

STRATEGI JEMPUT BOLA DALAM MENINGKATKAN MINAT NASABAH: STUDI KASUS PADA BPRS METRO MADANI CABANG KALIREJO

Mulyati¹, Ari Fatihatul Hidayah²
Sekolah Tinggi Agama Islam Al Ma'arif Kalirejo

 *mulvatisiligar@gmail.com

Abstract

The development of BPRS in Indonesia is currently experiencing significant progress, this is indicated by the increase in the establishment of BPRS unit offices which reached 21.53% in 2021. This data is a driving factor in increasing customer interest through a pick-up ball promotion strategy that seeks to get closer to the public by making it easier for customers to access BPRS services. This study aims to find out how the ball pick-up strategy in increasing customer interest in BPRS Metro Madani Kalirejo Branch. This type of research is field research with a descriptive qualitative approach. Sources of data using primary and secondary, and data collection techniques using the interview method. The results showed that the pick-up strategy in increasing the interest of BPRS Metro Madani Kalirejo Branch customers was quite good, namely by making customers' homes and agencies the target places in carrying out the pick-up strategy, because most of the Kalirejo area work as traders who need funds to develop their businesses.

Keywords: Ball Pick Up Strategy, Customer Interests

ARTICLE INFO

Article history:

Received
Januari 30, 2023
Revised
Februari 12,
2023
Accepted
Februari 24,
2022

This is an open access article under the CC BY SA license

<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>



PENDAHULUAN

Ekonomi Islam di Indonesia beberapa tahun belakangan ini mengalami perkembangan yang cukup signifikan, hal tersebut didukung dengan perkembangan jumlah kantor unit Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) mencapai 21,53% pada tahun 2021. Kehadiran BPRS semakin menambah daftar perbankan syariah yang memenuhi kebutuhan masyarakat atas transaksi pembiayaan tanpa berbasis riba. BPRS adalah lembaga keuangan yang menerapkan pola syari'ah, dimana pembiayaan dan penyaluran dana menggunakan akad bagi hasil. Fungsi utama BPRS sama saja seperti bank syariah pada umumnya, hanya saja sasaran dari BPRS lebih sempit dibandingkan bank syariah pada umumnya yang memiliki sasaran lebih luas.(Santoso, 2017: 158) Tujuan BPRS dan bank umum syariah pun juga sama yaitu mencari profit dengan melakukan kegiatan-kegiatan perbankan. Semakin besar keuntungannya maka semakin dianggap baik kinerja suatu bank.(Triandini, 2013: 132)

Maraknya lembaga keuangan yang beredar di Kalirejo tentunya membuat nasabah banyak menerima tawaran dari perusahaan lain dan tidak terlepas dari minat masyarakat atas perbankan syariah itu sendiri. Ardoyo menyatakan bahwa minat merupakan suatu bentuk perangkat mental yang terdiri dari harapan, perasaan, kecenderungan maupun prasangka yang mengarahkan seseorang terhadap suatu pilihan tertentu.(Ardoyo, 2018: 147-154) Sedangkan Hidayati menyatakan bahwa pertumbuhan minat akan perbankan syariah pada masyarakat tidak terlepas pula dari segi pelayanan yang diberikan bank kepada nasabah.(Hidayati 2018) Pelayanan pada penelitian ini berfokus pada layanan jemput bola yang biasa diberikan perusahaan kepada nasabah. Triandini menyatakan bahwa layanan jemput bola merupakan layanan tambahan bagi nasabah tabungan

maupun deposito, dimana nasabah dipermudah untuk pembukaan tabungan atau deposito serta penyetoran tabungan atau deposito dengan ditemui langsung oleh *marketing funding* atau petugas lapangan bank sehingga membuat nasabah tidak repot-repot datang ke bank untuk melakukan transaksi tersebut.(Triandini 2013)

Untuk dapat meningkatkan minat nasabah, BPRS Metro Madani Cabang Kalirejo menerapkan strategi pemasaran yang baik. Adapun strategi yang digunakan untuk mengenalkan produk melalui sistem *digital* dan *faceto face*. Penerapan strategi *face to face* yang dilakukan BPRS Metro Madani Cabang Kalirejo adalah layanan jemput bola. Strategi jemput bola ini dilakukan sebagai salah satu strategi promosi yang berupaya mendekatkan diri kepada masyarakat dengan cara mempermudah nasabah untuk mengakses layanan di BPRS Metro Madani. Umam dan Rufai menyatakan dalam perspektif Islam layanan jemput bola merupakan sebuah langkah untuk mempererat silaturahmi dengan nasabah.(Muslihul Umam dan Rifki Rufaida, 2019: 29–37) Saat ini layanan jemput bola dirasa paling efisien karena memudahkan nasabah untuk menabung tanpa harus datang ke kantor.

Namun, berdasarkan data yang di dapat dari kantor BPRS Metro Madani Cabang Kalirejo jumlah nasabah yang melakukan pembukaan rekening tabungan tahun 2019-2020 mengalami penurunan yang cukup drastis, berikut data tersebut:(Wawancara, t.t.)

Tahun	Nasabah Tabungan	Persentase
2019	1232	39,69%
2020	888	28,61%
2021	984	31,70%
Jumlah	3.104	100%

Sumber : data primer diolah kembali 2022

Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa tahun 2020 terdapat penurunan minat nasabah dalam membuka rekening tabungan yang mencapai 344 nasabah atau sebesar 11,08%. Pernyataan tersebut didukung oleh penelitian Aini yang menyatakan bahwa layanan jemput bola belum mampu untuk meningkatkan minat nasabah tabungan mudharabah BPRS Lantabur Tebu Ireng Cabang Sidoarjo.(Aini, 2022: 12–13)

Berdasarkan kajian diatas, penelitian ini penting untuk dilakukan dengan lebih mendalam, karena bagi lembaga keuangan khususnya BPRS menginginkan peningkatan minat nasabah salah satunya dengan strategi jemput bola. Strategi jemput bola yang dilakukan oleh BPRS Metro Madani Cabang Kalirejo sebagai salah satu strategi promosi yang berupaya untuk mendekatkan diri kepada masyarakat dengan cara mempermudah nasabah untuk mengakses layanan di BPRS Metro Madani Cabang Kalirejo. Dengan demikian dalam penelitian ini apakah strategi jemput bola yang dilakukan oleh BPRS Metro Madani Cabang Kalirejo dapat meningkatkan minat nasabah.

Dari fenomena dan hasil penelitian terdahulu maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai "Strategi Jemput Bola dalam Meningkatkan Minat Nasabah (Studi Kasus pada BPRS Metro Madani Cabang Kalirejo)".

KAJIAN PUSTAKA

1. Definisi BPRS

Fauzi menyatakan bahwa BPRS adalah sebuah lembaga keuangan berbentuk bank dengan sistem operasi berdasarkan prinsip syariah.(Fauzi, 2018: 32) Dalam sistem Perbankan Nasional BPRS memiliki sasaran yang lebih sempit dibandingkan dengan BUS

dan UUS. Pratikto dan Afiq menyatakan bahwa dalam melakukan perannya sebagai lembaga keuangan, BPRS harus menjaga dan memelihara dana masyarakat yang dititipkan dengan cara dikelola dengan hati-hati melalui pertimbangan manajemen resiko yang dapat mempengaruhi tingkat kesehatan bank. (Muhammad Iqbal Surya Pratikto dan Mohammad Khoiruzi Afiq 2021) BPRS merupakan salah satu perpanjangan tangan dari lembaga keuangan syariah yang memiliki *corei* kegiatan usaha pada pendanaan dan pembiayaan kepada sektor-sektor riil untuk meningkatkan ekonomi masyarakat.

BPRS juga merupakan lembaga keuangan yang dibentuk untuk melayani kebutuhan pelayanan jasa-jasa perbankan bagi masyarakat ekonomi lemah, terutama usaha kecil di Indonesia. Peran BPRS kepada usaha kecil dianggap penting bagi peningkatan pembiayaan usaha mikro dan kecil karena selama ini usaha kecil sebagai sektor dari pihak luar. Peran usaha kecil yang besar ditunjukkan oleh kontribusinya terhadap produksi nasional, jumlah unit usaha dan pengusaha, serta penyertaan tenaga kerja. Meskipun demikian, perkembangan usaha kecil di Indonesia masih menghadapi berbagai kendala, terutama dalam hal pemenuhan modal usaha dari lembaga keuangan formal seperti bank. (Rina Maulina, et al 2020)

2. Minat Nasabah

Minat merupakan suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu perasaan, harapan, pendirian, prasangka, dan rasa takut kecenderungan-kecenderungan yang mengarahkan keindividu kepada suatu pilihan tertentu. (Abdul Rahman Shaleh Dan Muhib Abdul Wahab, 2008: 263) Dengan demikian dapat diartikan bahwa minat adalah dorongan kuat bagi seseorang untuk melakukan segala sesuatu dalam mewujudkan pencapaian tujuan dan cita-cita yang menjadi keinginannya. Minat juga merupakan pernyataan mental dari konsumen yang merefleksikan rencana pembelian sejumlah produk dengan keinginan tertentu. Hal ini sangat diperlukan oleh para pemesan untuk mengetahui minat pembelian dari konsumen terhadap produk. Konsumen adalah salah satu yang sangat menentukan keberhasilan perusahaan untuk mencapai tujuan. Tanpa adanya konsumen, sudah dapat dipastikan perusahaan tersebut akan bangkrut.

Menurut Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Abdul Wahab (2004) minat terbagi menjadi dua macam, yaitu:

- a. Berdasarkan timbulnya, minat dibedakan menjadi minat *primitif* dan minat *kultural*. Berdasarkan arahannya, minat dapat dibedakan menjadi minat intrinsik dan ekstrinsik.
- b. Berdasarkan cara mengungkapkan, minat dapat dibedakan menjadi empat, yaitu: 1) *expressed interest*, 2) *manifest interest*, 3) *tested interest* dan 4) *inventoried interest*.

Minat menjadikan adanya keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan atau menggunakan jasa perbankan merupakan implementasi dari minat nasabah itu sendiri. Proses dari pengambilan keputusan tersebut tidak lepas dari tahapan pencarian informasi yang dilakukan nasabah. Sehingga nasabah menemukan berbagai informasi yang dapat memperkuat keputusannya. Untuk meningkatkan minat nasabah dalam menabung, BPRS harus memiliki strategi dan memberikan layanan yang menarik perhatian nasabah, dengan begitu layanan memegang peran besar dalam mencapai tujuan perusahaan.

Keller menyatakan bahwa pelanggan atau nasabah akan setia pada perbankan apabila kebutuhannya dapat terpenuhi dengan layanan yang melebihi ekspektasi mereka. Namun ketika layanan berada dibawah ekspektasi pelanggan, mereka akan cenderung meninggalkan layanan jasa tersebut. (Keller 2008) Maka, layanan dapat dikatakan memiliki kualitas baik apabila layanan tersebut dapat memenuhi harapan dan keinginan nasabah, sehingga perbankan harus mengetahui faktor apa saja yang dapat mempengaruhi harapan dan keinginan nasabah.

3. Layanan Jemput Bola

Layanan jemput bola merupakan fasilitas layanan tambahan yang diberikan perusahaan untuk nasabah produk simpanan tabungan.(Keller 2008) Melalui layanan jemput bola maka nasabah dipermudah, cukup dengan menghubungi petugas lembaga untuk melakukan transaksi selanjutnya petugas akan datang ke nasabah untuk menarik sejumlah uang yang akan disetorkan ke rekening.(Ulwiwati 2013)

Menurut Henry (2000) jemput bola merupakan penggambaran secara lisan melalui sebuah percakapan dengan satu atau beberapa calon nasabah yang bertujuan agar terjadinya proses transaksi penjualan. Dalam proses kegiatan jemput bola hal ini akan menimbulkan kontak langsung antar individu yang terlibat secara eksklusif, individu melakukan presentasi penggambaran mengenai produk kepada orang individu atau sekelompok nasabah potensial lainnya.

Layanan jemput bola disebut sebagai alat marketing yang merupakan urusan semua orang yang terlibat dalam organisasi dari *office boy*, sampai dengan direktur utama harus menjadi agen pemasar. Marketing sudah disadari banyak orang dan merupakan elemen penting atas sukses atau tindakan sebuah usaha. Hal ini dapat dilihat dari adanya penerapan strategi dan sistem yang terorganisir sebagai alat dalam usaha menarik nasabah diantaranya yaitu:

- a. Promosi penawaran manfaat tambahan kepada nasabah dengan harga tetap.
- b. Iklan melalui berbagai media, seperti: radio, internet, pamflet dan lain sebagainya.
- c. Adanya bonus merupakan cara menarik untuk menggunakan produk perusahaan dengan diiming-imingi hadiah.
- d. Jemput bola merupakan istilah mendatangi nasabah secara langsung dan aktif melakukan pemasaran.

Berdasarkan dari keterangan diatas, dapat disimpulkan bahwa layanan jemput bola merupakan bagian dari alat marketing yang berupa promosi, iklan ataupun sponsorhip yang merupakan suatu alat yang digunakan marketing dalam menarik minat nasabah dengan berbagai sistem dan strategi yang berbeda dalam penerapannya.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian menggunakan penelitian lapangan (*Field Research*). Penelitian ini dilakukan dengan berada langsung pada obyek penelitian,(Mahmud 2011: 31) yang sebagai usaha untuk mengumpulkan data dan berbagai informasi di BPRS Metro Madani Cabang Kalirejo.

Pendekatan penelitian menggunakan kualitatif yaitu guna untuk memperoleh data dari BPRS Metro Madani Cabang Kalirejo yang diteliti dengan melakukan penelitian secara alamiah,(Saebani 2008: 122) berupa strategi jemput bola dalam meningkatkan minat nasabah. Sifat penelitian menggunakan deskriptif, dengan maksud membuat gambaran mengenai situasi-situasi atau kejadian-kejadian,(Abdurrahman 2005: 21) yang diperoleh dari hasil penelitian berupa strategi jemput bola dalam meningkatkan minat nasabah yang dilakukan oleh BPRS Metro Madani Cabang Kalirejo.

Sumber data yang digunakan diantaranya: 1) sumber primer yaitu sumber data yang langsung diberikan data kepada peneliti,(Sugiyono 2018: 308) seperti pada *manager*, *custome service*, dan beberapa nasabah BPRS Metro Madani Cabang Kalirejo. 2) Sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung diberikan data kepada peneliti.(Sugiyono 2018: 309) Data dalam penelitian ini diperoleh dari data yang relevan yang berkaitan dengan penelitian ini, yang diperoleh dari literatur yang ada, baik dari jurnal, skripsi maupun buku.

Metode pengumpulan data menggunakan metode wawancara yaitu suatu bentuk komunikasi secara langsung.(W. Gulo 2007: 119) Dalam wawancara ini dilakukan secara langsung di BPRS Metro Madani Cabang Kalirejo, wawancara ini guna mendapatkan data dan informasi mengenai penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

BPRS Metro Madani Cabang Kalirejo merupakan salah satu lembaga keuangan yang menggunakan prinsip syari'ah Islam dalam kegiatan operasionalnya. BPRS Metro Madani Cabang Kalirejo mulai beroperasi sejak 1 November 2009. BPRS Metro Madani Cabang Kalirejo merupakan kantor cabang dari BPRS Metro Madani untuk memperluas jaringan kantor. Hasil riset yang peneliti lakukan menunjukkan bahwa:

Tahun	Tabungan Nasabah	Persentase
2017	1095	20,42%
2018	1165	21,72%
2019	1232	22,97%
2020	888	16,55%
2021	984	18,34%
Jumlah	5.364	100%

Sumber : data prime diolah kembali 2022

Dari data di atas menunjukkan bahwa tahun 2017-2019 tabungan nasabah mengalami peningkatan secara terus menerus, namun di tahun 2020 terjadi penurunan yang cukup signifikan, hal tersebut yang menjadi masalah bagi BPRS Metro Madani Cabang Kalirejo. Penurunan tersebut terjadi dikarenakan tahun 2019-2020 Indonesia mengalami pandemi covid-19, namun di tahun 2021 mengalami peningkatan. Hal tersebut memperlihatkan bahwa BPRS Metro Madani Cabang Kalirejo mampu tetap tumbuh kuat di tengah pandemi dan bertahan di masa pandemi.

Strategi yang membuat BPRS Metro Madani Cabang Kalirejo mampu bertahan dan tumbuh di tengah pandemi adalah strategi menggunakan promosi melalui mediator maupun secara langsung yaitu *door to door*. Strategi ini berupa strategi menyerang (tim marketing menggunakan jempot bola) dan strategi bertahan. Strategi bertahan adalah strategi yang dipakai agar nasabah mampu dan mau berkeinginan untuk tetap bertahan menjadi nasabah dengan pembiayaan *top up*, yaitu nasabah yang sudah melakukan pembiayaan kemudian melakukan pembiayaan lagi dengan pembiayaan yang lebih besar.

Dari hasil riset yang peneliti lakukan maka dapat disimpulkan bahwa nasabah akan memikirkan keputusannya sebelum mengambil keputusan dalam memilih produk tabungan di suatu bank syariah adalah layanan yang diberikan oleh bank syariah tersebut. Layanan adalah sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen atau nasabah. Layanan dapat diberikan melalui fasilitas-fasilitas. Salah satu fasilitas BPRS Metro Madani Cabang Kalirejo yang menjadi primadona nasabah adalah fasilitas jempot bola. Fasilitas jempot bola merupakan layanan yang diberikan BPRS kepada nasabah tabungan dengan mendatangi langsung nasabah untuk bertransaksi tanpa harus datang ke kantor.

BPRS Metro Madani Cabang Kalirejo, menggunakan strategi jempot bola dengan melakukan silaturahmi dengan tokoh-tokoh masyarakat dikarenakan sering melakukan interaksi langsung dengan masyarakat khususnya masyarakat Kalirejo, sehingga calon nasabah akan lebih tertarik untuk dapat melakukan pembukaan rekening tabungan di BPRS Metro Madani Cabang Kalirejo.

Strategi jempot bola dalam meningkatkan minat nasabah yang BPRS Metro Madani Cabang Kalirejo lakukan adalah dengan menjadikan instansi atau rumah sebagai sasaran yang paling prioritas, karena marketing dapat mengetahui dan menganalisa apa yang

nasabah butuhkan. Strategi yang diterapkan menggunakan bauran pemasaran yaitu produk, harga, tempat dan promosi.

Dengan adanya layanan jemput bola nasabah akan terpengaruh dan memilih menabung di BPRS Metro Madani Cabang Kalirejo. Layanan jemput bola bagi BPRS Metro Madani Cabang Kalirejo. Merupakan sebuah fasilitas unggulan yang menjadi *favorite* nasabah. Karena bagi nasabah layanan ini memberikan rasa efisien sehingga sangat membantu dalam proses menabung.

Berdasarkan pernyataan dari berbagai informan, maka hasil analisis dari penelitian mengenai strategi jemput bola meliputi banyak hal antara lain:

1. Merupakan sistem yang efektif untuk pemasaran

Strategi jemput bola lebih mengutamakan hubungan yang erat antara pihak BPRS Metro Madani Cabang Kalirejo dengan nasabah. Pendekatan ini cukup potensial untuk dijadikan sasaran sebagai meningkatkan minat nasabah pada BPRS Metro Madani Cabang Kalirejo. Disisi lain penggunaan sistem jemput bola, cara ini dapat meningkatkan jumlah nasabah karena, apabila nasabah merasa puas dengan layanan dari BPRS Metro Madani Cabang Kalirejo, biasanya nasabah tersebut akan menceritakan dengan saudaranya atau tetangganya, sehingga secara tidak langsung terdapat masyarakat yang minat untuk membuka rekening tabungan di BPRS Metro Madani Cabang Kalirejo. Pernyataan tersebut sesuai dengan data riset yang peneliti lakukan bahwa BPRS Metro Madani Cabang Kalirejo memperoleh nasabah dari tahun ketahun mengalami peningkatan yaitu 2017 sebanyak 1095 nasabah, 2018 sebanyak 1165 nasabah dan 2019 sebanyak 1232 nasabah.

2. Merupakan sistem yang memudahkan nasabah

Strategi jemput bola merupakan langkah awal yang akan dimanfaatkan oleh *marketing* untuk memberikan penjelasan mengenai konsep keuangan syariah serta sistem dan prosedur yang berlaku dalam operasional BPRS Metro Madani Cabang Kalirejo, sekaligus merupakan solusi bagi mereka yang memiliki tingkat kesibukan tinggi sehingga tidak memiliki cukup waktu datang berkunjung langsung ke BPRS Metro Madani Cabang Kalirejo.

Promosi dengan cara jemput bola dilakukan oleh pihak marketing dengan cara mendatangi nasabah untuk menarik tabungan, cara ini dapat membuat nasabah merasa puas dengan layanannya dan dapat menjadi lebih sering untuk menabung. Sistem jemput bola ini juga dapat melakukan promosi kepada teman atau saudara dari anggota tersebut. Sistem, jemput bola merupakan satu cara yang efektif yang dapat dilakukan untuk mencapai target di awal operasionalnya adalah dengan melakukan pendekatan jemput bola. Di lihat dari cara pandang secara syariah, jemput bola juga merupakan salah satu upaya operasional BPRS Metro Madani Cabang Kalirejo untuk mengembangkan silaturahmi kepada masyarakat. Maka dari sini kemudian terjalinlah persaudaraan yang baik antara BPRS dengan nasabah.

Pada sistem ini biasa disebut dengan kegiatan penjualan pribadi yaitu suatu cara BPRS untuk meningkatkan penjualan produknya yang dilakukan dengan cara kontak langsung antara karyawan dengan calon nasabah. BPRS Metro Madani Cabang Kalirejo yang sering menggunakan media promosi yang dilakukan oleh karyawan BPRS. Cara ini pihak karyawan secara langsung melakukan pendekatan dengan calon nasabah agar menjadi tertarik dengan produk yang ditawarkan oleh BPRS. Cara yang dilakukan oleh BPRS yaitu dengan melalui *door to door*. Cara ini sangat efisien karena dapat menjelaskan secara langsung kepada calon nasabah, apa yang ditanyakan dengan calon nasabah dapat langsung dijawab oleh marketing, dan cara ini dapat menarik minat nasabah untuk menggunakan produk BPRS Metro Madani Cabang Kalirejo, sehingga promosi dengan cara *door to door* dapat meningkatkan jumlah nasabah dengan cepat.

Sasaran dari promosi jemput bola ini adalah masyarakat yang berada di rumah, sekolah, dan kantor kelurahan baik yang merupakan calon nasabah maupun yang sudah menjadi nasabah. Keuntungan strategi jemput bola bagi BPRS Metro Madani Cabang Kalirejo adalah meningkatkan jumlah nasabah dan sekaligus menjaga komunikasi bank terhadap nasabah, sedangkan bagi nasabah adalah layanan ini mempermudah mereka karena nasabah tidak perlu datang ke BPRS Metro Madani Cabang Kalirejo jika ingin mengangsur, atau melakukan pembiayaan sehingga dapat menghemat waktu serta biaya nasabah.

3. Merupakan sistem tabungan yang tidak memaksa

Dengan adanya sistem layanan jemput bola yang diterapkan oleh BPRS Metro Madani Cabang Kalirejo dapat menumbuhkan minat nasabah terhadap pentingnya menabung untuk memikirkan kebutuhan di hari yang akan datang, seperti nasabah yang pada awalnya merasa malu menabung di lembaga perbankan jika menabung dengan nominal uang yang sedikit, maka dengan layanan jemput bola yang diterapkan BPRS Metro Madani Cabang Kalirejo nasabah dapat menyimpan dana sehari-harinya meskipun dengan nominal yang sedikit yakni minimal Rp 5.000, maka dari itu nasabah bisa termotivasi untuk menabung. Disisi lain apabila tabungan nasabah sudah terkumpul dan ingin ditarik, dapat melakukan penarikan kapanpun nasabah inginkan, kecuali pada hari libur kantor. Dengan adanya penerapan jemput bola nasabah merasa diringankan tanpa harus datang ke kantor BMT Artha Buana Metro.

4. Merupakan sistem yang aman

Dengan adanya fasilitas seperti buku tabungan, slip setoran, slip penarikan maka kesalahan-kesalahan yang mungkin terjadi dapat diminimalisir bahkan dihilangkan. Ditambah lagi slip setoran yang rangkap dua dengan disertai nomor seri. Penyalahgunaan dana nasabah akan bisa termonitor.

5. Kebutuhan rasa aman

Banyak pandangan mengenai kebutuhan rasa aman. Motif yang merupakan dorongan kedua yaitu sebagai sarana untuk kebutuhan dimasa yang akan datang. Nasabah dalam hal ini mempercayakan BPRS Metro Madani Cabang Kalirejo untuk menjaga uang tabungannya. Uang yang digunakan untuk kebutuhan di masa yang akan datang, baik untuk kebutuhan keluarga kebutuhan pendidikan anak-anaknya, tabungan haji dan umroh. Nasabah meyakini bahwa menabung di BPRS Metro Madani Cabang Kalirejo merupakan tempat yang aman. Aman dalam artian BPRS telah dijamin oleh lembaga penjakim simpanan (LPS) sesuai dengan ketentuan dan persyaratan yang berlaku.

Selain respon positif yang diberikan, terdapat beberapa kendala yang dihadapi dalam menjalankan layanan jemput bola yaitu beberapa lembaga keuangan yang menggunakan layanan yang sama dengan memberikan keuntungan yang lebih kepadanasabah, karena margin yang BPRS Metro Madani Cabang Kalirejo berikan cukup tinggi. Sehingga ada beberapa nasabah lebih memilih lembaga keuangan lain. Kendala yang dihadapi lainnya adalah kurangnya pemahaman yang ditangkap oleh calon nasabah sehingga penyampaian yang disampaikan oleh *marketing funding*, tidak mendapatkan timbal balik, serta margin yang cukup tinggi membuat nasabah kurang tertarik.

Nasabah atau calon anggota di BPRS Metro Madani Cabang Kalirejo memberikan respon positif terhadap adanya sistem layanan jemput bola yang diterapkan, karena kemudahan dalam mendapatkan pelayanan yang maksimal menumbuhkan sikap kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan. Kemudahan untuk menyimpan dan mengambil dana yang dititipkan serta kepercayaan yang tinggi nasabah terhadap BPRS Metro Madani Cabang Kalirejo menjadi nilai tambah bagi pelayanan secara langsung.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dapat diambil kesimpulan bahwa strategi jemput bola yang dilakukan BPRS Metro Madani Cabang Kalirejo dalam meningkatkan minat nasabah cukup bagus yaitu dengan menjadikan rumah-rumah dan instansi sebagai tempat sasaran dalam menjalankan strategi jemput bola ini karena terdapat banyak pedagang yang membutuhkan dana untuk mengembangkan usaha mereka.

Implementasi sistem layanan jemput bola yang diterapkan BPRS Metro Madani Cabang Kalirejo merupakan suatu sistem yang efektif untuk pemasaran, sistem yang memudahkan nasabah untuk melakukan transaksi baik menabung ataupun penarikan, sistem yang simpel atau sederhana, sistem yang tidak memaksa nasabah untuk selalu menabung, sistem yang menguntungkan bagi nasabah ataupun BPRS Metro Madani Cabang Kalirejo sendiri, dan sistem yang aman. Selain itu dampak dari layanan jemput bola terhadap motivasi menabung nasabah yaitu, menumbuhkan rasa semangat nasabah untuk menyisihkan dana (uang atau pendapatan yang dimiliki) sehari-harinya meskipun dengan nominal yang tidak banyak.

REFERENSI

- Abdul Rahman Shaleh Dan Muhib Abdul Wahab. 2008. *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Persepektif Islam*. Jakarta: Prenada Media.
- Abdurrahman, Soejono dan H. 2005. *Metode Penelitian : Suatu Pemikiran dan Penerapan*. Cet. 2. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Aini, Nur Ismawatul. 2022. "Pengaruh Layanan Jemput Bola dan Bagi Hasil terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan Mudharabah dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderasi di BPRS Lantabur Tebuireng Cabang Sidoarjo." Skripsi, Surabaya: UIN Sunan Ampel.
- Ardoyo, Novalia Agung Wardijito. 2018. "Pengaruh Program 86 Net Tv Terhadap Sikap Penonton." *Jurnal Pustaka Komunikasi* Vol. 1 (1).
- Fauzi, Mahmud. 2018. "Efisiensi Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) di Provinsi Jawa Tengah." *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam* Vol. 4 (1).
- Hidayati, Nisail Mugni. 2018. "Pengaruh Motivasi Berkoperasi, Pendidikan Perkoperasian Dan Pelayanan Koperasi Terhadap Partisipasi Anggota Koperasi: Suatu Kasus pada Koperasi Mahasiswa di Kota Bandung." Thesis, Universitas Pendidikan Indonesia.
- Keller, Philip Kotler & Kevin Lane. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Mahmud. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Muhammad Iqbal Surya Pratikto dan Mohammad Khoiruzi Afiq. 2021. "Analisis Tingkat Kesehatan Bank Dan Potensi Financial Distress Menggunakan Metode Rgec Dan Zmijewski Pada Bank Bni Syariah Tahun 2015-2019." *Jurnal Ekonomi Syariah* Vol. 8 (5).
- Muslihul Umam dan Rifki Rufaida. 2019. "Motivasi Menabung Nasabah Melalui Sistem Service Jemput Bola di BMT NU." *Kabilah : Journal of Social Community* Vol. 4 (1).
- Rina Maulina, et al. 2020. "Analisis Peran Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Terhadap Peningkatan Kinerja UMKM (Studi Pada PT. BPRS Baiturrahman)." *Jurnal Akbis* Vol. 4 (2).
- Saebani, Beni Ahmad. 2008. *Metode Penelitian*. Bandung: Pustaka Setia.
- Santoso, Riawan Edi. 2017. "Strategi Pemasaran Produk Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS)." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* Vol. 3 (3).
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Cet. 27. Bandung: Alfabeta.
- Triandini, Hendri. 2013. "Pengaruh Layanan Jemput Bola Produk Funding Terhadap DPK dan Jumlah Nasabah di BPRS Artha Karimah Irsyadi." *Jurnal Etikomomi* Vol. 12 (2).

- Ulwiwati, Hanik. 2013. "Pengaruh Layanan Jasa Pick Up Service Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah di Koperasi Jasa Keuangan Syariah BMT Amanah Ummah Surabaya." Skripsi, Surabaya: UIN Sunan Ampel.
- W. Gulo. 2007. *Metodologi Penelitian*. Cet. 5. Jakarta: PT Grasindo.
- Wawancara. t.t. Neni Yuniarti Kepala Operasional BPRS Metro Madani Kalirejo.

