

Strategi Jemput Bola Simpanan Wadi'ah dalam Menjaga Loyalitas Nasabah di BTM Sang Surya Pamekasan*Wadi'ah Savings Ball Pick-up Strategy in Maintaining Customer Loyalty at BTM Sang Surya Pamekasan***Muhamad Arifin**

Institut Dirosat Islamiyah Al-Amien Prenduan, Jawa Timur, Indonesia

Email: arifin220599@gmail.com

Artikel info**Artikel history**

Diterima : 28-06-2022

Direvisi : 15-07-2022

Disetujui : 29-07-2022

Kata Kunci: Strategi;
Wadi'ah; Jemput Bola;
Loyalitas**Keywords:** Strategy;
Wadi'ah; Pick Up The Ball;
Loyalty**Abstrak**

Dalam perbankan syariah dibutuhkan strategi dalam mempromosikan produk-produknya kepada para nasabah. Termasuk strategi yang di gunakan oleh BTM Sang Surya Pamekasan yang dalam hal ini menggukan system jemput bola (door to door). Strategi jemput bola merupakan cara manajemen marketing dengan cara memperkenalkan produknya langsung dengan nasabah secara kontak langsung guna untuk mendekatkan bank beserta produknya dimata nasabah. Analisis secara mendalam dibutuhkan untuk mengetahui produk apa yang dibutuhkan oleh nasabah agar ketika meluncurkan produk perbankan dapat sesuai target dari perusahaan perbankan syariah.

Abstract

In Islamic banking, a strategy is needed to promote its products to customers. Including the strategy used by BTM Sang Surya Pamekasan which in this case uses a door to door system. The door to door strategy is a way of marketing management by introducing directly to customers by direct contact to bring products closer to customers' eyes. In-depth analysis is needed to find out what products are needed by customers so that when banking products can match the targets of Islamic banking companies.

Koresponden author:**Muhamad Arifin**

Email:

arifin220599@gmail.com

artikel dengan akses terbuka dibawah lisensi

CC BY SA

2022

**Pendahuluan**

Dalam kegiatan peningkatan kinerja keungan syariah diperlukan cara marketing yang baik untuk menggaet banyak nasabah untuk melakukan transaksi di lembaga keungan syariah. Seperti yang dilakukan oleh bank BTM Sang Surya Pamekasan untuk meningkatkan kinerja perusahaan dan pengenalan produk kepada nasabah maka diluncurkanlah strategi marketing dengan system jemput bola. Strategi jemput bola ini berusaha meningkatkan kedekatan kepada nasabah, melakukan pengenalan produk secara lebih intensif dan tujuannya dapat dirasakan secara mendalam oleh nasabah.

Baitul Tamwil Muhammadiyah (BTM) adalah lembaga keuangan yang kegiataannya menerapkan prinsip syariah. Beda halnya dengan bank konvensional yang menggunakan system bunga. Setiap kegiatan yang dilakukan dalam BTM Sang Surya Pamekasan ini baik

pembiayaan dan penghimpunan dananya menggunakan sistem bagi hasil sehingga bebas dari tindakan mendzalimi orang lain serta perbuatan yang bersifat spekulasi (Huda et al., 2017).

Strategi jemput bola ini memberikan banyak kemudahan bagi nasabah dimana nasabah hanya cukup menunggu ditempat kerja atau rumah masing-masing untuk melakukan transaksi perbankan syariah. Strategi ini dirasa mampu dapat mengenalkan produk-produk perbankan dengan lebih efektif dan efisien serta dapat menjangkau semua kalangan secara lebih luas dalam hal ini simpanan yang berprinsip akad *wadi'ah*. Hadirnya BTM Sang Surya ini untuk membantu masyarakat yang ingin menyisihkan uangnya dalam bentuk simpanan yang dapat digunakan kapanpun jika dibutuhkan. Landasan hukum operasional BTM Sang Surya ini berasal dari DSM-MUI yaitu undang-undang nomor 7 tahun 1992 tentang perbankan yang kemudian diperbaharui dengan undang-undang no 10 tahun 1998, dan kemudian disempurnakan dengan undang-undang nomor 21 tahun 2008 tentang bank syariah di Indonesia yang berperan dalam pembangunan pilar-pilar ekonomi islam yang dimulai dari bawah, membangun ekonomi masyarakat yang bersifat kemitraan usaha dengan pengusaha kecil dilingkungan operasionalnya (Syukron, 2013).

Islam adalah agama yang sangat kompleks dalam mengatur setiap perbuatan atau pekerjaan manusia, baik mengenai ibadah maupun muamalah. Khususnya dalam kegiatan muamalah berupa jual beli atau perdagangan. Maka dari itu dengan lahirnya bank syariah dapat menjembatani transaksi keuangan yang tentunya bebas dari bunga atau disebut juga dengan riba. Riba seakan ringan, padahal adanya transaksi yang masih mengandung riba itu sangat diharamkan dalam agama islam dan juga dapat menjauhkan kita dari keberkahan transaksi itu sendiri. Bank syariah dalam kegiatan penghimpunan dananya mengeluarkan produk simpanan yang menggunakan akad *wadi'ah* atau titipan. Manfaat yang dapat diperoleh dalam melakukan transaksi keuangan syariah dengan akad titipan atau *wadi'ah* adalah mendapatkan jaminan keamanan atas harta yang disimpan di bank syariah dan fasilitas perbankan yang lainnya. Dalam simpanan dengan akad *wadi'ah* simpanan nasabah tidak akan berkurang selama nasabah tidak melakukan transaksi serta dapat bertambah sesuai bagi hasil yang diberikan oleh pihak bank.

Kata *wadi'ah* berasal dari kata *wada'a*, *yada'u*, dan *wad'aan* yang mempunyai arti membiarkan atau meninggalkan sesuatu atau dapat diartikan pula suatu titipan. Secara terminologi akad *wadi'ah* adalah akad yang dilakukan antara dua pihak, dimana terdapat penitip dana dan penjaga dana dalam transaksi keuangan (Rohmah & Fauzi, 2021).

Akad *wadi'ah* dibagi menjadi dua yaitu *wadi'ah yad amanah* dan *wadi'ah yad dhamanah*. *Wadi'ah yad amanah* merupakan titipan dimana si penerima titipan tidak boleh memanfaatkan barang titipan tersebut. *Wadi'ah yad dhamanah* adalah akad titipan dimana si penerima titipan dapat mengelola dana yang dititipkan sebelum dana tersebut diambil oleh nasabah (Jalaludin, 2018).

Maka dari itu penelitian ini berusaha menganalisis Strategi Jemput Bola Simpanan *Wadi'ah* Dalam Menjaga Loyalitas Nasabah di BMT Sang Surya Pamekasan. Untuk menjadikan nasabah tetap loyal di lembaga keuangan BTM Sang Surya Pamekasan maka dibutuhkan strategi ampuh untuk mencapainya.

Landasan Teori

Islam memperbolehkan setiap kegiatan kerja sama dalam hal kebaikan untuk meringankan beban manusia. Hal ini sejalan dengan firman Allah SWT dalam Al-Qur'an surah Al-Maidah ayat 2:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ أُحِلَّتْ لَكُمْ بَهِيمَةُ الْأَنْعَامِ إِلَّا مَا يُتْلَى عَلَيْكُمْ غَيْرَ مُحِلِّي الصَّيْدِ وَأَنْتُمْ حُرْمٌ إِنَّ اللَّهَ يَحْكُمُ مَا يُرِيدُ

Artinya:

“Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, Sesungguhnya Allah Amat berat siksa-Nya”.

Berdasarkan ayat diatas bahwa BTM Sang Surya adalah lembaga keuangan syariah yang beroperasi dengan prinsip syariah yang dapat dijadikan sebagai sarana untuk saling bekerja sama, jika dilihat dari produk yang ditawarkan BTM Sang Surya ada dua jenis yaitu penghimpunan dana dan penyaluran dana.

Tabungan adalah tindakan yang dianjurkan oleh Islam, karena dengan menabung berarti seorang muslim mempersiapkan diri untuk pelaksanaan perencanaan masa yang akan datang sekaligus untuk menghadapi hal-hal yang tidak diinginkan (Purnamasari, 2016).

Menurut Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008, Tabungan adalah simpanan berdasarkan akad *wadi'ah* atau investasi dana berdasarkan akad mudharabah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat dan ketentuan tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.

Wadi'ah dalam segi bahasa adalah meninggalkan atau meletakkan, atau meletakkan sesuatu pada orang lain untuk dipelihara atau dijaga. Dari aspek teknis, *wadi'ah* dapat diartikan titipan murni dari satu pihak ke pihak lain, baik individu maupun badan hukum, yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja penitip kehendaki. *Wadi'ah* adalah transaksi penitipan dana atau barang dari pemilik kepada penyimpan dana atau barang dengan kewajiban bagi pihak yang menyimpan untuk mengembalikan dan atau barang titipan sewaktu-waktu (Murdadi, 2016).

Tabungan *Wadi'ah* adalah produk pendanaan bank syariah berupa simpanan dari nasabah dalam bentuk rekening tabungan (savings account) untuk keamanan dan kemudahan pemakaiannya (Fitriyani, 2020).

Berdasarkan fatwa DSN MUI, tabungan yang dibenarkan secara syariah adalah berdasarkan prinsip *wadi'ah* adalah sebagai berikut:

1. Bersifat simpanan.
2. Simpanan dapat diambil kapan saja atau berdasarkan kesepakatan.
3. Tidak ada imbalan yang disyaratkan, kecuali dalam bentuk pemberian yang bersifat sukarela dari pihak bank.

Rukun dan Syarat *Wadi'ah*

Rukun dari akad titipan *wadi'ah* yang harus dipenuhi dalam transaksi ada beberapa hal berikut:

1. Pelaku akad, yaitu penitip dan penyimpan atau penerima titipan.
2. Objek akad, yaitu barang yang dititipkan.
3. Shighah yaitu *ijab-qabul*.

Adapun yang menjadi syarat *wadi'ah* yang harus dipenuhi adalah syarat bonus sebagai berikut:

1. Bonus merupakan kebijakan penyimpanan.
2. Bonus tidak disyaratkan sebelumnya.

Jenis-Jenis *Wadi'ah*

1. *Wadi'ah al Amanah*

Adalah penitipan barang atau uang dimana pihak penerima tidak diperkenankan menggunakan barang atau uang yang dititipkan dan tidak bertanggung jawab atas kerusakan atau kehilangan barang titipan yang bukan diakibatkan perbuatan atau kelalaian penerima titipan (Lutfi, 2020).

Dengan prinsip ini, pihak penyimpan tidak boleh menggunakan atau memanfaatkan barang atau asset yang dititipkan, melainkan hanya menjaganya. Selain itu, barang atau asset yang dititipkan tidak boleh dicampuradukkan dengan barang atau asset lain, melainkan harus dipisahkan untuk masing-masing barang atau asset penitip (Hasanuddin, 2021).

2. *Wadi'ah Yad Dhamanah*

Dalam prinsip *wadi'ah yad dhamanah* dimana pihak penerima titipan dapat memanfaatkan barang yang dititipkan dan bertanggung jawab atas kerusakan atau kehilangan barang yang dititipkan. Semua manfaat dan keuntungan yang diperoleh dalam penggunaan barang titipan tersebut menjadi hak penerima titipan. Dan jika besar pendapatannya bagi pengelola maka besar pula bagi hasil yang di dapatkan oleh si penabung, berdasarkan kesepakatan awal (Daulay, 2017).

Karakteristik *Wadi'ah al Amanah*:

1. Harta atau barang yang dititipkan tidak boleh dimanfaatkan dan digunakan oleh penerima titipan.
2. Penerima titipan hanya berfungsi sebagai penerima amanah yang bertugas dan berkewajiban untuk menjaga barang yang dititipkan tanpa boleh memanfaatkannya.
3. Sebagai kompensasi, penerima titipan diperkenankan untuk membebaskan biaya kepada yang menitipkan (Ilyas, 2018).

Karakteristik *wadi'ah yad dhamanah*:

1. Harta dan barang yang dititipkan boleh dan dapat dimanfaatkan oleh yang menerima titipan.
2. Karena dimanfaatkan, barang dan harta yang dititipkan tersebut dapat menghasilkan manfaat. Sekalipun demikian, tidak ada keharusan bagi penerima titipan untuk memberikan hasil pemanfaatannya kepada si penitip.

Pengertian Jemput Bola

Arti dari “Jemput Bola” adalah mendatangi atau mencari pelanggan (dengan cara apapun dan efektif tanpa harus mengeluarkan banyak tenaga). Dalam bisnis online, biasanya pelaksanaan jemput bola dengan cara, sering-sering promosi di situs-situs iklan baris gratis, serta banyak melakukan komentar pada blog. Jadi, tabungan jemput bola adalah sesuatu yang disimpan atau dititipkan berupa uang di dalam lembaga keuangan yang dilakukan dengan mendatangi atau mencari nasabah melalui cara *door to door* atau dengan karyawan menjemput langsung dana atau uang yang akan disimpan oleh nasabah (Aziz, 2019).

Sistem jemput bola bukan hanya mengenai silaturahmi akan tetapi juga tolong menolong. Dalam Al-Qur'an menyebutkan beberapa ayat mengenai tolong menolong antara lain yaitu dalam surat (An- Nisaa Ayat 29) :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ۝

Artinya:

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha penyayang kepadamu”

Dalam konteks sistem jemput bola bisa juga diistilahkan dengan sistem pemasaran produk secara langsung. Jadi pemasaran langsung memiliki manfaat yang beragam dan berbeda-beda bagi pihak yang berbeda-beda pula.

Manfaat Penerapan Strategi Jemput Bola Jika mulai menerapkan strategi pemasaran dengan sistem jemput bola ini, maka akan ada banyak sekali manfaat yang bisa di ambil misalnya:

1. Hubungan kita dengan pelanggan akan semakin dekat, di mana kita akan sering berinteraksi dengan pelanggan baik untuk menawarkan produk atau hanya sekedar menanyakan kabar.
2. Keluhan pelanggan akan dapat diatasi dengan mudah karena hubungan baik akan membuka peluang terbangunnya sikap saling percaya, pengertian, dan empati.
3. Rumor yang terjadi di luar bisa kita ketahui dengan segera karena ketika rumor itu terjadi biasanya tanpa segan pelanggan akan langsung menghubungi kita untuk bertanya dan secara tak langsung membuat kita juga ikut mengetahui rumor kenaikan harga, tentang pesaing A yang menjual harganya dibawah harga pasar dan lain sebagainya.

Dokumen yang digunakan dalam transaksi tabungan dengan menggunakan sistem jemput bola adalah sebagai berikut (Aziz, 2019):

1. Surat permohonan pembukaan

Surat permohonan pembukaan tabungan diisi oleh calon penabung, dan memuat data calon penabung dan ahli warisnya. Data ahli waris ini dimaksudkan untuk mengambil atau melanjutkan tabungan apabila calon penabung tersebut meninggal dunia. Surat permohonan ini dilengkapi dengan contoh tanda tangan.

2. Slip setoran tabungan

Dalam penyetoran tabungan, slip setoran tabungan ini dibuat rangkap dua. Rangkap pertama slip setoran tabungan diserahkan untuk karyawan yang bertugas menjemput tabungan nasabah. Rangkap kedua diserahkan kepada nasabah setelah divalidasi oleh teller, Slip setoran diisi sebesar uang yang diterima dari nasabah.

3. Slip penarikan tabungan

Dalam penarikan tabungan, slip penarikan ini diisi berdasarkan jumlah nominal yang diminta nasabah dan dibuat rangkap dua. Rangkap pertama slip tersebut diserahkan untuk karyawan yang bertugas menjemput tabungan nasabah, rangkap ke dua diserahkan kepada nasabah setelah divalidasi oleh teller.

4. Buku tabungan

Buku tabungan berfungsi sebagai catatan jumlah saldo penyetoran maupun penarikan tabungan yang dilakukan oleh nasabah, dan diserahkan kembali ke kantor kas, pada saat nasabah menutup rekening tabungannya.

5. Bukti setor

Bukti setor yang diperoleh dari penyetoran uang oleh karyawan yang bertugas menjemput tabungan nasabah.

6. Bukti kas keluar

Bukti kas keluar digunakan sebagai lampiran bukti setor yang akan diserahkan ke bagian pembukuan oleh karyawan yang bertugas menjemput tabungan nasabah.

Kelebihan dari Sistem Jemput Bola

Kelebihan dari sistem jemput bola adalah (Elisa, 2018):

1. Syarat pembukaan tabungan sangat mudah dan sudah memenuhi standar operasional yang ditetapkan.
2. Adanya register nasabah dan register mutasi tabungan mempermudah untuk mengetahui informasi data nasabah.
3. Adanya pemisahan fungsi, sehingga setiap fungsi saling mengecek dan tidak ada yang melakukan satu transaksi secara keseluruhan.
4. Telah adanya kerjasama yang baik antar fungsi yang terkait, sehingga dapat memperkecil kecurangan yang mungkin terjadi.
5. Dokumen yang dipergunakan sudah dibuat rangkap dan divalidasi oleh bagian yang berwenang.
6. Catatan akuntansi yang digunakan telah menggunakan sistem komputerisasi sehingga data yang diperoleh lebih akurat.

Kelemahan dari sistem jemput bola adalah:

Terdapat petugas bank yang tidak menyerahkan tabungan nasabah ke teller. Slip yang digunakan tidak bernomor urut tercetak, sehingga penggunaannya tidak dapat dipertanggung jawabka

Loyalitas

Menurut Kotler dan Keller dalam (Wardhana, 2016) loyalitas pelanggan merupakan komitmen pelanggan terhadap suatu merk dan pemasok, berdasarkan sikap yang positif dan tercermin dalam pembelian yang konsisten. Loyalitas pelanggan merupakan salah satu tujuan inti yang diupayakan dalam pemasaran modern. Hal ini dikarenakan dengan loyalitas diharapkan perusahaan akan mendapatkan keuntungan jangka panjang atas hubungan mutualisme yang terjalin dalam kurun waktu tertentu (Saputra & Handani, 2016). Loyalitas merek konsumen timbul karena adanya pengaruh kepuasan terhadap merek tersebut yang terakumulasi secara terus-menerus disamping adanya persepsi tentang kualitas produk. Dalam bidang jasa, loyalitas didefinisikan sebagai bentuk eksistensi dari “observed behaviors” bahwa perilaku adalah ekspresi seutuhnya dari loyalitas terhadap merek bukan hanya dalam pikiran (Risnawati, 2019).

Metode Penelitian

Adapun metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif yang mempunyai tujuan untuk menganalisis masalah dengan cara mengumpulkan data-data guna kepentingan analisis. Penelitian ini menggunakan metode observasi, wawancara, kajian pustaka dan kajian normatif yang mana data-data yang diperoleh akan dianalisis berdasarkan teori-teori yang ada. Sedangkan pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan analitik (*Analytical Approach*) dengan melakukan pengkajian secara konseptual dari istilah-istilah yang ada dalam

objek penelitian. Objek penelitian yang akan dianalisis adalah Strategi Jemput Bola Simpanan *Wadi'ah* Dalam Menjaga Loyalitas Nasabah di BMT Sang Surya Pamekasan. Untuk mendapatkan jawaban dari sebuah permasalahan maka diperlukan data-data konkrit untuk dianalisis dan diambil kesimpulan. Setelah data-data sudah terkumpul maka akan dilakukan pengelolaan dengan teknik analisis data, penyajian data dan konklusi atau kesimpulan.

Hasil dan Pembahasan

Pelayanan Sistem jemput Bola pada BTM Sang surya Pamekasan

Strategi yang digunakan dalam pelayanan sistem jemput bola merupakan cara yang diambil oleh para manager marketing di BTM Sang Surya Pamekasan untuk meningkatkan sekaligus memasarkan adanya produk simpanan *wadi'ah* yang dalam hal ini adalah produk unggulan untuk menarik minat nasabah tentunya dengan system jemput bola. System jemput bola adalah dimana para manajer marketing datang secara langsung kerumah atau lokasi kerja para nasabah (*door to door*). Para manager marketing ini dengan rutin mengunjungi setiap hari para nasabahnya untuk melakukan transaksi simpanan tabungan dengan prinsip *wadi'ah*.

Adanya system jemput bola ini disamping menjadi media transaksi keuangan juga menjadi sarana untuk mempromosikan produk-produk yang terdapat pada BTM Sang Surya Pamekasan. Upaya tersebut mampu meningkatkan jumlah nasabah yang terus bertambah setiap minggunya sekitar 3 sampai 5 nasabah itu berdasarkan dari seberapa sering dan seberapa luas kegiatan promosi yang dilakukan oleh marketing. Banyaknya antusias masyarakat untuk menjadi nasabah terutama para pelaku bisnis kecil seperti pedagang, karyawan, toko kelontong dan PNS. Strategi jemput bola ini (*door to door*) dipilih oleh para manajemen marketing di BTM Sang Surya Pamekasan untuk menyasar para nasabah secara meluas dan masif terbukti bahwa jika ada satu daerah yang menjadi nasabah biasanya nasabah tersebut akan mengajak saudara atau tetangganya untuk menjadi nasabah, maka strategi ini dapat mengefektifkan promosi produk perbankan tanpa harus bersusah payah dan mengeluarkan biaya besar untuk membuat baliho, poster atau lainnya (Tausiburrahman, 2021).

Pelaksanaan Pelayanan Sistem Jemput Bola dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Nasabah di Bank BTM Sang Surya Pamekasan

Adapun tata cara pelaksanaan strategi jemput bola (*door to door*) di BTM Sang Surya Pamekasan sangat sederhana dan terbilang jarang dilakukan oleh para pesaing terutama di pamekasan, sedangkan ada beberapa tahapan untuk menjadi nasabah di BTM Sang Surya Pamekasan sebagai berikut (Hamid, 2021);

Tahap pertama, para manager marketing mencari nasabah dengan cara promosi langsung kepada nasabah dengan menanyakan mengenai kebutuhan dari nasabah. Setelah nasabah memutuskan tertarik untuk menjadi nasabah dengan memilih produk perbankan di BTM Sang Surya dan produk yang banyak dipilih adalah simpanan *wadi'ah* sukarela, maka manajemen marketing langsung mendata nasabah tersebut.

Tahap kedua, dari data tersebut manager marketing membawa data ke bagian teller yang ada di kantor untuk diproses menjadi nasabah ditandai dengan dikeluarkannya buku nasabah tabungan *wadi'ah* sukarela.

Tahap ketiga, setelah buku tabungan sudah dicetak keesokan harinya akan di antarkan ke nasabah di tempat kerjanya atau rumah nasabah oleh manajemen marketing.

Tahap keempat, untuk melakukan transaksi dalam hal ini menabung, para manajer marketing akan menjemput ke lokasi kerja atau nasabah setiap hari kecuali hari sabtu dan minggu karena libur

Tahap kelima, jika ada nasabah yang ingin melakukan penarikan tabungan, nasabah hanya perlu menghubungi manajemen marketing dan menyebutkan nominal yang diinginkan dan akan diantarka keesokan harinya.

1. Faktor Pendukung dan Penghambat Pelaksanaan Pelayanan Sistem Jemput Bola dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada BTM sang Surya Pamekasan

Adapun faktor-faktor pendukung dari pelaksanaan pelayanan system jemput bola sebagai berikut;

1. Untuk mencari nasabah dan mempromosikan produk
2. Untuk mencapai target dari perusahaan
3. Memanjakan nasabah dengan pelayanan yang terbaik
4. Menjangkau nasabah secara lebih luas dan masif
5. Menjadi media promosi yang murah, efektif dan efisien.

Adapun faktor penghambat dari pelaksanaan pelayanan system jemput bola sebagai berikut (Hamid, 2021);

1. Membutuhkan banyak tenaga manajemen marketing untuk kegiatan operasionalnya
2. Tidak dapat menjangkau jarak yang luas dan jauh dari lokasi kantor
3. Sulitnya mengenalkan produk-produk perbankan kepada orang yang masih awam
4. Banyaknya pesaing yang menawarkan produk-produknya

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian yang telah dijelaskan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi pemasaran produk perbankan syariah dengan system jemput bola yang bertujuan untuk meningkatkan jumlah nasabah dan target yang ingin dicapai oleh perusahaan, maka diperlukan suatu strategi yang efektif dan efisien untuk menggaet nasabah. Strategi jemput bola adalah cara manajemen marketing mencari nasabah dengan cara berkunjung dan mempromosikan secara langsung kepada nasabah.

Sebagai marketing dibutuhkan analisis yang mendalam mengenai produk yang di butuhkan oleh nasabah dan bagaimana mempromosikannya agar dapat dikenal dan diterima oleh masyarakat luas. Karena hal itu bagian manajemen marketing harus berperan aktif dan dituntut berpikir kreatif serta inovatif dalam menganalisis ide-ide pemasaran produk perbankan syariah agar tidak kalah dari pesaing yaitu bank konvensional yang terus berinovasi dan berekspansi dalam sektor perbankan.

Bibliografi

- Aziz, A. (2019). *Pelaksanaan produk tabungan dengan sistem jemput bola pada BMT AL FATAYA cabang Guguak Lima Puluh Kota.*
- Daulay, A. N. (2017). Faktor-Faktor Yang Berhubungan Dengan Perkembangan Produk Tabungan Haji Perbankan Syariah Di Indonesia. *Jurnal Human Falah*, 4(1), 105–136.
- Elisa, M. (2018). *Mekanisme Sistem Pelayanan Tabungan Jemput Bola pada Kantor Kas PT.*

BPRS Baiturrahman. UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

- Fitriyani, F. (2020). *Pemberian Bonus dalam Akad Wadi'ah pada Produk Tabungan Faedah (Studi di Bank BRI Syariah KCP Serang Ahmad Yani)*. UIN SMH Banten.
- Hamid, A. (2021). *Wawancara Langsung*.
- Hasanuddin, H. (2021). *Implementasi akad wadiah yad dhamanah pada produk tabungan terhadap nasabah di BPR syari'ah tanmiya artha kediri*. Institut Agama Islam Tribakti (IAIT) Kediri.
- Huda, N., Hudori, K., Fahlevi, R., Mazaya, D., & Sugiarti, D. (2017). *Pemasaran Syariah: Terori & Aplikasi*. Kencana.
- Ilyas, R. (2018). Manajemen Permodalan Bank Syariah. *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 5(2), 323–338.
- Jalaludin, A. (2018). Pengaruh Pengetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan Wadiah. *Jurnal Ekologi Ilmu Manajemen*, 2(1), 95–100.
- Lutfi, M. (2020). Penerapan Akad Wadiah di Perbankan Syariah. *Madani Syari'ah*, 3(2), 132–146.
- Murdadi, B. (2016). Menguji Kesyariahan Akad Wadiah Pada Produk Bank Syariah. *Value Added: Majalah Ekonomi Dan Bisnis*, 12(1).
- Purnamasari, I. W. (2016). *Akad Tabungan Anak Dalam Perspektif Hukum Islam (Studi Kasus TK Pertiwi Lamuk dan TK Pertiwi Larangan Purbalingga)*. IAIN Purwokerto.
- Risnawati, L. I. A. V. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Layanan Purna Jual Terhadap Loyalitas Merek Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan PT. Wanaha Wirawan Indomobil Datsun Malang)*. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Rohmah, A., & Fauzi, R. A. (2021). Analisis Pemberian Hadiah dalam Produk Tabungan Berjangka Wadiah Berhadiah (SAJADAH) di BMT NU Situbondo. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 4(2), 197–214.
- Saputra, D. I. S., & Handani, S. W. (2016). Implementasi Gamifikasi Pada Sistem Informasi Pelanggan Dan Pemesanan Iklan Berbasis Online Pada Surat Kabar. *Seminar Nasional APTIKOM*, 535–540.
- Syukron, A. (2013). Dinamika perkembangan perbankan syariah di Indonesia. *Economic: Journal of Economic and Islamic Law*, 3(2), 28–53.
- Tausiburrahman. (2021). *Wawancara Langsung*.
- Wardhana, R. E. (2016). Pengaruh Customer Experience Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Mie Rampok Tahanan Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 4(3), 1–9.