

## PENGARUH LAYANAN JEMPUT BOLA TERHADAP MINA NASABAH DALAM MEMILIH TABUNGAN IDUL FITRI DI BMT UGT SIDOGIRI CAPEM KAMAL BANGKALAN

Moh Sakur, Bustomi Arisandi  
STAI Darul Hikmah Bangkalan  
e-mail: [sakur@yahoo.com](mailto:sakur@yahoo.com)<sup>1</sup>, [abindri@gmail.com](mailto:abindri@gmail.com)<sup>2</sup>

### ABSTRAK

Lembaga keuangan diharuskan memberikan layanan terbaik untuk nasabah nya. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui sistem layanan jemput bola yang diterapkan oleh BMT UGT Sidogiri CAPEM Kamal, dan untuk mengetahui layanan jemput bola terhadap nasabah dalam memilih tabungan Idul Fitri. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh layanan jemput bola terhadap minat nasabah dalam memilih tabungan idul fitri di BMT UGT Sidogiri CAPEM Kamal Bangkalan, teknik pengambilan sampel menggunakan "simple random sampling" dengan 50 responden, teknik pengumpulan data yaitu dengan observasi dan menyebarkan angket kuesioner dan menggunakan skala likert untuk mengukur jawaban dari responden. Untuk menguji instrument menggunakan uji validitas, uji reabilitas, dan uji asumsi klasik, sedangkan teknik analisis data yaitu menggunakan analisis regresi linier.

**Kata kunci** : layanan jemput bola , minat nasabah

### ABSTRACT

Financial institutions are required to provide the best service to their customers. The purpose of this research is to find out the ball pick-up service system implemented by BMT UGT SIDOGIRI CAPEM KAMAL, and to find out the ball pick-up service for customers in choosing IDUL FITRI savings. In this study, the author uses a quantitative method which aims to determine how the ball pick-up service influences customer interest in choosing Eid savings at BMT UGT Sidogiri CAPEM Kamal Bangkalan, the sampling technique uses "simple random sampling" with 50 respondents, the data collection technique is by observation and causing questionnaires and using a Likert scale to measure answers from respondents. To test the instrument using validity test, reliability test, and classical assumption test, while the data analysis technique is using linear regression analysis.

**Keywords**: ball pick-up service, customer interest

## **PENDAHULUAN**

Perekonomian rakyat merupakan sorotan penting di negeri ini yang membutuhkan solusi di setiap permasalahannya. Salah satu cara untuk menjawab suatu permasalahan akan krisis yang mendera yakni dengan memfokuskan diri pada sector riil masyarakat dan perekonomian rakyat. Dengan demikian maka di butuhkan hadirnya lembaga yang dapat mengakomodasi antar pihak pemilik dana dan pihak membutuhkan dana agar perekonomian rakyat dapat berjalan dengan baik.<sup>1</sup>

Dengan hadirnya koperasi BMT UGT Sidogiri CAPEM Kamal Bangkalan di tengah-tengah kehidupan bermasyarakat, khususnya bagi masyarakat pedesaan ini dapat memberikan bantuan baik dari segi finansial maupun moral. Yang dapat membantu meringankan beban dan meningkatkan taraf kehidupan masyarakat, Dan dapat pula membantu pertumbuhan ekonomi nasional.

Sebagai lembaga keuangan yang belum lama lahir, BMT membutuhkan promosi dan sosialisasi secara lebih optimal di masyarakat. Keaktifan pengeloa dalam memasarkan produk BMT merupakan komponen terpenting diantara komponen-komponen lainnya yang akan menentukan tingkat keberhasilan lembaga. Salah satu cara efektif yang dapat dilakukan untuk mencapai target-target pemasaran produk BMT di awal operasionalnya adalah dengan melakukan pendekatan “ jemput bola “. Pendekatan ini dilakukan dengan cara petugas langsung mendatangi calon nasabah dan petugas leluasa menjelaskan mengenai konsep keuangan syariah serta sistem dan prosedur operasional BMT.

Sistem Pelayanan Jemput Bola Sebagai lembaga keuangan yang belum lama lahir, BMT membutuhkan promosi dan sosialisasi secara lebih optimal di masyarakat. Keaktifan pengeloa dalam memasarkan produk BMT merupakan komponen terpenting diantara komponen-komponen lainnya yang akan menentukan tingkat keberhasilan lembaga. Salah satu cara efektif yang dapat dilakukan untuk mencapai target-target pemasaran produk BMT di awal operasionalnya adalah dengan melakukan pendekatan “ jemput bola “. Pendekatan ini dilakukan dengan cara petugas langsung mendatangi calon nasabah dan petugas leluasa menjelaskan mengenai konsep keuangan syariah serta sistem dan prosedur operasional BMT.

Layanan jemput bola adalah presenasi atau penyajian lisan dalam suatu percakapan dengan satu atau lebih calon pembeli dengan tujuan agar melakukan suatu pembelian di BMT

---

<sup>1</sup>Ivan Rahmat Santoso, “Peran BMT dalam pemberdayaan Sektor riil “ dalam <http://reposiory.ung.ac.id/>. Di akses pada 21 Februari 2021.

UGT Sidogiri CAPEM Kamal Bangkalan personal saling juga dilakukan melalui merekrut tenaga-tenaga salesman dan sales girls untuk melakukan penjualan atau langsung terjun ke lapangan<sup>2</sup>

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh layanan jemput bola dalam meningkatkan motivasi menabung nasabah yang diterapkan oleh BMT UGT Sidogiri CAPEM Kamal Bangkalan, Serta kendala yang dihadapi dari pengaruh layanan jemput bola dalam meningkatkan motivasi nasabah untuk menabung di BMT Sidogiri CAPEM Kamal Bangkalan

Penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat kuantitatif dan kemudian hasil tersebut dapat diringkas berupa simpulan. Dimana informan dalam penelitian ini adalah BMT UGT Sidogiri CAPEM Kamal Bangkalan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh layanan jemput bola dalam meningkatkan motivasi menabung nasabah pada BMT UGT Sidogiri CAPEM Kamal Bangkalan dengan menjadikan pasar sebagai tempat sasarannya. Pengaruh layanan jemput bola ini termasuk dalam bauran promosi yang meliputi periklanan dengan cara membagi brosur dan menyerbar kalender, promosi penjualan dengan memberikan undian berhadiah serta personal selling dengan karyawan BMT yang mengunjungi setiap hari dari jam 08.00 s/d 11.00. Sedangkan kendala dalam hal ini adalah waktu, persaingan dan lemahnya antisipasi uang.

Keunggulan Layanan Jemput Bola di BMT Sidogiri CAPEM Kamal Bangkalan :

- a. Hubungan yang sangat baik antara nasabah dan karyawan BMT saat melakukan transaksi
- b. Layanan jemput bola merupakan cara yang efektif untuk mencapai target-target pemasaran produk BMT di awal operasionalnya
- c. Tingkat efisiensi nasabah terhadap layanan jemput bola setiap kali nasabah mau menabung
- d. Layanan jemput bola mempunyai daya tarik tersendiri untuk mempengaruhi minat nasabah mengambil produk BMT
- e. Nasabah mendapatkan pengetahuan tentang bagi hasil tabungan melalui karyawan BMT yang menjelaskan diawal pengambilan produk.

Dari keterangan diatas peneliti menyimpulkan bahwa pelayanan jemput bola sangat menunjang stabilitas BMT UGT Sidogiri CAPEM Kamal Bangkalan dengan secara langsung

---

<sup>2</sup> Abah Anom, —*Pemasaran Dalam Perspektif Syariah*ll, dalam <http://abahanom-kng.blogspot.com>.2012, diakses tanggal 24 Maret 2016.

menjemput nasabah yang menabung, dengan layanan jemput bola nasabah akan merasa nyaman dan akan menabung setiap hari, meski nominal yang di tabungkannya tidak begitu besar.

## **METODE PENELITIAN**

Dalam penelitian ini, digunakan rancangan penelitian kuantitatif. “penelitian dengan meneliti seberapa besar pengaruh variabel bebas (*independent*) terhadap variabel terikat (*dependent*).<sup>3</sup> Penelitian kuantitatif menekankan fenomena-fenomena yang diteliti secara objektif dengan menggunakan angka-angka dan pengolahan statistik. Dengan cara itu, suatu fenomena dapat di analisis untuk kemudian diemukan hubungan di antara variabel-variabel yang terkait di dalamnya.

Pendekatan dalam penelitian ini dilakukan dengan desain survey korelasi kualitatif (pengaruh), dengan sasaran untuk mengetahui. Dalam hal ini penekanan utama adalah mendeskripsikan dan menganalisis pengaruh layanan jemput bola terhadap minat nasabah dalam memilih tabungan Idul Fitri di BMT UGT Sidogiri CAPEM Kamal Bangkalan.

### **a) Sampel**

Sampel dalam penelitian ini adalah nasabah BMT UGT Sidogiri CAPEM Kamal, adapun penentuan sampel nya menggunakan teori yang dikemukakan oleh Rascoe, apabila populusnya tidak diketahui maka penentuan sampel nya dapat menggunakan 10X variabel, jadi pada penelitian ini menggunakan 50 sampel/responden.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **1. Uji Validitas**

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan uji validitas untuk mengukur tingkat kevalidan atau kesehatan suatu instrument. untuk menentukan validitas instrument ini menggunakan aplikasi IBM SPSS v 16.0

---

<sup>3</sup> Sugiono. *Statistic Untuk Penelitian*. Bandung. Alfabeta. 2006, 11

-validitas layanan jemput bola

**Tabel 4.4 uji validitas variabel X**

**KMO and Bartlett's Test**

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.637
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square
	87.533
	Df
	10
	Sig.
	.000

Secara keseluruhan dari tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai KMO adalah 0,637 yang berarti lebidari dari 0,05 sehingga secara keseluruhan angket untuk validitasnya adalah valid, secara satu persatu atau terperinci maka dapat dilihat dari tabel di bawah ini.

**Communalities**

	Extraction
VAR00001	.733
VAR00002	.346
VAR00003	.802
VAR00004	.429
VAR00005	.362

Extraction Method:

Principal Component

Analysis.

Dilihat dari tabel ini dari 50 sampel berdasarkan rtabel harus  $\geq 0,5$  yang berarti dari tiga diantara lima ini adalah valid.

Validitas Minat Nasabah

**Tabel 4.5 uji validitas variabel Y**

**KMO and Bartlett's Test**

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.713
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square
	64.439
	Df
	10
	Sig.
	.000

Secara keseluruhan dari tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai KMO adalah 0,713 yang berarti lebih dari dari 0,05 sehingga secara keseluruhan angket untuk validitasnya adalah valid, secara satu persatu atau terperinci maka dapat dilihat dari tabel di bawah ini.

**Communalities**

	Extraction
VAR00001	.912
VAR00002	.580
VAR00003	.635
VAR00004	.787
VAR00005	.683

Extraction Method:

Principal Component

Analysis.

Dilihat dari tabel ini dari 50 sampel berdasarkan rtabel harus  $\geq 0,5$  yang berarti dari lima diantara lima ini adalah valid.

**1. Uji reliabilitas**

Reabilitas adalah suatu pengujian yang akan menunjukkan konsistensi jawaban seorang terhadap pertanyaan yang ada dalam kuensioner terhadap dari waktu ke waktu dalam mengukur gejala yang sama untuk menguji kendala reabilitas suatu pertanyaan digunakan teknik analisis uji Cronbac's Alpha untuk setiap variabel penelitian melalui program IBM SPSS v16.0 dan setiap pertanyaan atau pernyataan setiap variabel dianggap reliabel apabila uji Cronbac's Alpha 0,60. Hasil uji reliabilitas pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha <sup>a</sup>	N of Items
.975	2

a. The value is negative due to a negative average covariance among items. This violates reliability model assumptions. You may want to check item codings.

Suatu instrume penelitian mengindikasikan memiliki reliabilitas yang memadai jika koefisien alpha cronbach lebih besar atau sama dengan 0,070. Sementara hasil uji menunjukkan koef crobach alpha sebesar 0.975, dengan demikian dapat disimpulkan

bahwa variabel ini adalah reliabel yang berarti bahwa koefisien tersebut dapat digunakan dalam penelitian.<sup>4</sup>

## **KESIMPULAN**

Layanan jemput bola terhadap minat nasabah di BMT UGT Sidogiri CAPEM Kamal Bangkalan.

Berdasarkan hasil uji penelitian dari analisis regresi linier sederhana dan uji koefisien determinan pada pembahasan-pembahasan sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa Pada tabel diatas dapat diketahui bahwa persamaan regresi sederhana dihasilkan data sebagai berikut:

$$Y = a + bX + e$$

$$Y = 24,885 + 1,106(X)$$

Berdasarkan persamaan diatas dapat dijelaskan dan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta ( $\alpha$ ) atau independen sebesar 24,885 menunjukkan bahwa jika variabel layanan jemput bola X sama dengan nol (0), maka variabel minat nasabah Y sebesar 24,885.
- 2) Nilai koefisien regresi layanan jemput bola X ( $b$ ) = 1,106 artinya koefisien regresi positif sebesar dalam artian jika layanan jemput bola X sebesar 1 satuan, maka peningkatan minat nasabah Y akan turun 1,106.

Berdasarkan tabel di atas diperoleh nilai T hitung sebesar 2,019 dan nilai T tabel sebesar 1,677 maka dapat diambil kesimpulan bahwa T hitung > T tabel maka pengaruhnya tidak signifikan, dengan demikian komitmen tabungan idul fitri berpengaruh tapi tidak signifikan terhadap minat nasabah DI BMT UGT Sidogiri.

Sedangkan nilai koefisien determinan dan Data primer diolah menggunakan aplikasi IBM SPSS V16.0 data tabel diatas dapat dijelaskan besarnya nilai korelasi (R) yaitu sebesar 0,987 artinya angka tersebut menunjukkan hubungan antara variabel X (layanan jemput bola) dan variabel Y (minat nasabah) adalah cukup baik. Sedangkan nilai koefisien determinan yang merupakan hasil ( $R^2$ ) yaitu  $0,987 \times 100\% = 98,7\%$ , jadi koefisien determinasinya adalah  $= 98,7\%$  yang mengandung pengertian bahwa pengaruh produk layanan jemput bola X

---

<sup>4</sup> Zulganef, 2006

terhadap minat nasabah adalah = 98,7% dan sisanya 1,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diajukan dalam penelitian ini.

Berdasarkan keterangan di atas dapat disimpulkan bahwasanya jika nilai layanan jemput bola di BMT Sidogiri CAPEM Kamal semakin meningkat, maka minat nasabah pun akan semakin meningkat begitupun sebaliknya .kesimpulanya adalah layanan jemput bola berpengaruh positif tapi tidak signifikan terhadap hasil minat nasabah



## DAFTAR PUSTAKA

- Ivan Rahmat Santoso, “Peran BMT dalam pemberdayaan Sektor riil “ dalam <http://repository.ung.ac.id/>. Di akses pada 21 Februari 2021.
- DSN MUI, “Fatwab DSN MUI tentang Hadiah dalam penghimpunan Dana Lembaga Keuangan Syariah” dalam <http://www.dsnmui.or.id>. Diakses pada 21 Februari 2021.
- Imam Hanafi, “*Faktor yang mempengaruhi Minat Nasabah dalam Memamfaatkan Fasilitas pembiayaan pada BMT Amratani Utama Yogyakarta*”, (Skripsi-Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2007), 5.
- Abah anom, *pemasarandalam perspektif syariah*, dalam <http://abahanom-kng.blogspot.com> .2012, diakses tanggal 24 maret 2016.
- Abdul rahman shaleh dan muhbbib abdul wahab, *psikologi suatu pengantar dalam prespektif islam*, (Jakarta: Prenada Media, 2005), hal 263
- Abah Anom, —*Pemasaran Dalam Perspektif Syariah*ll, dalam <http://abahanom-kng.blogspot.com>.2012, diakses tanggal 24 Maret 2016
- Rekening tabungan atas nama *Mohammad Irfan Zamzami (anak bu Yusfiana)*, *Nasabah Tabungan*, Wawancara, Kedinding Ior, 14 Mei 2016.
- Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya, Petunjuk Teknis Penulisan Skripsi, (Surabaya : Fakultas FEBI), 11.
- Ulfa Hasanah, “Faktor-faktor Motivasi Yang Dipertimbangkan Nasabah Dalam Memilih BMT PahIawan Tulungagung” (Skripsi— STAIN Tulungagung, Tulungagung, 2010)
- Sugiono. *Statistic Untuk Penelitian*. Bandung. Alfabeta.2006,11
- Frankel dan Wallen, dalam Ismail Nawawi, *Metode Penelitian Kualitatif* , (Jakarta: cv. Dwiputra Pustaka jaya, 2012), 128
- Anwar Hidayat, “*Menghitung Besar Sa Ampel Penelitian*”, Dalam <https://www.statiskian.com>, di ambil pada tanggal 18 maret 2021, 23:48 WIB.