

BAB IV

LAPORAN HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Berdirinya *Baitul Māl wa Tamwīl* (BMT) Daarussalaam di Kecamatan Seruyan Hilir

Baitul Māl wa Tamwīl(BMT) Daarussalaam di Kecamatan Seruyan Hilir pertama kali dibentuk di Mesjid Al-Azhar degan didirikannya sekolah TPA, sekolah TPA tersebut mempunyai murid sekitar 200 orang, dan pengajar berjumlah 21 orang, sedangkan agar berkembangnya sekolah TPA tersebut perlu biaya banyak untuk membayar Ustadz dan Ustadzah nya. Selain memiliki sekolah TPA, BMT di Komplek Pasar Seruyan Hilir juga mempunyai Badan Pengelola Zakat yang bekerja sama dengan BAZDA, dan juga mengelola tabungan Qurban serta tabungan TPA. Yang dimulai di tahun 2006 dan akumulasi dananya juga berkembang. Atas inisiatif dari pihak para pengajar maka dibentuklah yayasan Lembaga Keuangan Mikro Syari'ah *Baitul Māl wa Tamwīl* Daarussalaam di JLAIS Nasution Gg. Melati Komplek Pasar Seruyan Hilir yang dipimpin oleh Johansyah. Pada tahun 2007 pihak *Baitul Māl* sudah melakukan simpanan/tabungan di Sekolah Menengah Pertama namun masih belum ada badan hukumnya.

Pada Tahun 2008 Lembaga Keuangan Mikro Syariah *Baitul Māl wa Tamwīl* Daarussalaam memperoleh izin tetap usaha: Badan Hukum Kop. No.

062/BH/XVIII. 14/INDAGKOP/IX/2008. Dengan dikeluarkan izin tetap usaha lembaga ini memasarkan produknya kepada masyarakat.

2. Profil *Baitul Māl wa Tamwīl* (BMT) Darussalam Kecamatan Seruyan Hilir

a. Visi BMT Daarussalaam Kecamatan Seruyan Hilir

Menjadi lembaga pemersatu ekonomi umat yang amanah dan *profesional*, yang biasa memberi kontribusi sebesar-besarnya untuk penyatuan, pemberdayaan dan penguatan ekonomi umat, layanan berbagai jasa keuangan syariah dan pengembangan modal serta dukungan bagi pendanaan dakwah dan pendidikan Islam serta ikut aktif dalam penyelesaian permasalahan sosial dan kemiskinan.

b. Misi BMT Daarussalaam Kecamatan Seruyan Hilir

- 1.) Membangun budaya organisasi (*corporate culture*) yang berbasis spritual (*management spritual base*), budaya kerja yang berbasis pada prestasi (*fastabiqul khairat*) dan nilai (*ahsanu 'amala*).
- 2.) Membangun lembaga *capacity building* (membangun manajemen efektif, peningkatan kompetensi staf, dan peningkatan efisiensi).
- 3.) Aktif memelopori upaya-upaya penyatuan/membangun kekuatan ekonomi umat.
- 4.) Memberikan dukungan nyata bagi pengembangan usaha mikro/kecil.

- 5.) Menciptakan produk jasa keuangan yang *match* (sesuai) dengan dinamika kebutuhan masyarakat muslim.
- 6.) Dalam menjalankan dan mengembangkan bisnis layanan selalu berorientasi untuk memberi layanan terbaik untuk nasabah dan masyarakat.
- 7.) Ikut aktif mendukung pembiayaan dakwah, pendidikan Islam dan penyelesaian permasalahan sosial dan kemiskinan.

3. Produk yang ditawarkan *Baitul Māl wa Tamwīl* (BMT) Daarussalaam di Kecamatan Seruyan Hilir

Untuk mewujudkan visi dan misi BMT Daarussalaam tersebut, maka dibagi menjadi 2 sub manajemen yang berbeda:

a. Unit *Baitut tamwīl* (Unit Jasa Keuangan Mikro)

1) Produk Penghimpun Dana (*Funding*)

a) Simpanan / Tabungan

- (1) Tabungan Pendidikan
- (2) Simpanan Plus
- (3) Tabungan Qurban
- (4) Tabungan Aqiqah
- (5) Tabungan Walimah
- (6) Tabungan Haji dan Umroh
- (7) Titipan Umum (*Wadī'ah*)

b) Investasi Syariah:

- (1) Simpanan berjangka 3 Bulan
- (2) Simpanan berjangka 6 Bulan
- (3) Simpanan berjangka 1 Bulan

2) Produk Pembiayaan (*Financing*)

a) Produk dengan aqad Jual Beli Syariah

- (1) *Murābahah* (Pembelian tangguh/cicilan)
- (2) *Sālam* (Pembelian dengan pemesanan)

b) Produk dengan aqad Bagi Hasil Syariah

- (1) *Mudārabah* (Bagi Hasil)
- (2) *Musyārahah* (Bagi Hasil Syirkah/Kongsi)

c) Pinjaman Kebajikan

Al-Qārdh al-hāsan (Dana Sosial)

3) Proporsi Distribusi (Nisbah) Bagi Hasil Untuk Nasabah Penabung

Pihak manajemen menetapkan kebijakan proporsi distribusi bagi hasil operasional BMT kepada nasabah sebagai berikut:

a) Tabungan dengan aqad Bagi Hasil:

- (1) 70% untuk BMT
- (2) 25% untuk nasabah penabung
- (3) 5% untuk dakwah, sosial dan pendidikan Islam

b) Tabungan dengan aqad Titipan (*Wadī'ah yad Damānah*)

Pihak BMT boleh memberikan hadiah/bonus atau pengelolaan dana titipan tersebut tanpa diperjanjikan sebelumnya.

c) Investasi Syariah

Pos sumber dana investasi syariah adalah dana tabungan berjangka. Untuk itu nisbah bagi hasil untuk tabungan berjangka diproyeksikan lebih besar.

4) Sistem dan Layanan

Sistem pengolahan data yang di gunakan di BMT Daarussalam adalah *software IBS (Integrated Banking System)* standar perbankan. Dan layanan yang menjadi ciri khas dari layanan di BMT Daarussalaam adalah:

1. Jemput bola, khusus untuk warga Kecamatan Seruyan Hilir, pihak BMT siap datang langsung dan melayani transaksi baik penabungan maupun penarikan. Dan *teller* akan melayani transaksi meski hanya seharga pentol (Rp.1.000,-).
2. Cek saldo via SMS, nasabah dapat memperoleh informasi langsung tentang saldo akhir tabungannya.
3. *SMS banking*, artinya pihak BMT akan melayani cek saldo via SMS, pembayaran rekeing listrik dan telepon via SMS dan jasa pengiriman uang (transfer).
4. Jasa transfer, pihak BMT akan memberikan layanan jasa transfer.

Layanan jemput bola ini diberikan untuk memberikan kemudahan kepada masyarakat mengingat kebutuhan jasa perbankan masyarakat modern yang beragam dan sangat cepat.

b. Unit *Baitul Māl* (Unit Pengelola Dana ZIS)

Unit *Baitul Māl* dikelola secara terpisah dari lembaga keuangan mikro, hal ini dilakukan untuk memaksimalkan fungsi dari unit yang berbeda objek manajemennya ini.

1.) Program Utama

Program utama dari Unit *Baitul Māl* di Kecamatan Seruyan Hilir adalah:

- a.) Selamatkan Generasi Islam (SGI)
- b.) Dhu'afā Mandiri (DM)
- c.) Kaderisasi Dai (KD)

2.) Program Dakwah Lainnya:

Konsultasi ZIS, konsultasi *Farā'id* (waris), konsultasi keluarga sakinah, kajian Islam terpadu dan program belajar membaca Al-Qur'ān untuk orang dewasa.

3.) Program Sosial Insidentil

Program sosial dari Unit *Baitul Māl* di Kecamatan Seruyan Hilir adalah: Penyelenggaraan ibadah qurban dan sunatan massal.

4.) Penyelenggara dana

Unit *Baitul Māl* di Kecamatan Seruyan Hilir juga melakukan pembagian dana.

Tabel 4.1 MATRIK DISTRIBUSI DANA

Pos Ditribusi Dana	Sumber Dana
1. Selamatkan Generasi Islam (SGI)	<i>Infaq</i>
2. Dhu'afa Mandiri (DM)	<i>Zakat, Shadaqah, dan Wadhi 'ah</i>
3. Kaderisasi Dai (KD)	<i>Infaq dan Zakat</i>
4. Dakwah Lainnya	<i>Infaq</i>
5. SDIT Tahfidzul Qur'an	<i>Infaq dan shadaqah</i>

Sumber : BMT Darussalaam Kecamatan Seruyan Hilir

a) Kontak Infaq Toko

BMT akan menempatkan kotak infaq di masing-masing toko yang berkenan bergabung dalam program ini.

b) Kotak Infaq Keluarga Muslim

BMT akan menempatkan kotak infaq di masing-masing rumah keluarga Muslim yang berkenan bergabung dalam program ini.

c) Donatur Tetap

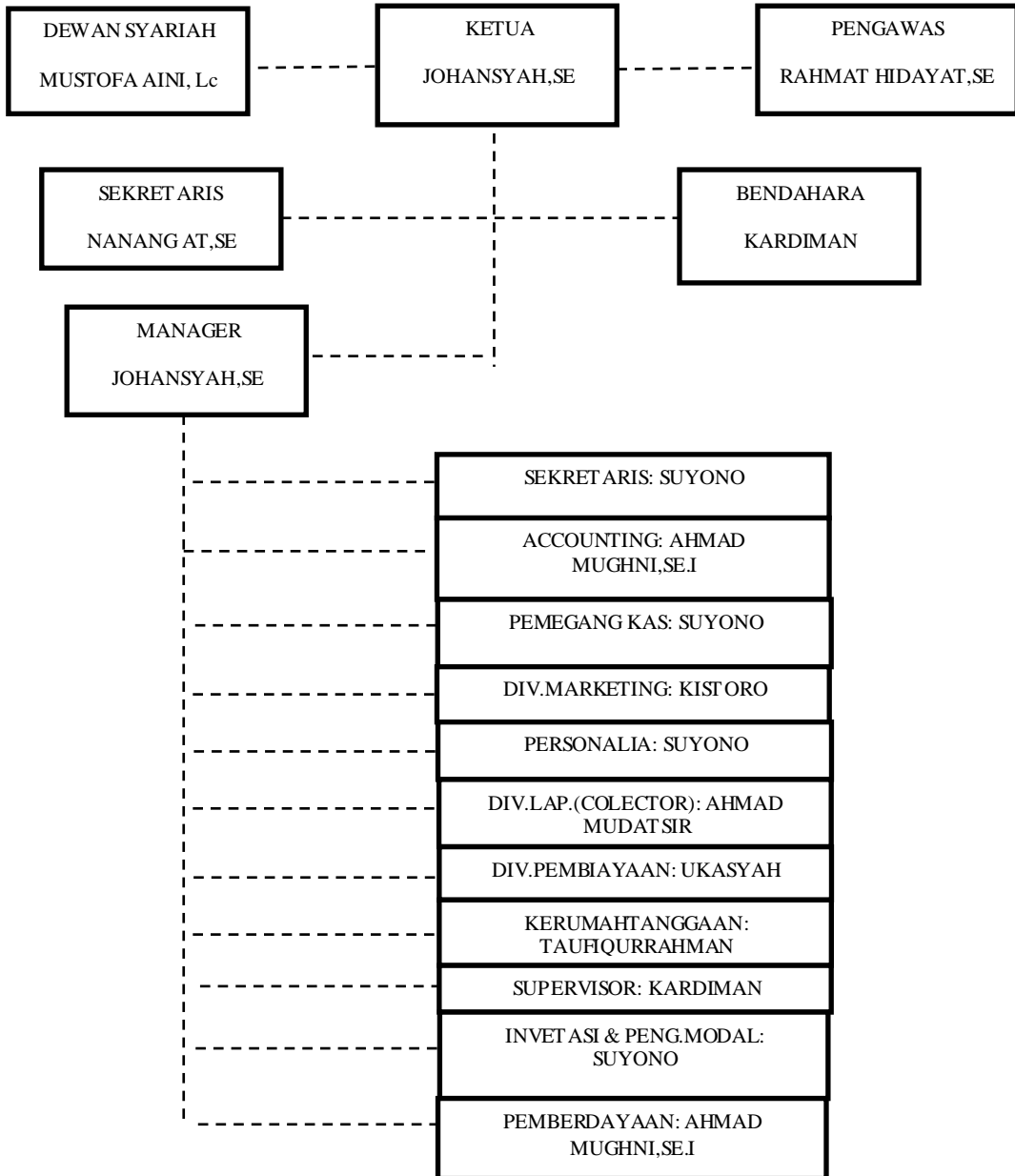
BMT akan menawarkan untuk menjadi donatur tetap untuk mendukung berbagai program *Baitul Māl*. Dan masing-masing donatur tetap kami buat 1 kode *account* sehingga dapat mengetahui penggunaan dananya.

d) Donatur Insidentil

BMT juga akan menerima dana ZIS yang disampaikan baik perorangan maupun lembaga yang bukan donatur tetap.

4. Struktur BMT Daarussalaam Kecamatan Seruyan Hilir

Tabel 4.2. Struktur BMT Daarussalaam Kecamatan Seruyan Hilir



5. Keanggotaan/Nasabah di BMT Daarussalaam Kecamatan Seruyan

Hilir

a. Anggota/Nasabah BMT Daarussalaam Kecamatan Seruyan Hilir

Jumlah anggota pada akhir tahun 2013 sebanyak 7.101 orang dan pada akhir tahun 2014 sampai akhir bulan maret 2015 sekitar 9.324 orang. Penambahan anggota pada tahun 2014 sampai maret 2015 berjalan relatif stabil. Ada beberapa anggota yang mengundurkan diri, namun jumlahnya tidak terlalu signifikan. Hal ini dikarenakan penambahan anggota diatur lebih *detail*, dengan memberikan persyaratan yang dapat dijadikan sebagai bukti kejelasan seseorang. Sementara mereka yang mengundurkan diri dikarenakan pindah domisili, menjadi nasabah di lembaga lain, dan lain-lain. Namun demikian tidak mengurangi antusias dari masyarakat untuk mendaftar sebagai nasabah BMT Daarussalaam, Kecamatan Seruyan Hilir.

Untuk data tentang jumlahnasabah dan frekuensi grafik penambahan asset dari tahun 2008-2009, 2010, 2011, 2102, 2013, 2014 hingga akhir maret 2015 di Kecamatan Seruyan Hilir, dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.3 Tabel frekuensi penambahan jumlah nasabah (rekening)

GRAFIK PENAMBAHAN JUMLAH NASABAH REKENING (SIMPANAN)

TAHUN	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Mar-15
JLH. REKENING		1.944	2.887	4.123	5.589	7.101	9.014	9.324
PENAMBAHAN (%)			49%	43%	36%	27%	23%	20%
PENAMBAHAN (REK)			943	1.236	1.466	1.512	1.913	310

Sumber: Data BMT Daarussalaam Kecamatan Seruyan Hilir

Penambahan jumlah nasabah (rekening) simpanan mengalami penambahan pada tahun 2009 berjumlah 1.944, tahun 2010 berjumlah 2.887, tahun 2011 berjumlah 4.123, tahun 2012 berjumlah 5.589, pada tahun 2013 berjumlah 7.101, tahun 2014 berjumlah 9.014, dan hingga akhir maret 2015 berjumlah 9.324. artinya disini penulis menganggap bahwa pihak BMT melayani nasabah dengan baik, melalui pelayanan *personal selling* sehingga nasabah tidak perlu lagi datang ke BMT Daarussalaam.

Tabel 4.4 Tabel frekuensi Penambahan Asset

TAHUN	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Mar-15
ASSET	155.093.086	475.033.195	1.699.800.341	2.870.851.017	5.061.543.682	8.471.911.121	10.328.264.324	12.432.671.269
PENAMBAHAN		206%	258%	69%	76%	67%	58%	52%

Sumber: Data BMT Daarussalaam Kecamatan Seruyan Hilir

Dilihat dari data BMT Daarussalaam yang mana penambahan asset dari tahun 2008 berjumlah 155.093.086, dari tahun 2009 berjumlah 475.033.195, tahun 2010 berjumlah 1.699.800.341, tahun 2011 berjumlah 2.870.851.017, tahun 2012 berjumlah 5.061.543.682, tahun 2013 berjumlah 8.471.911.121, tahun 2014 berjumlah 10.328.264.324, dan jumlah asset hingga akhir maret 2015 berjumlah 12.432.671.269. Artinya BMT Daarussalaam selalu mengalami penambahan asset dari tahun ke tahun.

b. Calon Anggota/Nasabah BMT Daarussalaam Kecamatan Seruyan Hilir

Perkembangan calon anggota cukup meningkat, hal ini karena BMT Daarussalaam merupakan satu-satunya koperasi yang berlandaskan syariah khususnya di Seruyan Hilir. Namun, calon anggota ini tidak berlangsung lama, karena kebanyakan mereka hanya bersedia untuk memenuhi simpanan pokok, walaupun ada yang diangsur sesuai dengan kemampuan mereka. Dengan demikian, mereka akan dinaikkan menjadi anggota koperasi.

6. Manajemen BMT Daarussalaam di Kecamatan Seruyan Hilir

Manajemen *Baitul Māl wa Tamwīl* Daarussalaam antara lain:

Pertama, berbasis spritual yakni pihak BMT berangkat dari rumah dengan mengucapkan kata bismillah, masuk kantor dengan do'a, *morning briefing* dibuka dengan do'a dan motivasi saling menasihati dalam kebaikan, tilawah Al-Qur'an, wajib sholat berjamaah untuk setiap staf, suasana kantor yang Islami baik akhlak/adab berinteraksi sesama staf kantor ataupun dengan nasabah, tilawah dan ta'lim di setiap keadaan ditutup hari-hari dengan bersyukur dan mohon ampun kepada Allah dan saling memaafkan.

Kedua, Sistem pengolah data yang di gunakan di BMT Daarussalam adalah *software IBS (Integrated Banking System)* standar perbankan yang disesuaikan dengan prinsip akuntansi syariah.

Ketiga, setiap bulan BMT Daarussalaam akan menerbitkan laporan keuangan dan penjelasan dari isi laporan tersebut.

Keempat, setiap tahun buku yang ditetapkan, maksimal sampai bulan maret tahun berikutnya, BMT Daarussalaam akan menyelenggarakan musyawarah anggota tahunan.

Kelima, dari sistem layanan aktif menjemput bola, berprakarsa, kreatif-inovatif, menemukan masalah dan memecahkannya secara bijak dan memberikan kemenangan kepada semua pihak.

Keenam, berpikir, bersikap, dan bertindak "*ahsanu amala*". Serta berorientasi kepada pasar bukan pada produk.

BMT Daarussalaam di Kecamatan Seruyan Hilir menggunakan beberapa strategi pemasaran sebagai berikut :

1. *Proactive Marketing*

Tenaga pemasaran harus *proaktif*, harus mampu melihat ke depan dimana arahkecenderungan pasar. Maka penelitian kebutuhan pasar sangat diperlukan untuk dilakukan.

2. *Creative Marketing*

Tenaga pemasaran harus menciptakan ide-ide baru yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Pengetahuan, wawasan, dan aspirasi anggota akan menjadi bahan utama dalam menciptakan ide-ide tersebut.

3. *JustIn Time Marketing*

Pemasaran didasarkan pada ketepatan waktu.

4. *Value Based Marketing*

Tenaga pemasaran harus menceritakan kelebihan produk dibandingkan dengan pesaing, namun tidak menjatuhkan produk pesaing. Terlalu memojokkan pesaing akan merusak citra sendiri karena anggota nasabah akan menilai diri kita sebagai pembohong atau penghasut.

5. *LeadingEdge Marketing*

Tenaga pemasaran harus menguasai pasar agar keuntungan yang diraih semakin besar. Maka perluasan pasar dan variasi produk yang ditawarkan harus dilakukan seefisien mungkin.

6. *NetworkMarketing*

Memperluas jaringan dengan lembaga lain mutlak diperlukan untuk lebih mengembangkan BMT maka lembaga-lembaga yang potensial dari segi dana juga produktif harus dijalin kemitraannya.

B. Penyajian Data

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap 50 orang responden atau nasabah pengguna layanan jemput bola (*personal selling*) di BMT Daarussalaam, maka peneliti akan medeskripsikan hasil penelitian tentang

Persepsi Nasabah Terhadap Sistem Jemput Bola (Personal Selling) serta Faktor yang Mempengaruhi dari Persepsi Nasabah Terhadap Sistem Jemput Bola (Personal Selling) pada BMT Daarussalaam di Kecamatan Seruyan Hilir, Kalimantan Tengah sebagai berikut:

1. Responden

Berdasarkan penelitian lapangan yang peneliti lakukan dengan wawancara kepada 50 orang responden yang merupakan nasabah BMT Daarussalaam, mengenai pengetahuan nasabah tentang *personal selling* kebanyakan nasabah atau responden lupa mengenai pengertian *personal selling* tersebut. Untuk lebih jelasnya peneliti sajikan dalam bentuk table berikut:

Table 4.7.

No	Kategori Tahu dan tidak mengetahui (Lupa)	Frekuensi	Presentasi
1	Tahu	18 orang	36 %
2	Tidak mengetahui (Lupa)	32 orang	64 %
Jumlah		50 orang	100 %

Faktor yang mempengaruhi nasabah berpersepsi atau mengatakan tidak tahu mengenai *personal selling* antara lain:

- a. Petugas *marketing* tidak terlalu menjelaskan mengenai apa itu *personal selling* kepada nasabah, petugas *marketing* hanya menjalankan tugasnya melayani nasabah tanpa harus menjelaskan secara *detail* apa itu jemput bola kepada nasabah yang bersangkutan.

- b. Kurangnya ketersediaan waktu khususnya para pedagang untuk meminta petugas dalam menjelaskan apa itu *selling*, dikarenakan para pedagang memiliki kesibukan tersendiri untuk melayani pembeli dan tidak tertarik untuk mengetahui secara jelas mengenai penjelasan tentang jempot bola.
- c. Sebagian dari mereka yang mengatakan tidak tahu adalah karena mereka lupa apa yang pernah disampaikan oleh petugas *marketing* mengenai penjelasan yang berkaitan dengan pengertian jempot bola tersebut.

Sedangkan alasan mereka mengatakan tahu mengenai *selling* adalah:

- a. Petugas *marketing* pernah menjelaskan pengertian *selling* tersebut kepada mereka. Sehingga mereka mengetahui apa itu *selling*.
- b. Menurut mereka *selling* adalah petugas BMT mendatangi mereka baik untuk menabung ataupun menawarkan produk-produk lain yang ada di BMT tersebut.

Analisis pertanyaan kedua yaitu sejak kapan anggota nasabah menjadi nasabah di BMT Daarussalaam dan apa alasan mereka setia menjadi nasabah di BMT tersebut. Untuk lebih jelasnya peneliti sajikan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

Table 4.8.

No	Lama Responden menjadi nasabah	Frekuensi	Presentasi
----	--------------------------------	-----------	------------

1	Kurang dari 3 Tahun	6 orang	12 %
2	Lebih dari 3 Tahun	44 orang	88 %
Jumlah		50 orang	100 %

Faktor yang mempengaruhi nasabah berpersepsi atau megatakan mereka setia menjadi nasabah di BMT Daarussalam adalah antara lain:

- a. BMT Darussalam tidak mempersulit nasabah dalam hal apapun.
- b. Petugas *marketing* selalu siapkan dana setiap melakukan kegiatan jemput bola baik di pasar maupun di tempat lain dan siap sedia terhadap kemungkinan banyaknya nasabah yang akan mengambil tabungan mereka, sehingga menunjukkan bahwa tidak ada masalah keuangan di dalam BMT.
- c. Keramahan petugas *marketing* dan pelayanan yang menyenangkan serta sikap dan perilaku petugas *marketing* yang sabar, sopan, dan loyal kepada nasabah.
- d. Kepercayaan nasabah terhadap para pegawai bukan hanya petugas *marketingnya* saja akan tetapi terhadap pimpinannya juga.

Analisis untuk pertanyaan ketiga mengenai bagaimana pendapat anggota nasabah terhadap sistem jemput bola (*personal selling*) yang diterapkan pada BMT Daarussalaam, apakah sangat bermanfaat atau merasa terbebani karena harus didatangi setiap hari untuk menabung.

Table 4.9.

No	Pendapat Nasabah	Frekuensi	Presentasi
1	Sangat Senang	42 orang	84 %
2	Biasa saja	2 orang	4 %
3	Tidak senang	6 orang	12 %

Jumlah	50 orang	100 %
--------	----------	-------

Faktor yang mempengaruhi nasabah berpersepsi atau nasabah menyukai sistem jemput bola yang dilakukan oleh petugas *marketing* antara lain:

- a. Bagi anggota nasabah seorang pedagang, setiap harinya mereka pasti memperoleh pendapatan yang mana bisa disisihkan untuk ditabung. Sehingga bisa dijadikan investasi masa depan jika membutuhkan dana untuk keperluan lain.
- b. Kemudahan yang diberikan oleh BMT Daarussalam tanpa harus datang ke kantor untuk menabung atau mengambil dana yang mereka titipkan, serta dapat menghemat waktu dan tenaga anggota nasabah.
- c. Persiapan untuk jangka waktu ke depan, jika sewaktu-waktu membutuhkan dana bisa diambil untuk dipakai.
- d. Pihak BMT bukan hanya mengajak pada hal yang baik yaitu menabung tetapi juga menjalin silaturahmi.

Sedangkan untuk alasan nasabah yang merasa biasa saja terhadap kedatangan petugas *marketing* adalah karena sebagian nasabah juga menabung di Bank lain.

Untuk nasabah lain yang menyebutkan mereka tidak begitu suka dengan sistem ini khususnya para pedagang di pasar karena terkadang penjualan sedang tidak ramai pembeli, sehingga merasa terbebani jika harus didatangi setiap hari.

Analisis dari pertanyaan keempat yaitu tentang kesesuaian antara *standar operasional prosedur* dengan realisasi petugas *marketing* di lapangan.

Table 4.10.

No	Pendapat Nasabah	Frekuensi	Presentasi
1	Menghormati petugas <i>marketing</i>	43 orang	86 %
2	Biasa saja	7 orang	14 %
	Jumlah	50 orang	100 %

Faktor yang mempengaruhi nasabah berpersepsi atau nasabah menghormati dan menyukai kedatangan petugas *marketing* antara lain:

- a. Tidak mempersulit nasabah yang membutuhkan bantuan, baik mengenai pendanaan maupun pembiayaan.
- b. Tidak memaksa nasabah untuk menabung, jika nasabah tidak bisa menabung hari ini petugas *marketing* tidak merubah raut wajahnya sehingga tidak membuat nasabah merasa tidak enak hati.
- c. Tidak menyela nasabah pada saat nasabah tengah melakukan kesibukannya, sehingga petugas *marketing* menunggu waktu yang tepat untuk melakukan pendanaan.
- d. Tidak ikut menjelek-jelekkan petugas *marketing* dari Bank atau lembaga keuangan lain ketika nasabah yang didatangi tengah mengkritik kinerja lembaga keuangan yang berbeda.
- e. Menyapa siapapun orang yang berada di sekitar tempat tinggal nasabah tanpa memandang anggota nasabah BMT atau bukan.

Sedangkan untuk alasan nasabah merasa biasa saja dengan kedatangan atau ketidak datangan petugas *marketing* karena mereka merasa biasa saja dengan menabung atau tidak menabung.

2. Informan

Informan dalam penelitian ini karyawan BMT Daarussalaam Kecamatan Seruyan Hilir. Adapun data-data dari informan antara lain:

Nama : RIDWAN
Pendidikan : SMA
Alamat : JL. Udi Masaro
Jabatan di BMT : Petugas *Marketing*

Menurut hasil wawancara dengan petugas *marketing* Bapak Ridwan mengenai persepsi nasabah terhadap jemput bola(*personal selling*) di BMT Daarussalaam yaitu sebagian besar nasabah baik itu nasabah pembiayaan maupun nasabah pendanaan sangat menyukai sistem ini. *Loyalitas* petugas terhadap nasabah menjadi salah satu faktor yang membuat nasabah tetap setia bahkan hingga bertahun-tahun menjadi nasabah di BMT Daarussalaam. Petugas *marketing* menjual atau memasarkan produk yang telah di sediakan di BMT Daarussalaam, namun selain produk yang harus dipasarkan petugas *marketing* pun sangat menjaga tingkah laku dan tata kramanya sebagai nilai

jual dan tanggung jawabnya terhadap nasabah dan tugasnya sebagai seorang *marketing* di BMT Daarussalaam.¹

C. Analisis Data

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan, maka terdapat beberapa analisis mengenai rumusan masalah yang telah ditetapkan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Sikap yang ditunjukkan nasabah dengan adanya sistem *personal selling* pada BMT Daarussalaam Kecamatan Seruyan Hilir

Sebagai Lembaga Keuangan Syariah satu-satunya di Seruyan Hilir, sudah sewajarnya BMT Daarussalaam memiliki layanan yang mampu memberikan kepuasan kepada nasabah penggunaannya. BMT Daarussalaam juga merupakan satu-satunya Lembaga Keuangan yang menerapkan sistem jemput bola (*personal selling*) di Seruyan Hilir, jadi tidak aneh lagi apabila nasabah di BMT Daarussalaam lebih banyak dibandingkan dengan Bank Konvensional yang ada di Seruyan Hilir. Jemput bola (*personal selling*) yang di terapkan oleh BMT Daarussalaam yaitu petugas *marketing* mendatangi langsung nasabahnya, sehingga nasabah bisa menghemat waktunya karena tidak perlu ke kantor untuk melakukan transaksi di BMT.

Sikap adalah suatu kesiapan untuk menanggapi, suatu kerangka yang utuh untuk menetapkan keyakinan atau pendapat yang khas.² Berdasarkan

¹Ridwan, Petugas *Marketing* di BMT Darussalam di Kecamatan Seruyan Hilir, Melalui wawancara langsung, 20 April 2015.

penelitian yang penulis lakukan di lapangan, berbagai macam sikap yang ditunjukkan nasabah pengguna layanan jemput bola (*personal selling*) pada BMT Daarussalaam salah satunya adalah nasabah sangat senang pada saat petugas *marketing* mendatangi mereka untuk melakukan kegiatan perbankan di luar kantor.

Sikap dapat mempengaruhi positif atau negatifnya tanggapan yang diberikan seseorang. Seperti halnya terdapatnya BMT Daarussalaam di Seruyan Hilir yang mempunyai tanggapan positif dan negatif dari masyarakat sekitar. Dari hasil penelitian yang penulis lakukan dilapangan tentang sikap nasabah dengan adanya BMT Daarussalaam nasabah sangat senang karena mereka merasa kemudahan yang diberikan BMT sangat membantu mereka, karena dengan adanya *personal selling ini* nasabah lebih bersemangat lagi melakukan kegiatan perbankan.

a. Sikap Nasabah tentang adanya personal selling di BMT Daarussalaam

Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan dilapangan sebagian besar nasabah sangat senang dengan sistem ini karena sistem *personal selling* ini memberikan manfaat yang sangat besar kepada nasabah khususnya para pedagang yang memiliki waktu sedikit untuk bertransaksi di kantor BMT Daarussalaam. Dengan adanya sistem *personal selling* ini pun diharapkan nantinya akan mewujudkan kesejahteraan masyarakat di Seruyan Hilir khususnya.

²Muslichah Zarkasi, *Psikologi Manajemen*, h. 92

b. Motivasi (Dorongan)

Hal yang mendorong seseorang mendasari sikap tindakan yang dilakukan. Dorongan bisa berupa perkataan dan tingkah laku seseorang. Seperti halnya nasabah memberikan sebuah motivasi kepada BMT Daarussalaam untuk menciptakan perekonomian umat di Desa Kuala Pembuang dengan cara salah satunya melalui sistem *personal selling* ini.

c. Minat

Faktor lain yang membedakan penilaian seseorang terhadap suatu hal atau objek tertentu, yang mendasari kesukaan ataupun ketidak sukaan terhadap objek tersebut. Suka atau tidak suka ini yang nantinya akan memberikan pengaruh yang besar terhadap nasabah BMT Daarussalaam untuk bergabung dengan BMT tersebut.

d. Pengalaman Pribadi

Untuk dapat menjadi dasar pembentukan sikap, pengalaman pribadi harus meninggalkan kesan yang kuat. Karena itu, sikap akan lebih mudah terbentuk apabila pengalaman pribadi tersebut melibatkan faktor emosional. Dalam hal ini penulis lebih mendalami tentang pengalaman keikutsertaan atau tidak nasabah dalam sistem *personal selling*.

Berdasarkan hasil penelitian penulis dari penilaian nasabah, mereka pernah bertanya tentang *personal selling* dan datang ke BMT

Daarussalaam. Untuk itu, mereka mempunyai pengalaman yang hampir sama hanya saja dengan nasabah yang lain. Namun, ada beberapa nasabah yang belum mempunyai pengalaman apa-apa karena mereka belum pernah bertanya atau menjadi nasabah *personal selling* di BMT Daarussalaam. Dari penilaian nasabah yang lain bahwa nasabah tersebut belum mempunyai pengalaman pribadi tentang *personal selling*. Terbukti dengan penuturannya yang memang belum pernah bertanya atau datang ke BMT Daarussalaam. Bahkan ada sebagian nasabah yang mendengar nama *personal selling* saja baru hari ini. Namun hal tersebut tidak mempengaruhi nasabah untuk memilih sistem *personal selling* ini. Jadi, tidak heran kalau BMT Daarussalaam sangat berkembang di Seruyan Hilir.

e. Kebudayaan dan Agama

Agama mempunyai pengaruh kuat dalam pembentukan sikap dikarenakan meletakkan dasar pengertian dan konsep moral dalam diri individu. Selain itu, budaya juga berpengaruh terhadap adanya agama yang dianut. Untuk itu penulis menggabungkan antara kebudayaan dan agama dalam diri seseorang.

Berdasarkan hasil penelitian penulis lakukan, menurut masyarakat sekitar BMT Daarussalaam mengatakan bahwa BMT tersebut sudah sesuai dengan budaya dan agama masyarakat sekitar yang beragama Islam dilihat dari namanya. Dan untuk produknya masyarakat kebanyakan belum

mengetahui secara pasti karena masyarakat tidak tau betul tentang produk-produk yang ada dalam BMT tersebut.

f. Orang Lain Yang Dianggap Penting

Pada umumnya, individu bersikap searah dengan sikap orang-orang yang dianggap penting. Kecenderungan ini antara lain dimotivasi oleh keinginan untuk berafiliasi dan keinginan untuk menghindari konflik dengan orang yang dianggap penting. Dalam hal ini penulis mencoba membandingkan nasabah lebih memilih meminjam ke Lembaga Keuangan atau lebih meminjam kepada saudara tau tatangganya.

Dari penilaian sebagian nasabah mengungkapkan bahwa mereka lebih percaya dengan Lembaga Keuangan dari pada kepada teman, saudara atau orang yang dianggap penting lainnya. Namun adajuga sebagian yang memang tidak mau meminjam ke BMT karena ada beberapa alasan. Ada sebagian nasabah yang memang tidak percaya atau tidak mau bergabung dengan Lembaga Keuangan. Ini dikarenakan takut bunga yang besar. Hal tersebut juga dipengaruhi adanya pendapat nasabah yang mengatakan bahwa perlu waktu lama untuk segera cepat cair.

g. Media Massa

Sebagai sarana komunikasi, berbagai media massa seperti televisi, radio, mempunyai pengaruh besar dalam pembentukan opini dan kepercayaan orang. Adanya informasi baru mengenai sesuatu hal

memberikan landasan kognitif bagi terbentuknya sikap terhadap hal tersebut. Untuk itu penulis mencoba bertanya kepada nasabah tentang adanya BMT Daarussalaam mengenai karyawannya apakah bersosialisasi atau tidak.

Dari penilaian nasabah bahwa nasabah tahu atau mengenal BMT Daarussalaam dari jarak tempat tinggalnya atau dari karyawan yang dekat dengan nasabah tersebut. Namun untuk nasabah yang agak jauh dari tempat BMT Daarussalaam memang agak sulit untuk menemukan BMT tersebut, namun mereka mengenal BMT Daarussalaam dari sosialisasi yang dilakukan pihak BMT.

2. Manfaat yang dirasakan nasabah terhadap *personal selling* pada BMT Daarussalaam, Kecamatan Seruyan Hilir

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan dan dari hasil penyajian data pada halaman-halaman sebelumnya, dapat dilihat bahwa sistem jemput bola (*personal selling*) ini sangat bermanfaat bagi nasabah yang memiliki waktu tidak banyak untuk datang ke Bank (kantor BMT) untuk melakukan transaksi baik itu pembiayaan maupun pendanaan seperti halnya pedagang. Tidak heran apabila nasabah yang lebih banyak mengguna layanan jemput bola (*personal selling*) adalah para pedagang. Namun tidak semua para nasabah juga merasakan manfaat yang sama terhadap sistem jemput bola (*personal selling*) ini, karena menurut sebagian kecil dari nasabah jemput bola (*personal*

selling) merasa biasa saja bahkan tidak menyukai dengan adanya jemput bola (*personal selling*) ini.

Kemudahan yang diberikan tanpa harus datang ke kantor untuk menabung atau mengambil dana yang nasabah titipan, serta menghemat waktu dan tenaga merupakan manfaat paling besar yang di rasakan oleh nasabah pengguna layanan jemput bola (*personal selling*) ini. Tidak hanya kemudahan itu saja, namun berbagai manfaat yang lain juga dirasakan nasabah sehingga nasabah sangat bersemangat untuk melakukan transaksi di BMT Daarussalaam.

Sistem jemput bola (*personal selling*) yang sering petugas lakukan di lapangan adalah pembiayaan seperti menabung, apabila mereka setiap hari didatangi untuk menabung itu artinya petugas mengajarkan mereka dalam hal kebaikan untuk masa depan mereka dan keluarga mereka. Karena memang kelebihan dari jemput bola (*personal selling*) ini adalah petugas yang menatangi nasabah, sehingga nasabah lebih mudah untuk menabung dan mengambil uang tanpa perlu repot-repot antri di kantor BMT karena petugas *marketing* siap melayani nasabah di luar kantor pada saat jam kerja. Selain itu, berdasarkan hasil penelitian nasabah yang menggunakan layanan jemput bola (*personal selling*) ini hampir semua kalangan, semua umur, semua profesi dan semua masyarakat Seruyan Hilir baik yang di Desanya maupun di Kotanya. Itu artinya, pelayanannya memang sangat memudahkan, diminati dan bermanfaat bagi para nasabah. Jika sebuah Lembaga Keuangan lain memiliki layanan jemput bola (*personal selling*) ini, maka nasabah akan lebih

bersemangat lagi untuk melakukan transaksi perbankan baik dalam hal pendanaan maupun pembiayaan.