembelian.<sup>30</sup>

Memuaskan kebutuhan nasabah adalah keinginan setiap perusahaan khususnya bidang petbankan. Nasabah yang merasa puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan

---

<sup>29</sup> Tony Sitinjak dkk, *Model Matriks*, h. 6.

<sup>30</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2015), h.76

menguatkan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari. Kepuasan merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penggunaan produk yang ditawarkan kepada nasabah.

Masyarakat mempercayai bank sebagai tempat yang aman untuk melakukan investasi dan menyimpan dana (uang). Masyarakat yang kelebihan dana sangat membutuhkan keberadaan bank untuk menyimpan dananya dengan aman. Keamanan atas dana (uang) yang disimpannya di bank oleh masyarakat merupakan faktor yang sangat penting bagi masyarakat. Selain rasa aman, tujuan lainnya adalah sebagai tempat melakukan investasi. Masyarakat akan merasa lebih aman apabila uangnya diinvestasikan di bank. Dengan menyimpan uangnya di bank nasabah juga akan mendapat keuntungan berupa *return* atau simpanannya yang besarnya tergantung kebijakan masing-masing bank.<sup>31</sup>

Penjelasan di atas dapat dipahami bahwa nasabah akan merasa puas apabila nasabah merasa nyaman, aman sehingga mempunyai rasa kepercayaan kepada bank syariaah atas segala transaksi yang dilakukan oleh nasabah. Kepuasan nasabah adalah faktor terpenting bagi BMT. Pihak BMT harus berpacu untuk menciptakan ide, produk dan layanan yang prima kepada nasabah agar nasabah mempunyai loyalitas dan kepuasan atas BMT tersebut.

### **3. Strategi Kepuasan Nasabah**

BMT harus beroperasi secara profesional agar masyarakat memberikan penilaian yang baik sehingga masyarakat memutuskan menjadi nasabah. Namun tidak menutup kemungkinan nasabah tersebut merasa tidak puas atas produk yang digunakan dan pelayanan jasa yang diberikan.

---

<sup>31</sup> Ismail, *Manajemen Perbankan dari Teori Menuju Aplikatif*, (Jakarta : Prenadamedia Group, 2016), h. 4.

Salah satu fungsi utama bank ialah memberikan pelayanan jasa kepada pihak yang memerlukannya baik nasabah atau bukan nasabah. Pelayanan jasa yang dapat diberikan oleh bank syariah dengan berbagai produk jasa bank dan dibagi sesuai dengan akadnya.<sup>32</sup> Pelayanan jasa bank merupakan aktivitas pendukung yang dapat diberikan oleh bank.<sup>33</sup>

Berdasarkan uraian di atas dapat dipahami bahwa pelayanan jasa pada perbankan sangat menentukan kepuasan nasabah. Jasa pelayanan merupakan usaha yang dilakukan oleh bank kepada nasabah, agar nasabah merasa puas terhadap pelayanan nasabah. Apabila BMT dapat memberikan pelayanan jasa yang baik maka nasabah akan merasa puas, nyaman dan nasabah akan selalu memilih produk yang digunakan BMT tersebut. Oleh karena itu pelayanan jasa merupakan salah satu strategi yang digunakan BMT untuk memberikan kepuasan kepada nasabah.

Pelayanan jasa yang dapat dilakukan oleh bank umum sesuai dengan pasal 6 UU No.7 tahun 1992 adalah:

- a. Penghimpinan dana dari masyarakat, seperti simpanan giro, simpanan deposito, sertifikat deposito dan simpanan tabungan.
- b. Pemberian kredit.
- c. Menerbitkan surat pengakuan utang; surat pengakuan utang terdiri dari dua jenis, yakni yang berjangka pendek yang dikenal dengan Surat Berharga Pasar Uang (SBPU) seperti surat sanggup (*promes*) dan surat wesel dan yang berjangka panjang seperti obligasi dan sekuritas kredit.
- d. Jual beli surat berharga; seperti surat wesel, surat pengakuan utang, surat jaminan pemerintah, SBI, obligasi dan lain-lain.
- e. Pemindahan uang (*transfer*).
- f. Penempatan dan peminjaman dana dari sesama bank.
- g. Penerimaan pembayaran tagihan surat berharga.
- h. Penyimpanan barang dan surat berharga.

---

<sup>32</sup> Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta : Prenadamedia Group, 2016) h. 199.

<sup>33</sup> Ismail, *Akuntansi Bank Teori dan Aplikasi dalam Rupiah*, (Jakarta : Prenadamedia Group, 2014) h. 14.

- i. Menerima penitipan untuk kepentingan pihak lain (*trust*).
- j. Penempatan dana dalam bentuk surat berharga.
- k. Usaha anjak piutang (*factoring*), kartu kredit dan kegiatan wali amanat.
- l. Pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil.
- m. Melakukan kegiatan dalam valuta asing.
- n. Penyertaan modal (*equity participation*).
- o. Pengurusan dan pendirian dana pensiun.
- p. Kegiatan usaha lain yang lazim dilakukan oleh bank, seperti bank garansi, bank persepsi, swap bunga dan membantu administrasi usaha nasabah.<sup>34</sup>

Kualitas perbankan agar anggota dapat memilih bank syariah dalam berbagai transaksi yang dipilih oleh nasabah. Suatu kondisi dimana produk memenuhi kebutuhan orang yang menggunakannya, kebutuhan yang bersifat dinamis, yaitu kondisi yang berhubungan dengan barang, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi harapan pelanggan.

Salah satu pendekatan kualitas pelayanan yang banyak dijadikan acuan dalam riset pemasaran sebagai berikut:

- a. *Service quality Tangible* (bukti langsung)
- b. *Realibility* (kehandalan)
- c. *Responsiveness* (daya tanggap)
- d. *Assurance* (jaminan)
- e. *Empati*.<sup>35</sup>

Kualitas pelayanan sebagai acuan agar masyarakat menjadi anggota pada bank syariah maka harus dilakukan pemasaran yaitu: *Service quality Tangible* (bukti langsung) yaitu kemampuan perusahaan dalam menunjukkan aksistensinya kepada eksternal. Penampilan dan kemampuan

---

<sup>34</sup> Mia Lasmi Wardiah, *Dasar-Dasar perbankan*, (Bandung : Pustaka Setia Bandung, 2013), h.25

<sup>35</sup> Didih Suryadi, *Promosi Efektif Menggugah Minat dan Loyalitas Pelanggan*, (Yogyakarta, Tugu Publisher, 2006), h.61

sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa, *Reliability* (kehandalan) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan pada pelanggan, *Responsiveness* (daya tanggap) yaitu suatu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang cepat dan tepat pada pelanggan dengan menyampaikan informasi yang jelas atau tidak membiarkan pelanggan menunggu terlalu lama tanpa adanya kejelasan dan memberikan penyelesaian terhadap masalah pelanggan dengan cepat sesuai apa yang dijanjikan, *Assurance* (jaminan) yaitu pengetahuan, kesopan santunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya pada perusahaan dan *empati*, yaitu memberikan perhatian yang tulus yaitu bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya berusaha memahami keinginan pelanggan.

Konsumen dapat diartikan sebagai siapa saja yang berkepentingan dengan produk layanan yang ditawarkan oleh perusahaan.<sup>36</sup> Semakin berkembangnya inovasi layanan bank syariah dalam menyediakan produk dan aktivitasnya yang disesuaikan dengan kebutuhan nasabahnya mendorong adanya suatu segmen nasabah yang menginginkan bank syariah dapat memberikan layanan perbankan secara lebih personal dan mendapatkan tambahan layanan keistimewaan tertentu.<sup>37</sup> Oleh karena itu

---

<sup>36</sup> M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung : Alfabeta, 2005), h.189.

<sup>37</sup> Bambang Rianto Rustam, *Manajemen Resiko Perbankan Syariah di Indonesia*, (Jakarta : Salemba Empat, 2013), h.265

nasabah sangat memperhitungkan pelayanan, kualitas produk dan mudahnya mengakses BMT tersebut.

Ketika nasabah memiliki penghasilan yang memadai, kemudian masih tersisa kelebihan pengeluaran setelah memenuhi kebutuhan dasar dan hal-hal yang bersifat darurat, tentu nasabah akan memilih objek-objek investasi untuk menambah atau meningkatkan pendapatan antara lain:

- a. Tabungan.
- b. Deposito berjangka atau sertifikat deposito.
- c. Menutup polis asuransi.
- d. Membeli valuta asing.
- e. Mendiriakan usaha baru.
- f. Membeli emas atau perhiasan lainnya.
- g. Membeli rumah atau tanah.
- h. Membeli surat berharga pasar uang.
- i. membeli surat berharga pasar modal (saham, obligasi atau obligasi konversi).<sup>38</sup>

Nasabah merupakan subyek yang dinamis yang sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor internal dalam dirinya maupun faktor eksternal diluar dirinya. Respon dan tindakan anggota timbul oleh persepsi dan harapan terhadap rangsangan baik dari dalam maupun dari luar dirinya untuk memenuhi kebutuhan dan tuntutan. Seseorang menjadi anggota pada dasarnya didorong oleh motif tertentu untuk memenuhi kebutuhannya, termasuk kebutuhan menyimpan dan meminjam uang. Kebutuhan menyimpan uang umumnya karena didorong oleh motif untuk berjaga-jaga, bertransaksi dan mencari keuntungan (investasi).

---

<sup>38</sup> Rusdin, *Pasar Modal*, (Bandung : Alfabeta, 2005), h.62

#### 4. Cara Mengukur Kepuasan Nasabah

Salah satu reaksi keputusan konsumen dapat dipengaruhi oleh faktor lingkungan dimana konsumen berada, lingkungan dengan segala informasi tersebut membentuk pola pembentukan karakter konsumen yang tercermin dalam pemilihan produk yang ditawarkan. Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan untuk memuaskan suatu kebutuhan dan keinginan konsumen.<sup>39</sup>

Keputusan konsumen dalam memilih produk sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor yang melatarbelakangi keputusan tersebut, antara lain dapat dilihat dari pertanyaan dibawah ini:

- a. Mengapa konsumen membeli produk tersebut.
- b. Untuk apa konsumen membeli produk tersebut.
- c. Dimana konsumen bisa mendapatkan produk tersebut.
- d. Dan seberapa sering konsumen membeli produk tersebut.<sup>40</sup>

Pendapat lain mengatakan bahwa faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah antara lain:

- a. Kinerja (*performance*), karakteristik operasi pokok yang dibeli dari produk inti. Kinerja memiliki dua dimensi yakni *instrumental performance*, berkaitan dengan fungsi fisik sebuah produk dan *expressive/symbolic performance*, berkenaan dengan kinerja estetis atau peningkatan citra diri.
- b. Fitur (*features*), yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap.
- c. Keandalan (*reliability*), yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai.
- d. Kesesuaian dengan spesifikasi yang sesuai dengan standar yang telah ditentukan.

---

<sup>39</sup> Irham Fahmi, *Perilaku Konsumen*, h. 6.

<sup>40</sup> *Ibid.*

- e. Daya tahan (*durability*) berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan.
- f. *Serviceability*, meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, dan penanganan keluhan yang memuaskan.
- g. estetika, yaitu daya tarik produk terhadap panca indera.
- h. Persepsi terhadap kualitas (*perceived quality*), yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya.<sup>41</sup>

Kualitas perbankan menjadi hal pokok agar nasabah dapat memilih bank syariah dalam berbagai transaksi yang dipilih oleh nasabah. Kualitas adalah suatu kondisi dimana produk memenuhi kebutuhan orang yang menggunakannya, oleh karena kebutuhan orang bersifat dinamis, yaitu kondisi yang berhubungan dengan barang, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan atau nasabah. Sebagaimana Firman Allah SWT sebagai berikut :

وَكَذَلِكَ جَعَلْنَاكُمْ أُمَّةً وَسَطًا لِتَكُونُوا شُهَدَاءَ عَلَى النَّاسِ وَيَكُونَ الرَّسُولُ عَلَيْكُمْ شَهِيدًا

Artinya : “Dan demikianlah kami jadikan kamu sekalian (umat Islam) umat pertengahan (adil dan pilihan) agar kamu menjadi saksi (ukuran penilaian) atas (sikap dan perbuatan) manusia umumnya dan supaya Allah SWT menjadi saksi (ukuran penilaian) atas (sikap dan perbuatan) kamu sekalian”.<sup>42</sup>

Berdasarkan ayat di atas dapat dipahami bahwa nasabah merupakan hal terpenting dalam perkembangan perbankan syariah, hal ini dikarenakan dengan adanya nasabah bahwa perbankan syariah mempunyai produk yang baik dan mampu menarik nasabah dalam berbagai transaksi, selain itu peran

<sup>41</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, h.77

<sup>42</sup> QS. Al-Baqarah (2): 143.

promosi yang dibuat oleh bank syariah tersebut sangat berpengaruh terhadap pengetahuan nasabah terhadap perbankan tersebut dan harus mempunyai prinsip keadilan dan kemaslahatan umat.

Prinsip-prinsip kualitas sebagai berikut:

- a. Disesuaikan dengan permintaan.
- b. Sistemnya adalah pencegahan sejak awal dikerjakan dengan benar.
- c. Standarnya adalah tidak ada cacat/harus tidak ada kesalahan.
- d. Ukurannya adalah biaya untuk mencapai kualitas.<sup>43</sup>

Pengertian kualitas mencakup:

- a. Produk, orang dan aktivitas.
- b. Biaya
- c. Pengiriman
- d. Keselamatan
- e. Moral.<sup>44</sup>

Setiap perbankan syariah harus mempunyai daya tarik agar nasabah memilih segala bentuk transaksi yang ada diperbankan tersebut, bank syariah harus mampu berkompetisi menciptakan barang atau jasa sesuai permintaan atau harapan konsumen.

---

<sup>43</sup> Malayu S.P Hisabuan, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2016), h. 221.

<sup>44</sup> *Ibid.*

Dua faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen sebagai berikut:

- a. Faktor internal konsumen yang meliputi persepsi, konsumen, reaksi konsumen, kepribadian, karakter, logika berfikir, gaya hidup, motivasi dan latar belakang pendidikan.
- b. Faktor eksternal konsumen meliputi situasional dan berbagai lingkungan eksternal lainnya yang telah ikut mendorong pembentukan perilaku konsumen.<sup>45</sup>

Nasabah merupakan subyek yang dinamis yang sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor internal dalam dirinya maupun faktor eksternal diluar dirinya. Respon dan tindakan nasabah timbul oleh persepsi dan harapan terhadap rangsangan baik dari dalam maupun dari luar dirinya untuk memenuhi kebutuhan dan tuntutan. Seseorang menjadi nasabah bank pada dasarnya didorong oleh motif tertentu untuk memenuhi kebutuhannya, termasuk kebutuhan menyimpan dan meminjam uang. Kebutuhan menyimpan uang umumnya karena didorong oleh motif untuk berjaga-jaga, bertransaksi dan mencari keuntungan (investasi).

## **B. Sistem Jemput Bola**

### **1. Pengertian Sistem Jemput Bola**

Sistem berasal dari bahasa Latin (*systema*) dan bahasa Yunani (*sustema*) adalah suatu kesatuan yang terdiri komponen atau elemen yang dihubungkan bersama untuk memudahkan aliran informasi, materi atau energi. Sistem adalah suatu kumpulan (unit) berbagai unsur yang terkoordinasi untuk mencapai sasaran (tujuan) tertentu.<sup>46</sup> Sistem adalah

---

<sup>45</sup> Irham Fahmi, *Perilaku Konsumen*, h. 3.

<sup>46</sup> Radiks Purba, *Akutansi Untuk Manajer*, (Jakarta:Rineka Cipta,1995), h.9

seprangkat komponen yang berada dalam suatu organisasi yang saling berhubungan dalam menunjang aktivitas kinerja organisasi tersebut.<sup>47</sup>

Berdasarkan beberapa pendapat di atas dapat diketahui bahwa sistem adalah suatu seri atau rangkaian bagian-bagian yang saling berhubungan dan bergantung sedemikian rupa sehingga interaksi dan saling pengaruh dari bagian akan mempengaruhi keseluruhan. Dengan adanya sistem mudah mengakses dan menerima informasi yang dibutuhkan.

Sistem jemput bola artinya petugas marketinglah yang mendatangi calon nasabah baik pada saat pertama kali mempresentasikan produk-produk perbankan maupun setelah menjadi nasabah untuk melayani pengambilan dana yang didepositokan dan angsuran kredit.<sup>48</sup>

Bank yang menyadari benar pentingnya akses sehingga mulai mengembangkan sistem jemput bola untuk menawarkan produk dan jasa kepada nasabah. Pegawai mendatangi ke rumah atau lokasi tempat tinggal nasabah untuk mengambil uang tabungan (biasanya ditentukan minimal dalam jumlah tertentu), atau mengantarkan kredit (formulir persyaratan administrasinya dan uang yang akan dipinjam). Bagi nasabah cara ini sangat praktis, mudah, hemat dan menyenangkan.<sup>49</sup>

Strategi jemput bola adalah sebuah strategi dimana para penyedia jasa, maupun penjual produk menghubungi atau mendatangi langsung calon pelanggannya. Strategi ini cukup efektif, karena para pelaku usaha bisa mendekatkan perusahaannya dengan konsumen dan memberikan kemudahan bagi para pelanggan untuk memenuhi kebutuhannya. Cara

---

<sup>47</sup> Irham Fahmi, *Manajemen Kinerja Teori dan Aplikasi*, (Bandung: Alfabeta, 2015), h.77

<sup>48</sup> Razmy Humris, *Memahami Motif dan Mengantisipasi Penyalahgunaan Wewenang dalam Bisnis Perbankan*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2014), h.79.

<sup>49</sup> Mulyadi, *Sistem Akutansi*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), h.201

yang dilakukan berupa layanan pesan antar, penawaran menggunakan teknologi komunikasi dan terjun langsung ke lapangan.<sup>50</sup> Pendapat lain mengatakan bahwa salah satu cara efektif yang dapat dilakukan untuk mencapai target pemasaran adalah dengan melakukan pendekatan “menjemput bola” ialah pendekatan yang dilakukan dengan cara mendatangi calon anggota.<sup>51</sup>

Berdasarkan uraian di atas dapat dijelaskan bahwa dalam pemasaran suatu lembaga keuangan kita bisa menerapkan strategi jemput bola. Strategi jemput bola merupakan strategi dimana kita sebagai penyedia jasa/penjual produk melakukan secara aktif kegiatan pemasaran dengan menghubungi calon pelanggan kita satu demi satu, yang tertarik kita akan mendatangi mereka kemudian mempresentasikan produk atau jasa kita. Dari presentasi ini, calon *client* kita akan mengerti mengenal produk/jasa kita dan manfaatnya bagi mereka.

Pemasaran jemput bola sebagai sistem pemasaran taktis dan terkontrol yang dipadukan oleh perusahaan (lembaga keuangan) untuk menghasilkan respon yang baik dari nasabah sehingga peningkatan jumlah nasabah pun terjadi.

Menerapkan sistem jemput bola pada lembaga keuangan syariah adalah hal yang sangat menarik dan juga merupakan sebuah keniscayaan untuk meningkatkan jumlah nasabah, sehingga mempercepat pengembangan lembaga keuangan syariah di tanah air ini.

---

<sup>50</sup><http://bisnisukm.com/tingkatan-penjualan-dengan-strategi-pemasaran-jemput-bola.html>, diakses 27 Mei 2018

<sup>51</sup> Nurul Huda Dkk, *Baitul Mal Wa Tamwil*, (Jakarta : Amzah, 2016), h.202.

## 2. Sistem dan Prosedur Jemput Bola

Sedangkan Menurut Mulyadi, prosedur diartikan sebagai suatu urutan kegiatan, biasanya melibatkan beberapa orang dalam satu departemen atau lebih, yang dibuat untuk menjamin penanganan secara seragam transaksi perusahaan yang terjadi berulang-ulang.<sup>52</sup> Untuk menghimpun anggota dan menyelurkan pinjaman, koperasi langsung melancarkan car kerja dengan cara jemput bola yaitu mendatangi para pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) yang bergerak pada bidang jasa, produksi dan perdagangan. Karyawan tidak sungkan-sungkan masuk ke pasar-pasar untuk menemui para pedagang.<sup>53</sup>

Prosedur adalah suatu urutan tindakan atau kegiatan usaha yang menyangkut beberapa petugas dalam satu atau beberapa bagian yang ditetapkan untuk menjalankan suatu transaksi perusahaan sehingga terjadi seragam.

Salah satu cara efektif yang dapat dilakukan untuk mencapai target-target pemasaran produk BMT diawal oprasionalnya adalah dengan melakukan pendekatan jemput bola pendekatan ini dilakukan dengan cara petugas langsung mendatangi calon nasabah, petugas leluasa menjelaskan mengenai konsep keuangan syariah serta sistem dan prosedur oprasional BMT.<sup>54</sup>

---

<sup>52</sup> Mulyadi, *Sistem Akuntansi*, h. 4

<sup>53</sup> Husni Rasyad, *25 Koperasi Besar Indonesia*, (Jakarta : Gramedia, 2011), h. 25

<sup>54</sup> Nurul Huda dkk, *Pemasaran Syariah Teori dan Aplikasi*, (Depok : Kencana, 2017), h.

Dalam hal ini dapat dikatakan bahwa suatu sistem disusun dari beberapa prosedur. Prosedur merupakan urutan proses yang dilakukan beberapa orang dalam satu bagian atau lebih yang ditujukan untuk melakukan transaksi intern perusahaan yang terjadi secara rutin dan terus-menerus.

### 3. Jemput Bola Sebagai Alat Marketing

Marketing telah disadari banyak orang merupakan elemen yang penting atas sukses atau tidaknya sebuah usaha. Marketing adalah urusan semua orang yang terlibat dalam organisasi, dari *office boy* sampai dengan direktur utama harus menjadi agen pemasar.

Hal ini terlihat dengan adanya berbagai penerapan strategi dan sistem yang terorganisir sebagai suatu alat dalam usaha menarik konsumen diantaranya berupa :

- a. Iklan adalah cara memperkenalkan produk melalui berbagai media seperti radio, televisi, koran, majalah dan internet.
- b. *Selebrity Endorser* adalah cara melakukan promosi produk dengan artis sebagai tokoh pengiklan.
- c. Promosi adalah penawaran manfaat tambahan kepada konsumen dengan harga tetap.
- d. Undian adalah cara menarik konsumen untuk menggunakan produk perusahaan dengan mengiming-imingi hadiah.
- e. Obrol adalah menjual barang secara besar-besaran dengan harga murah.
- f. Gratis digunakan marketing untuk menarik pembeli untuk menggunakan produk atau layanan sebuah perusahaan.
- g. Trial adalah uji coba produk yang digunakan oleh konsumen sebelum ia melakukan pembelian.
- h. *Event Marketing* adalah aktivitas pemasaran yang dibungkus dalam bentuk kegiatan.
- i. *Sponsorship* adalah menyediakan dana untuk sebuah kegiatan.
- j. *Limited Edition* adalah sesuatu yang terbatas mengundang banyak minat orang dan harganya cenderung semakin mahal.

- k. Berita baik adalah berita yang mengandung unsur netral dan apa adanya tanpa rekayasa.
- l. Club adalah komunitas pencinta sebuah produk atau perusahaan.
- m. *Mouth Advertising* adalah iklan yang dilakukan oleh konsumen ke konsumen lain tanpa campur tangan siapapun.
- n. Paket adalah taktik *marketing* yang mengemas dan menjual beberapa produk sekaligus dengan harga yang lebih miring.
- o. Pameran adalah salah satu alat *marketing* untuk memperkenalkan produk kepada target konsumen.
- p. *Road Show* atau tur adalah satu alat marketing produk langsung ke target konsumennya.
- q. Jemput Bola adalah istilah mendatangi konsumen secara langsung, menggedor pintu mereka, dan aktif melakukan pemasaran.
- r. Rekomendasi adalah anjuran dari pihak kompeten atau pengguna yang puas.<sup>55</sup>

Berdasarkan uraian di atas, dapat diketahui bahwa jemput bola merupakan bagian dari alat marketing yang berupa iklan, *celebrity Endorser*, promosi, undian, obral, gratis, trial, *event marketing*, *sponsorship*, *limited edition*, berita baik, club, *mouth advertising*, paket, pameran, *road show*, dan rekomendasi yang merupakan suatu alat yang digunakan marketing dalam menarik minat nasabah dengan berbagai sistem dan strategi yang berbeda dalam penerapannya.

---

<sup>55</sup> Hendri Chandra, *Marketing untuk Orang Awam*, (Palembang:Maxicom,2008), h. 90

## **BAB III**

### **PEMBAHASAN**

#### **A. Deskripsi Data**

##### **1. Sejarah Singkat BMT Fajar Kota Metro**

BMT Fajar adalah koperasi dengan prinsip syariah, berfungsi sebagai mediator antara pemilik dana (anggota) yang pada umumnya pengusaha kecil yang berorientasi bisnis. BMT Fajar dirintis sejak 1996 oleh beberapa orang yang semula tergabung pada Yayasan Bina Sejahtera. Alasan yang mendasari munculnya kesadaran di kalangan pengurus Yayasan akan dua kenyataan pokok yakni: **Pertama**, dalam kiprahnya mendampingi kegiatan ekonomi produktif masyarakat kelas menengah kebawah, sering dijumpai pelaku usaha kecil/mikro mengalami keterbatasan mengakses modal perbankan. Akibatnya, mereka terjebak pada praktek Renternir.

Karena itu dipandang perlu adanya lembaga keuangan (syariah) sebagai alternatif solusi tersebut. **Kedua**, munculnya lembaga alternatif tersebut diperlukan dalam jumlah yang cukup, untuk menjawab dua hal sekaligus, yaitu BMT Fajar dapat berkembang sebagai lembaga keuangan syariah yang dapat melayani kebutuhan modal usaha kecil/mikro dan BMT Fajar dapat dijadikan sebagai laboratorium atau model bagi masyarakat yang ingin mendirikan BMT-BMT.<sup>56</sup>

---

<sup>56</sup>Dokumentasi, Profil BMT Fajar Kota Metro, Senin 20 Januari 2017

Setelah mengalami masa embrional sejak Tahun 1996, pada tanggal 16 Mei 1997 BMT Fajar resmi didirikan oleh 31 orang. Dengan simpanan pokok sebesar Rp50.000,00 per orang, sehingga modal terkumpul baru sebesar Rp1.550.000,00. Sejak itulah anggota pendiri sepakat menjadikan BMT Fajar Metro berbadan Hukum Koperasi.

Legalitas tersebut tertuang dalam Akte Pendirian yang dikeluarkan oleh Kantor Wilayah Koperasi PKM Provinsi Lampung dengan Nomor Badan Hukum No. 61/BH/KWK.7/XII/1997 Tanggal 15 Desember 1997.

Kemudian sejalan dengan adanya Otonomi Daerah, dilakukan perubahan Badan Hukum yang dikeluarkan oleh Kepala Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Koperasi Kota Metro No. 518/BH/PAD/003/II/2002 Tanggal 02 Februari 2002.

Pada Tahun 2000 BMT Fajar memperoleh penghargaan dari Gubernur Lampung sebagai Koperasi Berprestasi di Provinsi Lampung. Dan sejak tahun 2000 – 2005 memperoleh kepercayaan dari PT PNM (Permodalan Nasional Madani) Jakarta, untuk menyalurkan modal kerja bagi usaha produktif dengan Pola Bagi Hasil (Pola Syariah).<sup>57</sup>

Setelah mendapatkan kepercayaan dari PT PNM Jakarta, BMT Fajar memperoleh kepercayaan dari sebuah Lembaga Internasional yakni Mercy Corps Internasional (MCI) untuk menyalurkan modal kerja kepada 420 Usaha Warung Eceran Kecil di 5 (lima) Kecamatan Kota Metro sebesar Rp 259.700.000,00 (Dua ratus Lima Puluh Sembilan Juta Tujuh ratus Ribu

---

<sup>57</sup> Dokumentasi, Profil BMT Fajar Kota Metro, Senin 20 Januari 2017

Rupiah) tepatnya pada tahun 2003 dan dalam tahun 2003 tersebut juga telah ditandatangani Perjanjian Kerja Sama antara BMT Fajar Metro dengan BMM (*Baitul Maal Muamalat*) Jakarta untuk penguatan kelembagaan dan permodalan.

Pada tahun 2004, kepercayaan kepada BMT Fajar Metro muncul dari Microfin Jakarta yang turut serta menginvestasikan kepada BMT Fajar Metro sebesar Rp 75.000.000,00 (Tujuh Puluh Lima Juta Rupiah) yang selanjutnya digunakan untuk penguatan modal kerja.

Sehubungan dengan adanya Petunjuk Pelaksanaan KJKS dari Menteri Negara Koperasi dan UKM No. 91/Kep/M.KUKM/IX/2004 Tanggal 10 September 2004, maka dilakukan perubahan Anggaran Dasar, sehingga terbit ketetapan Kepala Dinas Perindagkop Kota Metro No. 518/001/BH/PAD/D.7.04/II/2005 Tanggal 15 Februari 2005.

Selanjutnya untuk kepentingan perluasan jangkauan pelayanan dan pengembangan jaringan kantor cabang, maka pada tanggal 29 April 2010 dilakukan PAD dengan penetapan Kepala Dinas Koperindag Provinsi Lampung No. 0415/III.11/KIb.1/IV/2010.<sup>58</sup>

Pada Tahun 2005 BMT Fajar kepercayaan kepada BMT Fajar Metro terus bertambah yakni dari Bank Syariah Mandiri (BSM) Cabang Bandar Lampung dengan membantu modal kerja sebesar Rp 200.000.000,00 (Dua Ratus Juta Rupiah) dan Induk Koperasi Syariah (INKOPSYAH) Jakarta dengan membantu modal sebesar Rp 500.000.000,00 (Lima Ratus Juta

---

<sup>58</sup> Dokumentasi, Profil BMT Fajar Kota Metro, Senin 20 Januari 2017

Rupiah) serta pada tahun 2005 tersebut BMT Fajar Metro mendapat penghargaan dari Gubernur Lampung sebagai Koperasi Berprestasi Tanggal 12 Juli 2005 pada Harkop ke-58 di Kabupaten Tulang Bawang.

Pada Akhir Tahun 2005 bulan Desember 2005 Pemerintah mendukung keberadaan BMT Fajar Metro dan setelah mendapat Rekomendasi dari Walikota Metro, Kepala Dinas Perindagkop Kota Metro maka oleh Dinas Koperindag Provinsi Lampung diajukan untuk mendapat bantuan dalam bentuk Program PKPS-BBM Tahun 2005 kemudian telah digulirkan pada Tanggal 02 Maret 2006 sebesar Rp 500.000.000,00 (Lima Ratus Juta Rupiah) yang disalurkan pada usaha produktif anggota/calon anggota BMT Fajar Metro. Pada tahun 2007 sampai dengan tahun 2008 BMT Fajar mendapatkan kesempatan untuk pembiayaan KPRS (Kredit Pemilikan Rumah Sederhana) Yang diselenggarakan oleh Menteri Perumahan Rakyat.<sup>59</sup>

Pada tahun 2009 KPRS yang telah di realisasikan sebanyak kurang lebih 100 unit rumah baru maupun rehap rumah. Kemudian pada tahun 2010 BMT Fajar memperoleh penambahan modal dari BSM dan INKOPSYAH masing-masing Rp. 1.000.000.000,- (satu milyar rupiah). Selain itu dipercaya oleh Lembaga Pengelola Dana Bergulir (LPDB) untuk menyalurkan pembiayaan kepada anggota sebesar Rp. 5.000.000.000,- (Lima Milyar Rupiah) dengan akad Mudhorobah.

---

<sup>59</sup> Dokumentasi, Profil BMT Fajar Kota Metro, Senin 20 Januari 2017

Sehubungan dengan adanya Peraturan Menteri Koperasi dan UKM RI No. 10/Per/M.KUKM/IX/2015 Tanggal 23 September 2015, tentang Petunjuk Pelaksanaan Kelembagaan Koperasi dari KJKS berubah menjadi KSPPS (Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah) maka dilakukan perubahan Anggaran Dasar, sehingga terbit ketetapan Kepala Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Lampung No. 904/III.11/Klb.1/IX/2015 Tanggal 23 September 2015.

## **2. Visi dan Misi BMT Fajar Kota Metro**

**Visi** :

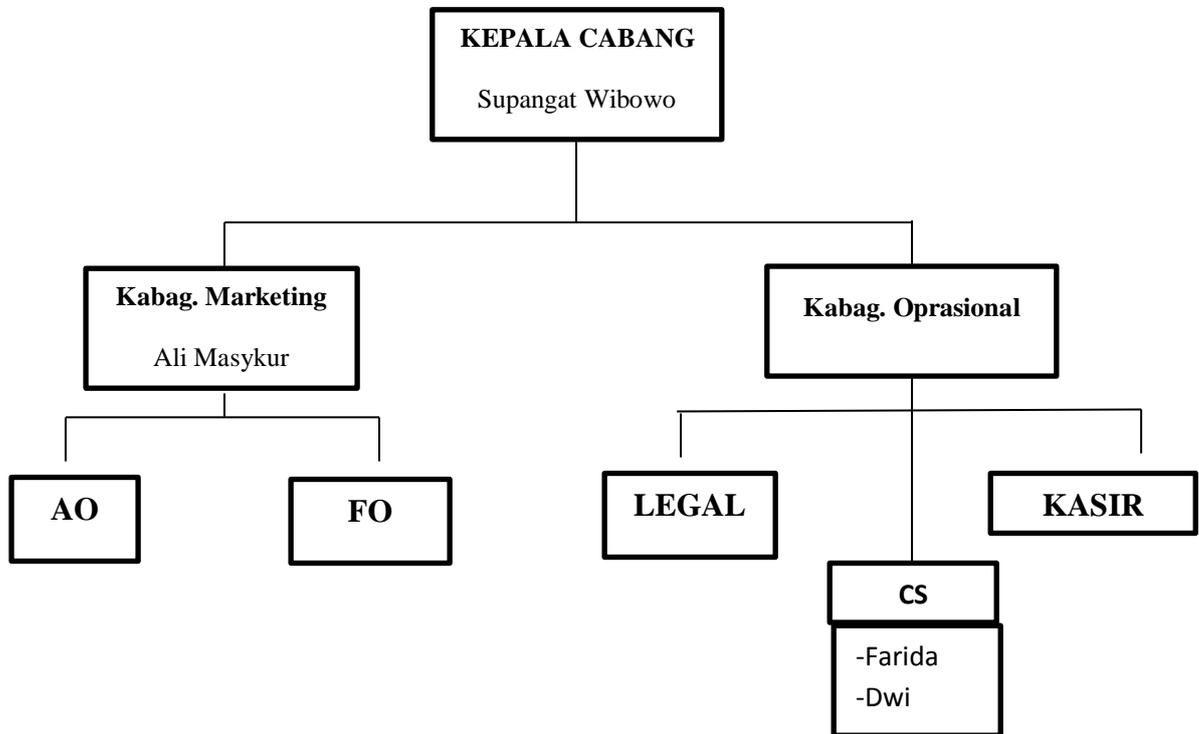
Terwujudnya LKM yang konsisten dan terdepan dalam penerapan syariah untuk kesejahteraan dan kejayaan umat.

**Misi** :

- a. Mendorong prakarsa dan kemandirian usaha mikro, kecil dan usaha menengah.
- b. Membela dan memperjuangkan hak-hak ekonomi rakyat.
- c. Menegakkan sistem mu'amalah Iqtishodiyah (Ekonomi Islam) berdasarkan prinsip-prinsip Syari'at Islam.

### 3. Struktur Organisasi BMT Fajar Kota Metro

Struktur Organisasi BMT Fajar Kota Metro Sebagai Berikut:



#### B. Kepuasan Nasabah dalam Menggunakan Sistem Jemput Bola Pada BMT Fajar Metro

Kepuasan adalah kondisi yang diharapkan konsumen dan pernbakan syariah. Kepuasan nasabah adalah pengukuran atau indikator sejauh mana pelanggan atau pengguna produk BMT senang dan tertarik pada produk-produk yang diterima. Nasabah akan merasa puas apabila harapan nasabah terpenuhi, merasa tertarik, nyaman apabila harapan nasabah terlampaui.

Pada BMT Fajar Kota Metro tidak terkecuali yang bergerak pada lembaga keuangan, hal yang sering kali menjadi perhatian adalah kualitas

pelayanan yang diberikan BMT Fajar Kota Metro kepada anggota BMT Fajar Kota Metro, karena kualitas pelayanan menjadi peran yang sangat penting untuk pertumbuhan dan perkembangan BMT Fajar Kota Metro.

Kualitas dan kepuasan pelanggan menjadi kunci utama dalam kesuksesan dan berlangsung hidup di persaingan pasar pada saat ini, karena BMT harus lebih mencermati kualitas dan kepuasan pelanggan demi mempertahankan pelanggannya dan untuk meraih kesuksesan dalam persaingan pasar yang sangat ketat.

Peneliti melakukan kepada wawancara kepada Marketing BMT Fajar Kota Metro untuk mengetahui kepuasan nasabah dalam menggunakan sistem jemput bola di BMT Fajar Kota Metro antara lain sebagai berikut:

Produk yang digunakan pada BMT Fajar Kota Metro terdiri dari dua kategori yaitu simpanan dan pembiayaan. Produk pembiayaan antara lain: pembiayaan *musyarakah*, pembiayaan *mudharabah*, pembiayaan *murabahah*, pembiayaan *al-ijarah (pure leasing)* dan pembiayaan *al-hiwalah*.<sup>60</sup> Produk simpanan antara lain simpanan *mudharabah*, simpanan *wadi'ah*, simpanan hari raya idul fitri, simpanan hari raya idul adha (qurban) dan simpanan pendidikan.<sup>61</sup>

Beberapa nasabah tertarik dalam menggunakan produk yang digunakan BMT Fajar Kota Metro namun menggunakan sistem jemput bola hal ini dikarenakan nasabah tidak ada waktu untuk menabung dan jarak tempuhnya jauh di BMT Fajar Metro. Nasabah menyukai sistem jemput bola karena

---

<sup>60</sup>Dokumentasi, BMT Nurul Husnah Sekampung, Tahun 2015.

<sup>61</sup>Zainal Abidin selaku Marketing BMT Fajar Kota Metro Tanggal 22 Januari 2017, Pukul 09.00 WIB.

nasabah tidak susah payah untuk melakukan transaksi melalui karyawan BMT Fajar Kota Metro.<sup>62</sup>

Cara ini cukup efektif karena kemudahan yang diberikan pihak bank kepada nasabah yang ingin menabung dengan cara menghimpun dana dengan langsung mendatangi nasabahnya. Hal ini mempermudah nasabah khususnya para pedagang dan pekerja kantor yang sebagian waktunya disibukkan dengan aktivitas sehari-hari yang menyita waktu untuk sekedar mendatangi bank langsung untuk menabung. Dengan sistem ini nasabah cukup menghubungi *marketing/* aparat yang ditunjuk untuk mendatangi nasabah langsung melakukan aktivitas yang dikehendaki nasabah mulai dari pembukaan, penarikan, pengambilan dan penutupan tabungan.<sup>63</sup>

Jaringan prosedur yang membentuk sistem pelayanan jemput tabungan sebagai berikut :

1. Prosedur pembukaan tabungan
  - 1) *Marketing/* aparat yang ditunjuk mengumpulkan seluruh berkas permohonan pembukaan tabungan sebagaimana persyaratan sesuai prosedur secara baik, benar dan penuh tanggungjawab yaitu:
    - a) Pembuatan formulir pembukaan rekening tabungan dilengkapi dengan mengumpulkan dokumen-dokumen yang menjadi syarat untuk pembukaan tabungan seperti, foto copy KTP, dll.
    - b) Pembuatan contoh tanda tangan (*specimen*) nasabah.
    - c) Menerima setoran dana/ uang tunai untuk pembukaan rekening tabungan tersebut.
    - d) Mencatat jumlah dana setoran tersebut ke dalam dokumen setoran secara lengkap, yaitu jumlah setoran, nama penyeter disertai dengan dokumen-dokumen pembukuannya.
 Diusahakan agar pada hari yang sama (sebelum proses akhir hari / tutup buku) seluruh berkas tersebut sudah diproses.

---

<sup>62</sup>Andri Yulianto selaku Marketing BMT Fajar Kota Metro Tanggal 22 Januari 2017, Pukul 08.30 WIB.

<sup>63</sup>Zainal Abidin selaku Marketing BMT Fajar Kota Metro Tanggal 22 Januari 2017, Pukul 09.20 WIB.

- 2) Staf *LN/CS* melakukan pendaftaran ke sistem computer, yaitu pendaftaran nomor base nasabah/ CB, pendaftaran nomor rekening tabungan, mencatat nomor rekening baru tersebut ke dalam slip setoran.
- 3) *Supervisor* melakukan verifikasi dalam sistem atas pendaftaran rekening tabungan tersebut.
- 4) Staf *LN/CS* menyerahkan slip pembukaan tabungan tersebut berikut uang dan kartu tabungan kepada petugas *teller* untuk dibukukan.
- 5) *Teller* menerima slip setoran pembukaan tabungan berikut uang tunai dan kartu tabungan. Selanjutnya melakukan verifikasi dokumen tersebut dan menghitung fisik uang, jika telah sesuai lakukan hal-hal sebagai berikut :
  - a) Catat transaksi pembukaan tabungan tersebut ke dalam daftar penerimaan kas.
  - b) Posting transaksi pembukaan tabungan ke sistem computer.
  - c) Cetak data nasabah dan transaksi pembukaan tersebut ke dalam kartu tabungan selanjutnya serahkan kartu tabungan kepada nasabah melalui staf *LN/CS*, atau *marketing* yang ditunjuk untuk menyerahkan kartu tabungan tersebut kepada nasabah keesokan harinya di lapangan.

## 2. Prosedur penyetoran tabungan

- 1) *Marketing/* aparat yang ditunjuk di lapangan mengumpulkan seluruh berkas setoran tabungan sebagaimana persyaratan/prosedur secara baik ,benar dan penuh tanggung jawab yaitu :
  - a) Periksa jumlah/ nominal setoran pada slip, apakah terisi secara lengkap berikut jumlah setoran.
  - b) Jika telah sesuai, rekap slip setoran tersebut ke dalam bukti transaksi harian BPRS untuk keperluan petugas di lapangan dan lampirkan bukti kwitansi setoran, kartu tabungan, dan slip setoran tersebut sebagai dokumen penunjangnya.
  - c) Usahakan bahwa sebelum akhir hari/ tutup buku, dokumen-dokumen tersebut berikut uang tunai tersebut sudah harus diserahkan dan diterima oleh *teller* untuk diproses/ dibukukan.
- 2) *Teller* menerima berkas-berkas setoran tabungan tersebut berikut jumlah dana setorannya.  
Lakukan langkah-langkah sebagai berikut :
  - a) Periksa dan verifikasi dokumen/ berkas setoran tersebut apakah telah dibuat dengan baik dan benar. Cocokkan dengan jumlah nominal uang yang diterima apakah sesuai dengan seluruh dokumen/ slip setorannya.
  - b) Lakukan posting ke sistem atas setoran tersebut.
  - c) Cetak masing-masing setoran tersebut ke dalam kartu tabungannya
  - d) Catat penerimaan tersebut ke dalam daftar penerimaan kas.

- e) Serahkan kartu tabungan kepada nasabah melalui *marketing* yang ditunjuk.
  - f) *Marketing/* aparat yang ditunjuk menyerahkan kartu tabungan tersebut kepada nasabah keesokan harinya.
3. Prosedur penarikan tabungan
- 1) *Marketing/* aparat yang ditunjuk di lapangan membuat estimasi kebutuhan dana dari setoran untuk mengajukan dana sementara oleh supervisor atas persetujuan ketua operasional, mengisi slip dan menandatangani.
  - 2) *Marketing/* aparat yang ditunjuk di lapangan mengumpulkan seluruh berkas penarikan tabungan sebagaimana persyaratan/prosedur secara baik, benar dan penuh tanggung jawab yaitu:
    - a) Mengembalikan kartu kepada nasabah.
    - b) Periksa slip apakah sudah benar, pastikan si penarik adalah pemilik yang sah dan tidak diwakilkan, lakukan pembayaran.
    - c) Mintakan kartu tabungan untuk percetakan mutasi, periksa kembali apakah *balance* antara slip dengan pembayaran.
    - d) Kumpulkan seluruh berkas dan harus diserahkan *teller* pada akhir hari.
  - 3) *Teller* menerima berkas-berkas setoran tabungan tersebut berikut jumlah dana setorannya.  
Lakukan langkah-langkah sebagai berikut :
    - a) Dokumentasikan, periksa, verifikasi, beri cap pada slip apabila telah sesuai (jika tidak sesuai minta *marketing* untuk selesaikan) dan periksa pertanggung jawaban arus kas.
    - b) Lakukan posting ke sistem atas setoran tersebut.
    - c) Cetak transaksi tersebut ke dalam kartu tabungannya.
    - d) Serahkan kartu tabungan kepada nasabah melalui *marketing* yang ditunjuk.
    - e) *Marketing/* aparat yang ditunjuk menyerahkan kartu tabungan tersebut kepada nasabah keesokan harinya.
4. Prosedur penutupan tabungan
- 1) Nasabah mengisi formulir penutupan dan slip pengambilan tabungan tanpa mencantumkan besarnya nominal saldo tabungan, kemudian menyerahkan formulir penutupan tersebut kepada staf layanan nasabah untuk dilakukan pemeriksaan.
  - 2) Staf *LN/CS* melakukan pemeriksaan kelengkapan dan kebenaran pengisiannya, jika telah sesuai segera serahkan formulir penutupan, slip pengambilan berikut kartu tabungan kepada *teller* untuk diproses.
  - 3) Bila dana penutupan tabungan diambil secara tunai, *teller* melakukan verifikasi tanda tangan yang kegiatannya di bahas di dalam prosedur verifikasi tanda tangan.

- 4) *Teller* melakukan input atas transaksi pengambilan pada system atas penutupan ( pengambilan tersebut).
- 5) Bila besar pengambilan tabungan sesuai dengan besar limit *teller*, maka prosesnya dapat langsung ke langkah No.7
- 6) Bila besar pengambilan tabungan melebihi limit *teller*, maka *teller* menyerahkan kartu tabungan, slip pengambilan tabungan ke *supervisor*.
- 7) *Supervisor* melakukan verifikasi untuk melihat kebenaran transaksi dan memberikan persetujuan.
- 8) *Supervisor* menyerahkan kembali kartu tabungan dan slip pengambilan tabungan kepada *teller* untuk dilakukan proses validasi.
- 9) *Teller* melakukan validasi diatas kartu tabungan dan slip pengambilan, kemudian mengisi jumlah nominal pada slip pengambilan dengan yang dibayarkan ( setelah dikurangi biaya penutupan sebesar Rp. 10.000 ).
- 10) *Teller* menyiapkan pembayaran dikurangi biaya penutupan tabungan dan melakukan penghitungan uang dan mencatat pengeluaran tersebut ke dalam daftar pengeluaran kas.
- 11) Setelah uang diserahkan kepada nasabah, *teller* menyimpan slip pengambilan, formulir penutupan tabungan dan kartu tabungan yang ditutup di dalam *file*. Sementara yang proses selanjutnya akan dilakukan pada akhir hari, sesuai prosedur tabungan- kegiatan *teller* proses akhir hari.
- 12) Setelah tabungan nasabah bersaldo *nihil* (0,00) informasikan kepada staf *LN/CS* untuk melakukan penutupan (*closed master*) tabungan di sistem computer.
- 13) Staf *LN/CS* melakuksn *closed master tab* atas nama nasabah yang bersangkutan.<sup>64</sup>

Berdasarkan Pembahasan mengenai sistem jemput tabungan pada BMT Fajar Metro, maka penulis dapat mengemukakan permasalahan yang dihadapi dalam penerapan sistem jemput tabungan diantaranya :

#### 1. Permasalahan eksternal

- a. Pemahaman masyarakat tentang jemput tabungan masih kurang hal ini dikarenakan penerapan sistem jemput tabungan sangat kurang karena ketika ditawarkan menabung dengan cara dijemput nasabah belum

---

<sup>64</sup>Dokumentasi SOP BMT Fajar Metro, 22 Januari 2017

mengetahui bagaimana sistem yang dijalankan sehingga belum mempercayai bahwa tidak perlu ke bank nasabah dapat langsung menabung dengan bantuan *marketing funding* yang mendatangi langsung nasabahnya

- b. Minat Nasabah terhadap BMT Fajar Metro, adanya persaingan dan kurangnya fasilitas yang disediakan bank akan berdampak kepada keinginan dan kepercayaan nasabah terhadap bank. Hal ini di perkuat dengan adanya alasan nasabah yang tidak ingin menabung karena tidak tersedianya ATM sebagai alat penarikan yang memudahkan nasabah mengambil uangnya kapanpun dan alasan telah menabung di Bank lain. Minat nasabah terhadap sistem jemput tabungan ditentukan dengan adanya fasilitas dan pelayanan yang baik.<sup>65</sup>

## 2. Permasalahan Internal

- a. Keamanan (tindakan kejahatan), seorang *marketing funding*/ aparat yang ditunjuk bertanggung jawab terhadap kerahasiaan, keamanan uang nasabah, serta kehati-hatian dalam menjalankan tugas sebagai penghimpun dana dari masyarakat. Tindakan kejahatan dimana seorang *marketing funding* / aparat yang ditunjuk yang tidak menyetorkan uang nasabah kepada *teller* dan membawa kabur uang nasabah membuat tanggung jawab dan kerahasiaan yang dipercayakan nasabah kepada seorang *marketing* haruslah dijalankan dengan baik. Aktivitas yang tidak terduga dalam menjalankan aktivitas

---

<sup>65</sup>Fajar Abdillah selaku Marketing BMT Fajar Kota Metro Tanggal 22 Januari 2017, Pukul 10.30 WIB.

penghimpunan dana seperti uang palsu, perampokkan dsb. Kelalaian yang dilakukan seorang *marketing* yang menyangkut temuan uang palsu, uang yang hilang dan uang yang selip dari segi perhitungan atau penglihatan sangat sering sekali terjadi.<sup>66</sup>

- b. Target, Kesuksesan menjalankan sistem bagi seorang *marketing/* Aparat yang ditunjuk dilihat dari seberapa tingginya pencapaian yang telah di dapat dalam menjalankan tugas sebagai penghimpun dana. Dalam hal ini target yang ditetapkan merupakan tolak ukur sistem itu diterapkan baik atau tidaknya sehingga akan berdampak kepada pendapatan perusahaan.<sup>67</sup>

Berdasarkan wawancara di atas dapat dipahami bahwa sistem marketing jemput bola dalam dunia bisnis sering dipakai sebagai taktik untuk mencari pelanggan dan memasarkan prosuk baik berupa barang maupun jasa. Strategi jemput bola adalah cara pemasaran aktif. Dimana pihak BMT Fajar Kota Metro aktif menawarkan produknya langsung pada masyarakat, dengan cara turun kelapangan, kunjungan dari rumah kerumah, menghubungi lewat telfon, SMS dan media yang lainnya. Tujuannya untuk membuka akses dan mempermudah anggota dalam melakukan transaksi.

---

<sup>66</sup>Andri Yulianto selaku Marketing BMT Fajar Kota Metro Tanggal 22 Januari 2017, Pukul 10.00 WIB.

<sup>67</sup>Andri Yulianto selaku Marketing BMT Fajar Kota Metro Tanggal 22 Januari 2017, Pukul 11.00 WIB.

Kelebihan sistem jemput bola adalah

1. Lebih tepat dalam membidik target yang membutuhkan jasa yang di tawarkan.
2. BMT Fajar Kota Metro dapat membuka akses dan mengeksplor kemampuan mempengaruhi calon anggotanya untuk memilih produk yang sudah dtawarkan.
3. Mampu menarik anggota yang awalnya tidak membutuhkan produk yang ditawarkan kemudian merasa tertarik.
4. Menguntungkan bagi konsumen karena menghemat waktu dan tidak perlu repot untuk melakukan transaksi.
5. Konsumen mengetahui keunggulan brand produk tersebut secara detail karena bisa bertanya langsung pada pihak BMT Fajar Kota Metro.

Selain iitu sistem jemput bola juga mengalami kekurangan antara lain:

1. Menguras waktu, tenaga dan biaya transportasi.
2. Kurangnya kepercayaan anggota kepada karyawan pihak BMT Fajar Kota Metro.

Peneliti juga melakukan wawancara kepada Anggota BMT Fajar Kota Metro sebagai berikut:

Produk yang digunakan pada BMT Fajar Kota Metro terdri dari dua kategori yaitu simpanan dan pembiayaan. Produk pembiayaan antara lain: pembiayaan *musyarakah*, pembiayaan *mudharabah*, pembiayaan *murabahah*, pembiayaan *al-ijaroh (pure leasing)* dan pembiayaan *al-hiwalah*.<sup>68</sup> Produk

---

<sup>68</sup>Dokumentasi, BMT Fajar Kota Metro, Tahun 2015.

simpanan antara lain simpanan *mudaharabah*, simpanan *wadi'ah*, simpanan hari raya idul fitri, simpanan hari raya idul adha (qurban) dan simpanan pendidikan.

Strategi jemput bola adalah sebuah strategi dimana para penyedia jasa, maupun penjual produk menghubungi atau mendatangi langsung calon pelanggannya. Strategi ini cukup efektif, karena para pelaku usaha bisa mendekatkan perusahaannya dengan konsumen dan memberikan kemudahan bagi para pelanggan untuk memenuhi kebutuhannya. Cara yang dilakukan berupa layanan pesan antar, penawaran menggunakan teknologi komunikasi dan terjun langsung ke lapangan. Pelayanan Jemput tabungan merupakan layanan kepada nasabahnya terhadap transaksi perbankan terkait produk tabungan. Pelayanan jemput tabungan yang disediakan oleh BMT Fajar Kota Metro dapat berupa pembukaan rekening tabungan, penyetoran rekening tabungan, rekening tabungan, dan penutupan rekening tabungan.

Masyarakat tertarik dikarenakan beberapa masyarakat mempunyai kesibukan sehingga masyarakat bersedia menabung dengan menggunakan sistem jemput bola pada BMT Fajar Kota Metro.<sup>69</sup>

Namun tidak menutup kemungkinan terdapat beberapa masyarakat yang menolak menggunakan sistem jemput bola dikarenakan masyarakat belum sepenuhnya mempunyai kepercayaan kepada karyawan BMT Fajar Kota Metro. Kekurangan menggunakan sistem jemput bola pada BMT Fajar Kota Metro adalah kurangnya kepercayaan masyarakat dengan sistem jemput bola,

---

<sup>69</sup> Eni suwanti selaku anggota BMT Fajar Kota Metro Tanggal 25 Januari 2017, Pukul 13.00 WIB.

anggota masyarakat yang mengguankansepenuhnya puas terhadap sistem jemput bola hal ini dikarenakan masih kurang pelayanan karyawan BMT Fajar Kota Metro.

BMT Fajar Kota Metro mempunyai sistem transaksi yang mempermudah anggota untuk bertransaksi khususnya melakukan simpanan pada BMT Fajar Kota Metro. Sistem Jemput bola adalah cara dimana pihak perbankan syariah mempunyai cara untuk menarik masyarakat untuk tertarik pada produk yang ditawarkan BMT tersebut dengan cara mendatangi langsung calon anggotanya. Sistem ini cukup efektif, karena para perbankan syariah bisa mendekatkan produk dan transaksinya dengan anggotanya dengan cara memberikan kemudahan bagi para pelanggan untuk memenuhi kebutuhannya. BMT Fajar Kota Metro dapat berupa pembukaan rekening tabungan, penyetoran rekening tabungan, rekening tabungan, dan penutupan rekening tabungan.<sup>70</sup>

Masyarakat yang memutuskan untuk menjadi anggota BMT Fajar Kota Metro tertarik produk yang digunakan sesuai dengan kebutuhannya dan pelayanan yang diberikan cukup baik. Tidak semua masyarakat percaya dan setuju dengan sistem tersebut hal ini dikarenakan beberapa masyarakat belum sepenuhnya mengetahui sistem jemput bola.

Berdasarkan wawancara di atas dapat dijelaskan bahwa masyarakat merupakan peran yang sangat penting untuk meningkatkan dan mengembangkan BMT Fajar Kota Metro menjadi perbankan yang unggul dan

---

<sup>70</sup> Sri Hartati selaku anggota BMT Fajar Kota Metro Tanggal 26 Januari 2017, Pukul 09.00 WIB.

berkembang. Oleh karena itu pihak BMT Fajar Kota Metro harus mampu menarik minat masyarakat untuk menjadi anggota BMT Fajar Kota Metro, salah satunya pihak BMT Fajar Kota Metro harus memberikan pelayanan yang baik dan mendahulukan kepentingan nasabah tanpa merugikan nasabah itu sendiri, fasilitas yang sangat mendukung bagi para nasabah untuk melakukan transaksi perbankan antara lain mempunyai gedung yang bagus, nyaman, bersih dan tempat yang memungkinkan (mudah dijangkau) sehingga dapat melakukan berbagai transaksi. Salah satunya dengan menggunakan sistem jemput bola.

Sistem jemput bola adalah cara pemasaran secara aktif, dimana pihak bank secara aktif menawarkan produknya secara langsung kepada konsumen yaitu menggunakan cara terjun kelapangan untuk mempresentasikan seraca door to door, menghubungi lewat telfon, SMS, email atau media sosial yang lain yang dikenal oleh anggota maupun pihak bank.

Produk yang digunakan adalah tabungan dan pembiayaan. Hal yang sangat melatarbelakangi masyarakat menjadi anggota adalah ketertarikan nasabah terhadap BMT Fajar Kota Metro terhadap pelayanan, fasilitas, kemudahan produk yang digunakan dan tidak menyusahkan nasabah serta pengetahuan nasabah tentang BMT Fajar Kota Metro. Kelebihan sistem oprasional adalah memberikan pelayanan yang baik terhadap beberapa produk yang digunakan dan dibutuhkan oleh nasabah sehingga nasabah merasa terbantu terhadap produk yang nasabah pilih dan pembayaran yang nominalnya tidak memberatkan anggota.

Anggota merasa mempunyai kelebihan dalam sistem jemput bola antara lain sistem jemput bola lebih tepat membidik target yaitu orang yang membutuhkan produk tersebut, karyawan dapat mengeksplor kemampuan untuk mempengaruhi calon anggota untuk menggunakan penghimpunan atau pembiayaan tersebut, sistem jemputbola mampu menggugah minat anggota yang awalnya merasa tidak membutuhkan produk yang ditawarkan kemudian tertarik minat untuk menggunakan produk penghimpunan dana atau pembiayaan, konsumen merasa diuntungkan karena menghemat waktu dan tidak perlu repot-repot ke BMT Fajar Kota Metro untuk melakukan penghimpunan dana yaitu tabungan dan anggota dapat mengetahui keunggulan tabungan tersebut secara detail karena bisa bertanya kepada karyawan BMT Fajar Kota Metro. Oleh karena itu sistem jemput bola dapat memberikan kepuasan kepada anggota atas penggunaan produknya yaitu simpanan.<sup>71</sup>

---

<sup>71</sup> Eni suwanti selaku anggota BMT Fajar Kota Metro Tanggal 25 Januari 2017, Pukul 13.00 WIB.

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan data kepustakaan maupun hasil penelitian lapangan yang dilakukan mengenai bagaimana kepuasan nasabah dalam menggunakan sistem jemput bola pada BMT Fajar Kota Metro adalah dengan adanya sistem pelayanan jemput bola, masyarakat terbantu dan merasa BMT Fajar Kota Metro sudah memberikan pelayanan yang baik yaitu datang ke rumah atau tempat usaha untuk melakukan simpanan yang dilakukan oleh anggota dan karyawan BMT Fajar Kota Metro. Mayoritas anggota memilih produk penghimpunan dana yakni tabungan. Prosedur penghimpunan dana dapat dikatakan cukup baik hal ini dikarenakan produk yang ditawarkan oleh BMT Fajar Kota Metro sesuai dengan kebutuhan masyarakat, fasilitas dan pelayanan yang diberikan karyawan BMT Fajar Kota Metro sudah cukup baik.

#### **B. Saran**

1. BMT Fajar Kota Metro untuk lebih meningkatkan pelayanan jasa yang profesional.
2. Sistem jemput bola dan karyawan bagian marketing dieksplor sehingga anggota percaya pada sistem jemput bola.
3. Pelayanan yang prima untuk menunjang layanan secara cepat yang dibutuhkan oleh nasabah seperti ATM dan *system e-banking*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Ghofur Anshori, *Aspek Hukum Reksa Dana Syariah di Indonesia*, Bandung : Refika Aditama, 2008.
- Adler Haymans Manurung, *Panduan Sukses Menjual Reksa Dana*, Jakarta : Grasindo, 2010.
- Ahmad Ifham, *Ini Lho Bank Syariah Memahami Bank Syariah dengan Mudah*, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2015.
- Bambang Rianto Rustam, *Manajemen Resiko Perbankan Syariah di Indonesia*, Jakarta : Salemba Empat, 2013.
- Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*, Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2013.
- Dewi Sadiyah, *Metodologi Penelitian Dakwah Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013.
- Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi Ofset, 2015.
- Hendri Chandra, *Marketing untuk orang awam*, Palembang: Maxicom, 2008.
- Husni Rasyad, *25 Koperasi Besar Indonesia*, Jakarta : Gramedia, 2011.
- Irham Fahmi, *Perilaku Konsumen teori dan Aplikasi*, Bandung : Alfabeta, 2016), h. 2.
- Ismail, *Perbankan Syariah* Jakarta : Ghalia Indonesia, 2008.
- , *Akuntansi Bank Teori dan Aplikasi dalam Rupiah*, Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2014.
- , *Manajemen Perbankan*, Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2016.
- Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002.
- Khoerul Umam, *Manajemen Perbankan Syariah*, Bandung : Pustaka Setia, 2013.
- Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung : Rosdakarya, 2005.
- Masyhuri dan Zainuddin, *Metodologi Penelitian Pendekatan Praktis dan Aplikatif*, Bandung: Refika Aditama, 2011.

Mia Lasmi Wardiah, *Dasar-Dasar perbankan*, Bandung : Pustaka Setia Bandung, 2013.

Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syari'ah Dari Teori dan Praktek*, Jakarta:Gema Insani, 2001.

Mulyadi, *Sistem Akutansi*, Jakarta:Salemba Empat, 2001.

Nurul Huda Dkk, *Baitul Mal Wa Tamwil*, Jakarta : Amzah, 2016.

Radiks Purba, *Akutansi Untuk Manajer*, Jakarta:Rineka Cipta,1995.

Razmy Humris, *Memahami Motif dan Mengantisipasi Penyalahgunaan Wewenang dalam Bisnis Perbankan*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2014.

Rusdin, *Pasar Modal*, Bandung : Alfabeta, 2005.

Safuan Alfandi, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, Solo : Sendang Ilmu, 2003.

Stoner James, Freeman Edwar, dan Daniel Gilbert, *Manajemen*, Jakarta: Prenhalindo ,1996.

Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung : Alfabeta, 2011.

Suharsimi Srikunto,*Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta : Rineka Cipta, 2013.

Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, Jakarta : Rajawali Pers, 2011.

Undang-Undang Perbankan Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perubahan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan Jakarta : Sinar Grafika, 2009.

Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian*, Yogyakarta: Pustakabaarupress, 2014.

[http://bisnisukm.com/tingkatkan – penjualan – dengan – strategi – pemasaran – jemput - bola. html](http://bisnisukm.com/tingkatkan-penjualan-dengan-strategi-pemasaran-jemput-bola.html), diakses 27 April 2018

[http://www.prowebpro.com/article/pemasaran\\_jemput\\_tungg\\_bola.html](http://www.prowebpro.com/article/pemasaran_jemput_tungg_bola.html) diunduh pada 26 Mei 2018.

**ALAT PENGUMPUL DATA (APD)**  
**KEPUASAN NASABAH DALAM MENGGUNAKAN**  
**SISTEM JEMPUT BOLA PADA BMT FAJAR KOTA METRO**

**PEDOMAN INTERVIEW**

**A. Interview Untuk Marketing BMT Fajar Kota Metro.**

1. Produk apa saja yang ditawarkan BMT Fajar Kota Metro kepada masyarakat?
2. Produk apa saja yang di minati oleh nasabah BMT Fajar Kota Metro?
3. Apa kelebihan produk menggunakan sistem jemput bola pada BMT Fajar Kota Metro ?
4. Bagaimana sistem jemput bola pada BMT Fajar Kota Metro?
5. Berapa banyak anggota yang sudah menggunakan sistem jemput bola pada BMT Fajar Kota Metro?

## **B. Interview Untuk Anggota BMT Fajar Kota Metro**

1. Apakah anda tertarik menggunakan sistem jemput bola pada BMT Fajar Kota Metro ?
2. Bagaimana tahapan dalam menggunakan sistem jemput bola pada BMT Fajar Kota Metro?
3. Apa kelebihan dalam menggunakan sistem jemput bola pada BMT Fajar Kota Metro?
4. Apa kekurangan sistem jemput bola pada BMT Fajar Kota Metro?
5. Apakah anda merasa puas atas pelayanan karyawan BMT Fajar Kota Metro dalam menggunakan sistem jemput bola.

## PEDOMAN DOKUMENTASI

1. Sejarah Berdirinya BMT Fajar Kota Metro.
2. Visi, Misi dan Tujuan
3. Stuktur organisasi BMT Fajar Kota Metro
4. Produk-Produk BMT Fajar Kota Metro

Metro, 17 Juli 2017

Peneliti



Fitriana Wulandari

NPM. 13109798

Mengetahui

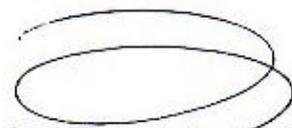
Pembimbing I,



H. Azmi Siradjuddin, Lc, M.Hum

NIP. 19650627 2001 12 1 001

Pembimbing II,



Suci Hayati, AzAg., MH

NIP. 19770309 2003 12 2 003

## **OUTLINE**

### **KEPUASAN ANGGOTA DALAM MENGGUNAKAN SISTEM JEMPUT**

#### **BOLA DI BMT FAJAR KOTA METRO**

**HALAMAN SAMPUL**

**HALAMAN JUDUL**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**ABSTRAK**

**HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN**

**HALAMAN MOTTO**

**HALAMAN PERSEMBAHAN**

**KATA PENGANTAR**

**DAFTAR ISI**

**DAFTAR LAMPIRAN**

**BAB I PENDAHULUAN**

- E. Latar Belakang Masalah
- F. Pertanyaan Penelitian
- G. Tujuan dan Manfaat Penelitian
- H. Metodologi Penelitian
  - 6. Jenis Penelitian
  - 7. Sifat Penelitian
  - 8. Sumber Data
  - 9. Teknik Pengumpulan Data
  - 10. Teknik Analisis Data

**BAB II LANDASAN TEORI**

- C. KEPUASAN NASABAH
  - 1. Pengertian kepuasan nasabah
  - 2. Teori kepuasan nasabah
  - 3. Strategi kepuasan nasabah
  - 4. Cara mengukur kepuasan nasabah
- D. JEMPUT BOLA
  - 1. Pengertian jemput bola
  - 2. Sistem dan prosedur jemput bola
  - 3. Jemput bola sebagai alat marketing

**BAB III PEMBAHASAN**

- C. Gambaran Umum BMT Fajar Kota Metro
  - 1. Sejarah Singkat BMT Fajar Kota Metro
  - 2. Visi dan Misi BMT Fajar Kota Metro
  - 3. Produk-produk BMT Fajar Kota Metro
  - 4. Struktur Organisasi BMT Fajar Kota Metro
- D. Kepuasan anggota dalam menggunakan sistem jemput bola di BMT Fajar Kota Metro

**BAB IV PENUTUP**

C. Kesimpulan

D. Saran

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN – LAMPIRAN**

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

Metro, Oktober 2016

Mahasiswa



**Fitriana wulandari**  
**NPM.13109798**

Mengetahui,

Pembimbing I



**H. Azmi Siradjuddin, Lc. M.Hum**  
**NIP. 19650627 200112 1 001**

Pembimbing II



**Suci Hayati, S.Ag. M.S.I**  
**NIP. 19770309 200312 2 003**



**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 : 0922/In.28/D.1/TL.00/09/2017  
Lampiran : -  
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,  
MANAGER BMT FAJAR KOTA  
METRO  
di-  
Tempat

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: 0921/In.28/D.1/TL.01/09/2017,  
tanggal 05 September 2017 atas nama saudara:

Nama : **FITRIANA WULANDARI**  
NPM : 13109798  
Semester : 9 (Sembilan)  
Jurusan : Perbankan Syariah (D-III)

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di BMT FAJAR KOTA METRO, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "KEPUASAAN NASABAH DALAM MENGGUNAKAN SISTEM JEMPUT BOLA DI BMT FAJAR KOTA METRO".

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

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*



Metro, 05 September 2017  
Wakil Dekan I,

*Siti Zulaikha S.Ag, MH*  
NIP. 197206111998032001

## PERUBAHAN REDAKSI JUDUL / LOKASI PENELITIAN

Nomor : Istimewa  
Lamp : -  
Prihal : Persetujuan Perubahan Redaksi Judul/Lokasi Penelitian

Kepada Yth,  
Ketua Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam  
di -

Tempat

*Assalamu'alaikum Wr.Wb*

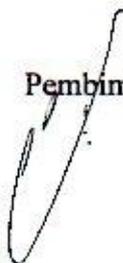
Setelah kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan seperlunya maka saudara/saudari;

Nama : FITRIANA WULANDARI  
NPM : 13109798  
Prodi : D-III Perbankan Syariah  
Jurusan : Syariah dan Ekonomi Islam  
Judul : "Pemanfaatan Dana Pembiayaan Tabungan Haji Pada BPRS Madani Cabang Kota Metro"

Telah kami setuju perubahan judul menjadi "Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Sistem Jemput Bola di BMT Fajar Kota Metro".

Demikian surat ini kami sampaikan, atas perhatiannya diucapkan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb*

Pembimbing I  


**H. Azmi Siradjuddin, Lc. M.Hum**  
NIP. 19650627 200112 1 001

Metro, 02 Agustus 2016

Pembimbing II



**Suci Havati, S.Ag. M.S.I**  
NIP. 19770309 200312 2 003



**KEMENTERIAN AGAMA**  
**SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI**  
**(STAIN) JURAI SIWO METRO**  
**JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara 15 A Kota Metro Telp. (0725) 41507

Nomor : Sti.06/J-SY/PP.00.9/0610/2016  
Lampiran : -  
Perihal : **Pembimbing Tugas Akhir**

Metro, 29 April 2016

Kepada Yth:  
1. H. Azmi Siradjuddin, Lc, M. Hum  
2. Suci Hayati, S. Ag, M. S. I  
di -  
Metro

*Assalamu 'alaikum wr. wb.*

Untuk membantu mahasiswa dalam penyusunan Tugas Akhir, maka Bapak/Ibu tersebut diatas, ditunjuk masing-masing sebagai Pembimbing I dan II Tugas Akhir mahasiswa :

Nama : Fitriana Wulandari  
NPM : 13109798  
Jurusan : Syariah dan Ekonomi Islam  
Prodi : D3-Perbankan Syariah (D3-PBS)  
Judul : Pemanfaatan Dana Pembiayaan Tabungan Haji Pada BPRS Metro Madani Cabang Kota Metro

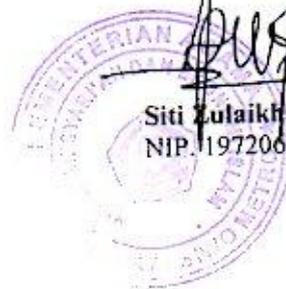
Dengan ketentuan :

- 1 Pembimbing, membimbing mahasiswa sejak penyusunan Out Line sampai selesai Tugas Akhir:
  - a Pembimbing I, mengoreksi out line, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Tugas Akhir setelah pembimbing II mengoreksi.
  - b Pembimbing II, mengoreksi out line, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Tugas Akhir, sebelum ke Pembimbing I.
- 2 Waktu penyelesaian Tugas Akhir maksimal 4 (empat) semester sejak SK bimbingan dikeluarkan.
- 3 Diwajibkan mengikuti pedoman penulisan karya ilmiah edisi revisi yang dikeluarkan oleh STAIN Jurai Siwo Metro tahun 2013
- 4 Banyaknya halaman Tugas Akhir antara 40 s/d 70 halaman dengan ketentuan :
  - a Pendahuluan ± 2/6 bagian.
  - b Isi ± 3/6 bagian.
  - c Penutup ± 1/6 bagian.

Demikian disampaikan untuk dimaklumi dan atas kesediaan Saudara diucapkan terima kasih.

*Wassalamu 'alaikum wr. wb.*

Ketua Jurusan,



Siti Zulaikha, S. Ag., M. H. S.  
NIP. 197206111998032001



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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111

Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: [www.pustaka.metrouniv.ac.id](http://www.pustaka.metrouniv.ac.id); e-mail: [pustaka.iaim@metrouniv.ac.id](mailto:pustaka.iaim@metrouniv.ac.id)

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA  
Nomor : P-917/ln.28/S/OT.01/07/2017**

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

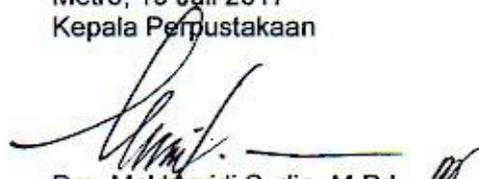
Nama : FITRIANA WULANDARI  
NPM : 13109798  
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / D3 Perbankan Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2016 / 2017 dengan nomor anggota 13109798.

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

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 19 Juli 2017  
Kepala Perpustakaan



Drs. Mokhtaridi Sudin, M.Pd.  
NIP. 195808311981031001



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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47256; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT TUGAS**

Nomor: 0921/In.28/D.1/TL.01/09/2017

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

Nama : **FITRIANA WULANDARI**  
NPM : 13109798  
Semester : 9 (Sembilan)  
Jurusan : Perbankan Syariah (D-III)

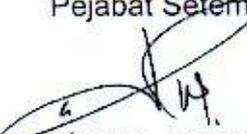
Untuk :

1. Mengadakan observasi/survey di BMT FAJAR KOTA METRO, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "KEPUASAAN NASABAH DALAM MENGGUNAKAN SISTEM JEMPUT BOLA DI BMT FAJAR KOTA 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.

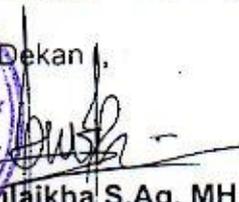
Dikeluarkan di : Metro  
Pada Tanggal : 05 September 2017

Mengetahui,  
Pejabat Setempat

  
ANDRI JULIANTO



Wakil Dekan I,

  
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.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL**

Nama : Fitriana Wulandari  
NPM : 13109798

Fakultas/Jurusan : Syari'ah dan Bisnis Islam/ESy  
Semester/TA : VIII/2016/2017

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
			- B2 D 2. ACC	h
			- APD 2. ACC	h

Dosen Pembimbing I

**H. Azmi Siradjuddin, Lc, M. Hum**  
NIP. 19650627 200112 1 001

Mahasiswa Ybs,

**Fitriana Wulandari**  
NPM. 13109798



**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.syariah.metrouniv.ac.id](http://www.syariah.metrouniv.ac.id); e-mail: [syariah.iaim@metrouniv.ac.id](mailto:syariah.iaim@metrouniv.ac.id)

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL**

Nama : Fitriana Wulandari      Fakultas/Jurusan : Syari'ah dan Bisnis Islam/ESy  
NPM : 13109798                      Semester/TA : VIII/2016/2017

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
			- B b I 2-4cc	q

Dosen Pembimbing I

**H. Azmi Siradjuddin, Lc, M. Hum**

NIP. 19650627 200112 1 001

Mahasiswa Ybs,

**Fitriana Wulandari**

NPM. 13109798



**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.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iaim@metrouniv.ac.id

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL**

Nama : Fitriana Wulandari      Fakultas/Jurusan : Syari'ah dan Bisnis Islam/ESy  
NPM : 13109798                      Semester/TA : VIII/2016/2017

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
			<ul style="list-style-type: none"><li>- Perhatian tulisan yang baik dan benar berdasarkan EYD.</li><li>- Titik koma ... trap juga.</li><li>- Dalam : X Di dalam : C</li><li>- Kata asing liber: arti atau ketegasan dan di dalam <u>cat balls</u> contoh. Customer turnover atau Customer retention. h. 22-23.</li><li>- Jangka waktu kata "kita", h. 26</li><li>- Daftar pustaka 2-bagian</li></ul>	<p>f</p> <p>f</p> <p>f</p> <p>f</p> <p>f</p> <p>f</p>

Dosen Pembimbing I

**H. Azmi Siradjuddin, Lc, M. Hum**  
NIP. 19650627 200112 1 001

Mahasiswa Ybs,

**Fitriana Wulandari**  
NPM. 13109798



**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.syariah.metrouniv.ac.id](http://www.syariah.metrouniv.ac.id); e-mail: [syariah.iaim@metrouniv.ac.id](mailto:syariah.iaim@metrouniv.ac.id)

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL**

Nama : Fitriana Wulandari      Fakultas/Jurusan : Syari'ah dan Bisnis Islam/ESy  
NPM : 13109798                      Semester/TA : VIII/2016/2017

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
			out line di Acc	

Dosen Pembimbing I

**H. Azmi Siradjuddin, Lc, M. Hum**  
NIP. 19650627 200112 1 001

Mahasiswa Ybs,

**Fitriana Wulandari**  
NPM. 13109798

 <b>SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI</b> <b>STAIN JURAI SIWO METRO</b> Jln. Ki. Hajar Dewantara, Kota Metro Telp. (0725) 41507	No Dokumen	FM-STAINJS-BM-05-09
	No Revisi	RO
	Tgl berlaku	
	Halaman	1 dari 1

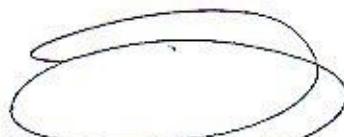
### FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AKHIR

Nama : Fitriana Wulandari  
 NPM : 13109798

Jurusan/Prodi : Syariah & Ekonomi Islam/D-III PBS  
 Semester/TA : VII/2016/2017

No	Hari/Tanggal	Pembimbing II	Hal-hal yang dibicarakan/ Bimbingan yang diberikan	Tanda Tangan Dosen
1.	Dumat/ 9-12-2016	✓	- CBM, Urut-urutan dan gambar umum dari sub- Yg dan dikapangan	
2.	Kamis/6-4-2017	✓	- Htl. 4 pabotaki pabotasi lakimanya - Sumber data primer siapa berapa. Urutkan - Pola analisis data, cara berpikir apa yg diperlukan	
3.	Senin/19-6-2017	✓	- Acc bab 1	
4.	Senin/19-6-2017	✓	- Acc Outline	
5.	Senin/23-10-2017	✓	Acc bab II	
6.		✓	Apd Acc	
7.	Senin/4-6-2018	✓	- Acc TA.	

Dosen Pembimbing II



**Suci Havati, S.Ag. MSI**  
 NIP. 19770309-200312 2 003

Mahasiswa Ybs,



**Fitriana Wulandari**  
 NPM. 13109798



**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.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL**

Nama : Fitriana Wulandari      Fakultas/Jurusan : Syari'ah dan Bisnis Islam/ESy  
NPM : 13109798                      Semester/TA : VIII/2016/2017

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
			- Pribadi 3000 2017	
			- B.S. 2017 2. PC untuk 2 sidang 1000	

Dosen Pembimbing I

**H. Azmi Siradjuddin, Lc, M. Hum**  
NIP. 19650627 200112 1 001

Mahasiswa Ybs,

**Fitriana Wulandari**  
NPM. 13109798

## **RIWAYAT HIDUP**



**FITRIANA WULANDARI** , anak ke empat ini adalah putri kandung dari pasangan bapak Tugiyono dan ibu Sudarti. Lahir di Desa Subik Kota Bumi Lampung Utara pada tanggal 22 Februari 1996. Dan saat ini penulis dan keluarga menetap di Desa Subik Kota Bumi Lampung Utara.

Pendidikan yang telah ditempuh oleh peneliti yaitu SDN 01 Subik lulus pada tahun 2007, SMP PGRI 01 Abung Tengah lulus pada tahun 2010, SMA Myhammadiyah 1 Metro lulus pada tahun 2013 dan mulai tahun 2013 peneliti terdaftar sebagai mahasiswi Diploma III di Institut Agama Islam Negri (IAIN) Jurai Siwo Metro.