

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

*Baitul maal wa tamwil* adalah lembaga keuangan atau ekonomi nonperbankan yang sifatnya informal yang didirikan oleh Kelompok Swadaya Masyarakat (KSM)<sup>1</sup>. *Baitul Maal* dengan segala konsekuensinya merupakan lembaga sosial yang berdampak pada tidak adanya profit atau keuntungan duniawi atau material di dalamnya, sedangkan *baitul tamwil* merupakan lembaga bisnis yang karenanya harus dapat berjalan sesuai prinsip bisnis efektif dan efisien, dan merupakan lembaga profit yang harus mengunutkan dan bermanfaat bagi masyarakat sekitar<sup>2</sup>. *Baitul mal wa tamwil* harus melaksanakan tujuannya yaitu mensejahterakan ekonomi anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya.

*Baitul mal wat-tamwil* sebagaimana fungsinya sebagai lembaga *intermediary* dituntut untuk selalu berinovasi dalam menjual semua produk yang dimilikinya agar tidak tertelan oleh persaingan yang semakin ketat, persaingannya tidak hanya antar BMT, akan tetapi dengan lembaga keuangan lain seperti bank umum/bank syariah dan BPR/BPRS Mupun lembaga keuangan sejenis. BMT menghadapi persaingan dengan lembaga keuangan yang sejenis yaitu koperasi, tujuan pendiriannya sebagai lembaga pinjaman berbasis mikro bagi golongan masyarakat menengah kebawah. Menurut Bambang PS

---

<sup>1</sup> Huda, Nurul, dkk, *Baitul Mal Wa Tamwil: Sebuah Tinjauan Teoritis*, Jakarta: Amzah. 2016, hal.35.

<sup>2</sup> Ridwan, Muhammad, *Sistem dan Prosedur Pendirian Baitul Mal wat-Tamwil*, Yogyakarta: Citra Media.2006,hlm.1.

Brodjonegoro pertumbuhan koperasi mengalami peningkatan yang cukup positif setiap tahunnya dengan rata-rata sebesar 2,5 persen. Berdasarkan data pemerintah, Juli 2017 Indonesia memiliki 26,8 Juta anggota koperasi dan 152.282 unit koperasi yang tersebar di seluruh negeri.<sup>3</sup> Berikut jumlah koperasi di pulau jawa:

**Tabel 1. 1 Data Koperasi di Pulau Jawa**

<b>Provinsi</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>
DKI Jakarta	5021	5177	5579	5645	6016	5063
Jawa Barat	14856	15051	15130	15633	16855	16289
Jawa Tengah	19679	21146	21832	22563	23059	21434
DI Yogyakarta	1926	2061	2172	2269	2369	1745
Jawa Timur	25052	25154	25552	27140	27472	26519
Banten	4298	4298	4578	3895	4168	5394

*Sumber : Data BPS*

Perbankan melakukan inovasi dalam melakukan pelayanan diantaranya ; Periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), publisitas, dan penjualan pribadi (*personal selling*).<sup>4</sup> BMT menghadapi persaingan usaha yang semakin ketat sehingga menuntut mereka untuk selalu berinovasi dalam memberikan produk baik *funding* maupun *lending* menghadapi persaingan usaha dengan perbankan. Bahkan saat ini muncul fenomena baru yang menjadi trending dikalangan masyarakat yaitu tentang *Fintech (financial technology)*

<sup>3</sup> Kompas.com diakses pada tanggal 20 Desember 2018 Pukul 19.15

<sup>4</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana. 2010, hlm. 155-161.

yang didalamnya menyangkut banyak hal, termasuk melakukan pembiayaan dengan cara online atau *peer to peer lending*. Menurut data dari DailySocial.id menyebutkan bahwa konsumen masyarakat di Indonesia sudah semakin mengenal istilah *fintech*. Hal ini ditunjukkan dengan respon survei bahwa tahun 2017 ini 67.20% responden pernah mendengar istilah *fintech* dibandingkan tahun 2016 hanya sebesar 28.34% responden. Diantara perusahaan *fintech* yang ditelusuri oleh peneliti, segmen terbesar tercakup dalam sub-kategori Online Lending (termasuk *peer to peer lending*) yaitu sebesar 26.2%. Dengan perkembangan *fintech* yang semakin menjamur, tumbuh dan segmentasi pasar yang semakin meningkat. *Baitul Maal wa Tamwil* akan tertelan oleh kemajuan zaman jika tidak berinovasi dalam melakukan pelayanannya kepada masyarakat. Salah satu yang menjadi unggulan dan karakteristik bmt adalah pelayanan jemput bola dan hal ini tidak dilakukan oleh bank-bank besar yang telah memiliki jumlah nasabah yang begitu besar.

Menurut ketua asosiasi *baitul maal wat-tamwil* kota Yogyakarta bapak Saiful Rijal, beliau mengatakan bahwa asset BMT tumbuh rata-rata 40% pertahun, bahkan asetnya berjumlah Rp 900 M dan diperkirakan akan bertambah setiap tahunnya<sup>5</sup>. Walaupun diterpa dengan adanya isu *fintech* buktinya BMT tetap dapat tumbuh dan berkembang dikalangan masyarakat. Berikut kami lampirkan data *baitul maal wa tamwil* dapat dijelaskan sebagai berikut:

---

<sup>5</sup> Dilansir dari laman [jogja.tribunnews.com](http://jogja.tribunnews.com) pada tanggal 11 April 2018 pukul 12.53.

Tabel 1. 2

**Jumlah BMT menurut Inkopsyah**

No	Provinsi	Jumlah BMT	No	Provinsi	Jumlah BMT
1	NAD	5	15	NTB	3
2	Sumatera Utara	19	16	Kalimantan Timur	6
3	Sumatera Barat	6	17	Kalimantan Selatan	7
4	Jambi	3	18	Kalimantan Tengah	1
5	Riau	3	19	Kalimantan Barat	2
6	Sumatera Selatan	2	20	Kalimantan Utara	1
7	Kepulauan Riau	2	21	Sulawesi Utara	1
8	Lampung	31	22	Sulawesi Tenggara	6
9	Banten	10	23	Sulawesi Selatan	29
10	DKI Jakarta	32	24	Sulawesi Barat	1
11	Jawa Barat	92	25	Sulawesi Tengah	1
12	Jawa Tengah	116	26	Maluku Utara	1
13	DI Yogyakarta	91	27	Papua Barat	5
14	Jawa Timur	37			
	Jumlah				450

Sumber : Induk Koperasi Syariah *Baitul Maal Watammil* (Inkopsyah BMT)

Berdasarkan data tersebut provinsi dengan total *baitul mal wa tamwil* yang berada dibawah naungan inkopsyah yaitu provinsi Jawa Tengah dengan total bmt 116, dan provinsi dengan perkembangan bmt yang sedikit lamban yaitu diantaranya; Kalimantan Tengah, Kalimantan Utara, Sulawesi Utara,

Sulawesi Barat, Sulawesi Tengah, dan Maluku Utara. Sedangkan untuk daerah DI Yogyakarta total bmt yang berada dibawah naungan berjumlah 28 bmt dan tersebar di 5 Kabupaten di diantaranya: Kota Yogyakarta sebanyak 24 bmt, Kab. Sleman 27 bmt, Kab.Bantul 25 bmt, Kab.Kulonprogo 7 bmt, dan Kab.Gunung Kidul 11 bmt.

*Baitul mal wa tamwil* dengan fokus pendiriannya agar membantu usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dalam hal kekurangan pendanaan, menuntut bmt agar selalu aktif membantu para pengusaha umkm. Bahkan menurut data yang diperoleh dar BPS menyebutkan :

Tabel 1. 3

**Pertumbuhan UMKM menurut provinsi**

No	Provinsi	Jumlah UMKM
1	DKI Jakarta	1.154.792
2	Jawa Barat	4.564.958
3	Jawa Tengah	4.131.727
4	DI Yogyakarta	524.935
5	Jawa Timur	4.608.723
6	Banten	946.723

Sumber : BPS tahun 2016

Dari data yang terdapat pada tabel 1.2 kita melihat bahwa jumlah umkm yang terdapat di Yogyakarta paling sedikit dibandingkan dengan provinsi yang lain di pulau Jawa. Melihat data tersebut potensi untuk perkembangan umkm di Yogyakarta masih sangat terbuka, sehingga potensi bagi bmt di Yogyakarta untuk berkembang semakin besar. Dengan potensi Yogyakarta yang menjadi

tujuan wisata bagi wisatawan asing maupun mancanegara akan semakin meningkatkan pertumbuhan umkm.

*Baitul maal wa tamwil* memiliki dana yang terbatas untuk menggunakan dana promosi sedangkan perbankan memiliki dana yang melimpah yang dapat mereka gunakan, salah satu strategi pemasaran yang dilakukan oleh perbankan yaitu promosi di stasiun televisi atau di media cetak/online. Sedangkan bmt menggunakan strategi pemasaran dengan cara berinteraksi langsung dengan masyarakat, sehingga dituntut untuk semakin berinovasi dan mempermudah nasabah untuk melakukan pembiayaan atau menipkan dananya di BMT. Inovasi yang dilakukan oleh BMT dalam hal memberikan kemudahan bagi nasabah adalah dengan “sistem jemput bola”. Jemput bola merupakan strategi pemasaran yang dilakukan oleh bmt dalam menghimpun dana dari anggota atau menyalurkannya langsung kepada masyarakat, dimana petugas secara langsung mendatangi anggota yang ingin menabung atau membayar angsuran. BMT memilih melakukan pelayanan jemput bola dikarenakan sistem pelayanan jemput bola dianggap sebagai sistem yang efektif dan tidak terlalu banyak mengeluarkan biaya dibandingkan dengan pelayanan komputerisasi yang lebih membutuhkan banyak dana.

Diharapkan adanya sistem jemput bola menarik masyarakat untuk menggunakan jasa bmt dibandingkan dengan lembaga keuangan mikro/lembaga keuangan mikro syariah lainnya. Adanya pelayanan jemput bola akan mempermudah anggota dalam melakukan transaksi dibandingkan dengan harus datang ke kantor. Yang menarik dari sistem pelayanan jemput bola adalah bahwa sistem ini menjadi sistem alternatif bagi *baitul maal wat-tamwil* yang ada

di Daerah Istimewa Yogyakarta dikarenakan produk yang mereka miliki terbatas dibandingkan dengan perbankan. Sistem pelayanan jemput bola juga akan menyambung tali silaturahmi dan menjaga hubungan baik antara pegawai *baitul mal wa tamwil* dengan anggota BMT. Perbankan konvensional kita mengenal istilah kreditur dan debitur dalam *baitul maal wa tamwil* kita tidak mengenal istilah itu. Pelayanan jemput bola menjadi ciri khas tersendiri bagi *baitul maal wa tamwil* dalam memasarkan setiap produk yang mereka miliki dan dalam menarik nasabah dibandingkan dengan perbankan.

Sistem pelayanan jemput bola pada proses implementasi nya masih menimbulkan masalah yang sering dihadapi oleh BMT itu sendiri ketika melakukan sistem pelayanan jemput bola yaitu terkait dengan *moral hazard* yang dilakukan oleh petugas. Menurut observasi yang dilakukan oleh peneliti di salah satu KSPPS di Kabupaten Sleman, peneliti masih menemukan pelayanan jemput bola yang kurang efektif diantaranya; seringkali petugas pelayanan jemput bola telat untuk datang ke pasar yang mayoritas nasabah BMT nya adalah pedagang, petugas layanan jemput bola masih melakukan rangkap jabatan di *baitul maal wa tamwil* itu sendiri,<sup>6</sup> bahkan salah satu bmt di daerah Jogja bangkrut dikarenakan petugas jemput bola melakukan *moral hazard* yang merugikan bmt yaitu tidak menyerahkan uang titipan nasabah ke petugas bmt.

Hal ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan pada BPR X yang menyatakan bahwa Account Officer yang melakukan layanan jemput bola seringkali tidak langsung memberikan uang yang berasal dari nasabah kepada teller. Penelitian yang dilakukan di BPRS Y menyimpulkan bahwa sistem

---

<sup>6</sup> Peneliti melakukan praktek magang tanggal 5 Agustus – 5 September.

pelayanan jemput bola sering kali permasalahan-permasalahan teknis pada marketing *funding*-nya sendiri, seperti kurangnya tenaga marketing *funding* karena beberapa marketingnya masih merangkap juga sebagai marketing *financing*.<sup>7</sup> Masalah yang timbul selanjutnya ialah terkait dengan jam waktu pelayanan yang dilakukan petugas, petugas jemput bola harus siap kapanpun dan dimanapun anggota ingin bertransaksi, tidak efektifnya pelayanan jemput bola ialah ketika anggota bmt ingin bertransaksi diluar jam operasional kantor, dan hal ini menyulitkan petugas jemput bola, sehingga potensi anggota yang seharusnya bisa menambah *funding* atau *lending* tidak dapat di optimalkan.

Dengan begitu banyaknya BMT yang ada di Yogyakarta, hampir keseluruhan BMT menggunakan pelayanan jemput bola dan akhirnya menimbulkan seperti yang penulis katakana diatas. Dengan alasan yang disebutkan, maka penulis ingin meneliti tentang :

**"Analisa Efektivitas Sistem Pelayanan Jemput Bola Pada BMT di Yogyakarta"**.

## **B. Rumusan Masalah**

Bagaimana efektivitas layanan jemput bola pada *Baitul Maal wat-Tamwil* (BMT) di Yogyakarta?

## **C. Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui tentang efektivitas layanan jemput bola yang ada di *Baitul Mal Wa Tamwil* di daerah Yogyakarta.

---

<sup>7</sup> *Jurnal Ekonomii* : Volume. 12 No. 2 2013 : 131-148. Hendri Triandini. Pengaruh Layanan Jemput Bola Produk Funding Terhadap DPK dan Jumlah Nasabah : Studi Kasus Pada BPRS Artha Karimah Irsyadi.

#### **D. Kegunaan Penelitian**

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi :

##### 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan suatu pengetahuan dan pemikiran bagi akademi dan lembaga keuangan syariah lain mengenai produk *funding* dan *lending* melalui pelayanan jemput bola serta dapat digunakan sebagai acuan dalam upaya meningkatkan pelayanan dan pemenuhan masyarakat secara adil dan benar.

##### 2. Manfaat Praktis

###### a. Bagi Penulis

Diharapkan dengan adanya penelitian ini akan semakin menambah wawasan dan pengetahuan untuk menerapkan teori yang diperoleh oleh penulis untuk mendapatkan gambaran umum secara nyata di BMT tentang pelayanan jemput bola.

###### b. Bagi Lembaga Keuangan Syariah KSPPS BMT di Provinsi Yogyakarta

Sebagai bahan masukan dan evaluasi bagi BMT di seluruh wilayah Yogyakarta mengenai permasalahan yang dihadapi sehingga dapat memperbaiki dan meningkatkan kinerjanya di masa yang akan datang. Dan semoga bermanfaat bagi penelitian selanjutnya.

###### c. Bagi Pembaca atau Konsumen

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat menjadikan tambahan pengetahuan bagi pembaca dalam hal pelayanan yang baik.