

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada era globalisasi saat ini, semakin pesat dan semakin inovatif dalam dunia teknologi dan tak terkecuali dalam dunia ekonomi yang semakin pesat dan tumbuh serta berkembang. Perkembangan dunia usaha dan dunia bisnis dapat memacu perkembangan industry di Indonesia. Perkembangan dunia ekonomi tentu semakin banyak perusahaan serta badan usaha yang didirikan. Perkembangan dunia ekonomi islam juga tidak hanya dalam ekonomi makro saja tapi ekonomi mikro juga ikut andil dalam meramaikan pasar bisnis. Sehingga lahirlah *Baitul Maal wa Tamwil* merupakan sebuah lembaga mikro syariah. Pembinaan terhadap usaha mikro telah dijelaskan pada UU Nomer 9 Tahun 1995 yang membahas tentang pemerintah, dunia usaha, serta unsur masyarakat dalam melaksanakan pembinaan dan pengembangan di bidang produksi dan pengolahan dengan cara meningkatkan kemampuan manajemen dan teknik produksi, meningkatkan rancangan bangun serta rekayasa, dan memberikan akses tentang sarana dan prasarana.¹

Lembaga keuangan mikro yang mengacu pada Undang-undang mikro Nomer. 1 Tahun 2013 menjelaskan bahwa lembaga keuangan yang didirikan untuk memberikan bantuan kepada para pemilik usaha dan para masyarakat. Melalui dari pinjaman atau pembiayaan, pengelolaan tentang tabungan, dan membuka konsultasi. Dijelaskan pada pasal 1 Undang-undang No. 21 Tahun 2008 yang menjelaskan menghimpunan dana masyarakat dalam simpanan serta memanifestasikannya untuk masyarakat berupa kredit dan/atau dalam bentuk lainnya dalam meningkatkan taraf hidup nasabah. Bank sendiri memiliki 2 jenis, yang pertama bank konvensional yaitu mereka menjalankan usahanya dengan cara umum. Dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan(OJK) seperti bank umum dan Bank Perkreditan Rakyat. Dan yang kedua yakni bank syariah yaitu mereka menjalankan usahanya dengan cara islami dan perpedoman pada Al Qur'an dan Hadis dan berdasar kan fatwa yang dikeluarkan dibidang syariah, serta diawasi oleh Dewan Pengawas Syariah (DPS) seperti Bank Umum Syariah (BUS), Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) dan Unit Usaha Syariah (UUS). Di Indonesia sekarang ini, sudah banyak lembaga keuangan yang membuka konsep syariah, maka membuat tingkat persaingan dari bank-bank akan meningkat.

¹ R.W. Suparyanto, *Kewirausahaan* (Bandung: Alfabeta, 2016), 70.

Di Indonesia kelahiran lembaga keuangan mikro memiliki 2 periode yaitu periode pertama *Imperialisme* (penjajahan) dan yang kedua yaitu pada waktu kemerdekaan. Akhir abad 19 tepatnya Desember 1895 muncul lembaga perkreditan rakyat. Di Purwokerto Raden Bei Wiriatmadja yang merupakan seorang patih mendirikan sebuah bank tabungan bantuan pegawai. Lalu diubah oleh seorang bekebangsaan Belanda yang bernama *De Worf* menjadi Bank Perkreditan Rakyat, kemudian banyak yang mengikuti di pulau Jawa. Pada Tahun 1898 desa yang ada di pulau Jawa mendirikan lembaga desa yaitu lumbung desa untuk kegiatan simpan pinjam. Pada Tahun 1904 berdirilah Badan Kredit Desa (BKD). Pada Tahun 1934 BKD digabung ke "*Algemene Volkscredietbank*". Akhirnya setelah Indonesia merdeka berubah nama menjadi Bank Rakyat Indonesia (BRI).

Pada Tahun 1970 Presiden Soeharto mendirikan bank disetiap provinsi di Indonesia. Pada saat krisis moneter Tahun 1997 dan 1998 keuangan Indonesia mengalami kehancuran dibarengi dengan mundurnya Presiden Soeharto. Banyak bank umum, campuran dan asing mulai melirik kredit mikro. Karena banyak bank atau lembaga keuangan yang terfokus pada kredit mikro tidak terpengaruh yang signifikan. Dan pada Tahun 2000an ada potensi bibit-bibit bank baru yang berdasarkan prinsip syariah.² Tahun 1992 lahirlah Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 tentang perbankan. Yang menjelaskan tentang Bank yang berprinsip bagi hasil. Dengan berpedoman pada UU tersebut, maka lahir juga Bank Syariah pertama yaitu Bank Muamalat Indonesia (BMI, dan diikuti mulai banyak bermunculan Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) dan *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT).

Sekitar tujuh tahun, pada waktu Indonesia mengalami krisis moneter pada akhir tahun 1997an, *Baitul Maal Wa Tamwil* ikut andil peran dalam membantu usaha kecil menengah. BMT mempunyai peran yang penting dalam membangun kembali ekonomi yang subur di Indonesia. Pada saat krisis ekonomi dan moneter BMT melakukan observasi kemasyarakat untuk mencari sebuah peluang usaha. Kegiatan tersebut bisa membantu dan memperbaiki ekonomi yang porak poranda pada masyarakat saat itu. Pada saat itu, pemerintah melakukan kebijakan dari pengembangan lembaga keuangan syariah, BMT memberikan *feedback* bagi para nasabahnya untuk pebaikan

² I gde Kajeng Baskara: "Lembaga Keuangan Mikro," *Jurnal Buletin Studi Ekonomi* 8, no.2 (2013): 114-122.

hidup dan perekonomiannya. Dari peristiwa krisis moneter yang terjadi dapat diambil hikmahnya bahwa perlu adanya tatanan kembali tentang keuangan yang masih kurang, perlu adanya komitmen dan inovasi serta pengambilan sikap antara pemerintah dan para pelaku penyedia modal. Selalu melakukan penggalan potensi yang selalu diprioritaskan dalam negeri tanpa melibatkan negara lain

Baitul Maal Wa Tamwil di Indonesia terbentuknya dari sebuah yayasan yang didirikan pada Maret 1995 melalui prakarsa Majelis Ulama Indonesia (MUI), Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) beserta Bank Muamalat yang merupakan bank pertama di Indonesia dengan prinsip syariah. Adapun namanya yaitu Yayasan Inkubasi Bisnis Usaha Kecil (YINBUK). YINBUK akhirnya mendirikan sebuah Pusat Inkubasi Bisnis Usaha Kecil (PINBUK). Tujuan dibuatnya PINBUK adalah sebagai menyalurkan dana yang dihimpun PINBUK.³ Dan pada Tahun 1995 Presiden Soeharto menyatakan BMT sebagai usaha pemberdayaan usaha kecil dan pada tahun itu Bank Indonesia memberikan izin sebagai lembaga yang memberikan dukungan dan menjalin hubungan dengan bank umum. Keberadaan *Baitul Maal Wa Tamwil* sebagai salah satu pelopor lembaga keuangan syariah Indonesia lahir dari ide aktivis Masjid Salman ITB Bandung yang mendirikan Koperasi Jasa Pengalaman Teknis pada tahun 1980. Koperasi ini menjadi cikal bakal BMT, yang didirikan pada tahun 1984.⁴

Sektor keuangan mikro syariah merupakan aspek penting dan unggul dalam pembangunan ekonomi syariah Indonesia. BMT, salah satu bentuk lembaga keuangan mikro syariah yang lahir murni dari masyarakat Indonesia, telah menjadi primadona perekonomian syariah nasional yang dikenal hingga saat ini di dunia. Kemajuan pembangunan BMT di Indonesia tidak terlepas dari mayoritas kelas menengah Indonesia. Dari total sekitar 265 juta orang, 40% termasuk kelas menengah, 20% termasuk kelas bawah, dan sekitar 25,67 juta orang miskin, atau 9,66% dari total penduduk. Berdasarkan angka-angka tersebut, penting untuk mengembangkan ekonomi yang menampung mayoritas penduduk melalui optimalisasi koperasi Indonesia dan Kementerian Usaha Kecil dan Menengah (KUMK) dan efektivitas dana sosial syariah.

³ Slamet Mujiono, "Eksistensi Lembaga Keuangan Mikro: Cikal Bakal Lahirnya BMT di Indonesia", *Al Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan* 2, No. 2(2017), 208-209.

⁴ I gde Kajeng Baskara: Lembaga Keuangan Mikro, 122.

Oleh karena itu, keberadaan BMT menjadi relevan dan sangat diterima oleh masyarakat Indonesia. Peningkatan jumlah BMT saat ini terbilang pesat, saat ini sekitar 4.500 unit, namun jumlah tersebut masih meragukan fakta di lapangan. Tumbuh dan berkembangnya BMT tidak sejalan dengan pendataan yang baik. Hal ini didasari oleh ketidakjelasan regulasi BMT di Indonesia, serta regulasi dan pengawasan yang masih tumpang tindih antar instansi terkait. Selain itu, belum ada tanggapan atas data jumlah BMT Indonesia (baik yang aktif maupun tidak aktif, termasuk posisi keuangannya masing-masing) terkait hal ini.⁵

Berdirinya *Baitul Maal Wa Tamwil* merupakan sebuah usaha terhadap tuntutan dan kebutuhan seorang muslim. BMT muncul ketika umat islam mengharapkan sebuah lembaga keuangan syariah dengan menggunakan prinsip-prinsip yang sesuai ajaran islam dan terhindar dari riba yang diharamkan oleh agama.⁶ Riba artinya merupakan bertambah. Dijelaskan pula dalam Q.S Ar-Rum ayat 39.

وَمَا آتَيْتُمْ مِّن رِّبَا لِّيَرْبُوَ فِي أَمْوَالِ النَّاسِ فَلَا يَرْبُوا عِنْدَ اللَّهِ وَمَا آتَيْتُمْ مِنْ زَكَاةٍ تُرِيدُونَ وَجْهَ اللَّهِ فَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُضْعِفُونَ

Artinya : “Dan sesuatu riba (tambahan) yang kamu berikan agar dia bertambah pada harta manusia. Maka riba itu tidak menambah pada sisi Allah. Dan apa yang kamu berikan berupa zakat yang kamu maksudkan untuk mencapai keridhaan Allah, maka (yang berbuat demikian) itulah orang-orang yang melipatgandakan (pahalanya).”

Dijelaskan pada ayat diatas menerangkan bahwa riba yang dimaksud yaitu jumlah utang yang dikembalikan si peminjam dengan total pengembalian lebih banyak dari jumlah awal nominal yang dipinjamkan. Seorang pelaku bisnis tidak mendapatkan keberkahan dari Allah. Ia tidak mendapatkan pahala karena pemberian tersebut tidak ikhlas. Menabung adalah kegiatan yang positif, namun tidak semua orang menyadari manfaat mempunyai sebuah simpanan. Pemerintah juga melakukan upaya agar masyarakat sadar akan manfaat dari menabung tersebut. Diharapkan dari menabung tersebut dapat digunakan pemerataan ekonomi. Adapun tabungan tersebut apabila terkumpul, dapat dimanfaatkan untuk digunakan pada pembiayaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Diharapkan

⁵ Sharing Platform Keuangan Mikro Syariah Berbasis Baitul Maal Wat Tamwil (BMT), 1 April, 2019., <https://knks.go.id/isuutama/8/sharing-platform-keuangan-mikro-syariah-berbasis-baitul-maal-wat-tamwil-bmt>.

⁶ Ahmad Hasan Ridwan, *Manajemen Baitul Mal wa Tanwil* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2013), 49.

apabila UMKM tumbuh dengan baik maka perekonomian di masyarakat juga bisa tumbuh dengan baik. Di Indonesia sendiri UMKM telah menjamur di masyarakat setiap tahunnya. Kehadiran UMKM juga memicu ekonomi secara nasional, disamping itu para pemilik usahanya telah membuka lapangan kerja seluas-luasnya.

Melihat dari *track record* lembaga keuangan mikro tidak bisa dipungkiri bahwa sudah banyak jenis-jenisnya di Indonesia. Bukan hanya lembaga keuangan saja tetapi banyak layanan bantuan yang ada di Indonesia untuk dikhususkan pada masyarakat menengah kebawah. Hal tersebut bisa mengakibatkan bertumpuknya penilaian dan kinerja produk yang dikeluarkan lembaga keuangan. Kelahiran BMT sangat berpengaruh pada perekonomian masyarakat disekitarnya, karena disamping sebagai lembaga keuangan syariah, BMT juga memberikan bekal ilmu agama kepada masyarakat yang tergolong pemahaman agamanya rendah. Oleh karena itu, fungsi BMT sebagai organisasi ekonomi dan sosial sangat luar biasa dan hasilnya nyata. Peran BMT sangat penting bagi masyarakat diantaranya :

1. BMT juga bisa melakukan sosialisasi ke masyarakat, betapa pentingnya ekonomi syariah. Dan hal ini dapat menjauhkan masyarakat dari praktik ekonomi yang tidak berprinsip.
2. Dapat melakukan dan mengajak para perintis usaha atau UMKM dengan cara melakukan pembinaan, pendampingan serta pengawasan agar para pegiat usaha selalu para pemilik usaha tidak merasa tersaingi satu sama lainnya.
3. Pelayanan dari BMT kepada masyarakat lebih ditingkatkan, agar masyarakat bisa sedikit demi sedikit lebih tertarik kepada BMT dari pada ke rentenir.
4. BMT harus bisa pandai dalam mengambil langkah. Selalu melakukan evaluasi dan menggunakan skala prioritas. Agar keadilan dan distribusi kepada masyarakat lebih merata dan nyata hasilnya.⁷

Baitul Maal secara harfiah berarti Rumah Dana dan *Baitul Tanwil* berarti Rumah Usaha. BMT merupakan lembaga keuangan non bank yang berperan sebagai *financial intermediary*, menghimpun dana dari masyarakat umum dan mengembalikan dana kepada pihak yang membutuhkan melalui produk pendanaannya. Oleh karena itu, BMT adalah lembaga sosial dan ekonomi yang berkomitmen dan

⁷ M.Nur Rianto Al Arif, *Lembaga Keuangan Syariah* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2012), 319-320.

mencari keuntungan.⁸ BMT juga menjadi penyalur zakat, infaq dan sedekah kepada para mustahik.

Akhir bulan oktober 2012 pemerintah mengeluarkan kebijakan tentang perkoprasian pengganti dari Undang-Undang lama yaitu No.25 Tahun 1992. Dan adapun Undang-Undang Koperasi yang baru yaitu No.17 Tahun 2012 memberikan dampak yang bukan hanya dirasakan oleh Koperasi Konvensional tetapi dirasakan juga oleh Koperasi Syari'ah atau BMT.⁹

Secara penerapan BMT sudah banyak dikenali dalam masyarakat, beraneka produk yang ditawarkan dalam jasa maupun dikeuangannya dengan berbagai macam akad yang dapat dipilih sesuai kebutuhan masyarakat dapat dijadikan bahwasannya BMT dapat bersaing termasuk dalam perbankan. Pada operasionalnya BMT sama dengan perbankan termasuk produk-produknya secara pelaksanaannya jauh lebih bervariasi dari pada perbankan.

Menurut David strategi dapat diartikan sebagai sebuah rencana jangka panjang. Strategi dapat juga diartikan sebagai sebuah tindakan potensial yang memerlukan keputusan manajemen puncak dan sumber daya perusahaan.¹⁰ Setiap perusahaan/lembaga keuangan selalu memiliki sasaran dan target agar tetap hidup dan berkembang. Dengan sebuah target tersebut dapat dilakukan dengan usaha untuk bertahan dan selalu meningkatkan margin perusahaan.

Usaha tersebut dapat dilakukan dengan cara bertahan dan selalu kreatif, inovatif dalam pemasarannya. Karena kunci suatu usaha adalah pemasarannya. Strategi pemasaran merupakan usaha yang menyeluruh, bersistem dan melekat pada pemasarannya untuk dapat mencapai tujuan. Strategi pemasaran yang efektif dapat mengembangkan dan memajukan suatu perusahaan. Adapun tujuan dari pemasaran sendiri yaitu agar bisnis yang dibangun berkesinambungan. Karena hakikatnya, bisnis itu seperti manusia yaitu lahir, tumbuh dan tua. Pemilik perusahaan harus betul-betul memperhatikan pemasarannya.

Strategi pengembangan produk perbankan merupakan upaya untuk meningkatkan jumlah nasabah dengan memperkenalkan produk-produk perbankan baru. Tujuan pengembangan produk

⁸ Abdul Manan, *Hukum Ekonomi Syari'ah Dalam Perspektif Kewenangan Keadilan Agama* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012), 353.

⁹ Elfa Murdiana, "Menggagas Payung Hukum *Baitul Maal Wattanwil* (BMT) sebagai Koperasi Syari'ah dalam Bingkai *Ius Constituendum*", *Jurnal Penelitian* 10, No.2 (2016). 272-273.

¹⁰ Fred R David. *Strategic Manajemen Concepts And Cases* (United States of America: Pearson Education, Inc, 2007), 13.

adalah untuk menanggapi kebutuhan dan tuntutan dinamis nasabah secara tepat waktu, menanggapi tawaran dari pesaing yang menawarkan produk baru, dan memungkinkan mereka untuk memanfaatkan teknologi baru.

Menurut Kasmir, nasabah merupakan konsumen yang membeli atau yang menggunakan produk atau menggunakan produk yang ditawarkan oleh bank.¹¹ Strategi yang digunakan bank dalam meningkatkan nasabahnya memiliki tujuan untuk meluaskan pasar dalam rangka memperbesar penyimpanan dari masyarakat. Untuk mendapatkan pasar yang luas perlu melakukan *step-step* strategis ditengah masyarakat dengan mempromosikan produknya yang diharapkan masyarakat bisa datang untuk menjadi nasabah. Nasabah memiliki andil yang penting demi kemajuan sebuah BMT. Dengan banyaknya nasabah dapat diartikan bahwa BMT tersebut dapat meningkatkan pelayanan yang memadai. BMT juga dituntut untuk bisa mendapatkan nasabah yang loyal, karena dengan nasabah BMT bisa mengukur kinerja dan bisa membuat *planning* untuk kedepannya.

Pada kondisi seperti sekarang, mempertahankan nasabah lebih susah dibandingkan mencari nasabah baru. Strategi membidik nasabah baru harus mengucurkan dana yang tidak sedikit. Namun, mempertahankan nasabah lama relative lebih rendah biaya dibandingkan dengan promosi awal maka dari itu pihak lembaga keuangan harus menggunakan pelayanan sebaik mungkin dalam memasarkan sebuah produk ataupun jasanya.¹² *Account Officer* merupakan seseorang yang bisa dikatakan sebagai penentu pemberian fasilitas kredit dalam suatu lembaga keuangan (perbankan)¹³. Seorang *Account Officer* harus memiliki sebuah keterampilan dan keahlian yang baik. Sebagai salah satu sumber daya manusia yang ada di institusi lembaga keuangan *Account Officer* harus memiliki keterampilan, sikap, komitmen, kemampuan dan berkontribusi pada hubungan yang baik dengan nasabah.

Seorang *Account Officer* dituntut untuk menganalisis sebuah nasabah dan memiliki pengetahuan yang luas tentang ekonomi

¹¹ Sonny Koeswara dan Muslimah, "Analisis Besarnya Pengaruh Kinerja Pelayanan (*Service Performance*) *Frontliner* dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah PT BCA Tbk Cabang Permata Buana dengan Pendekatan Metode Regresi *Linier Multiple*," *Jurnal Pasti*: VIII, No.1, (2019), 3.

¹² Freddy Simbolon, "Pengaruh *Switching Costs* Terhadap *Customer Retention* Pada Industri Perbankan Di Indonesia", *Binus Business Review* 2, No.2 (2011), 699.

¹³ Noel Chabannel, *Panduan Lengkap Menjadi Account Officer* (Jakarta: PT.Elex Media Komputindo, 2014), 44.

keuangan, manajemen operasional, hukum muamalah serta mengetahui prinsip-prinsip dan akad dalam pembiayaan. Seorang *Account Officer* tidak hanya berpendidikan ekonomi, namun memiliki beberapa *track record* pendidikan yang berbeda-beda. Maka dari itu adanya pelatihan agar tidak terjadi perbedaan. Apalagi dalam belakangan ini, semua berlomba lomba menjadi *transdatter* dibidang ekonomi dan keuangan. Dijelaskan bahwa manusia itu harus adil. Allah juga menyerukan agar keadilan dan kesaaksian harus dilaksanakan tanpa pandang bulu, baik dari keluarganya maupun orang lain. Keputusan seorang *Account Officer* harus didasarkan kepada kebenaran dan keridhaan Allah semata.

Seorang *Account Officer* apabila mencari seorang nasabah juga harus betul-betul teliti sesuai yang diharapkan oleh sebuah perusahaan. Sebelumnya seorang *Account Officer* membuat planning, seperti usaha apa yang layak diberikan pembiayaan, berapa dana yang pas untuk disalurkan kepada nasabahnya, melakukan wawancara dan survey, kemudian mengeksplorasi apa yang diinginkan sebuah nasabah. *Account Officer* mempunyai tugas untuk mencari, menilai, mengevaluasi untuk pembiayaan nasabah. Pelanggan adalah konsumen yang membeli atau menggunakan produk yang kita jual atau tawarkan. *Account officer* juga membina para nasabahnya agar bisa mengembalikan dana pembiayaan kepada BMT. *Account Officer* juga merupakan kekuatan yang ada di BMT dengan misi mencari nasabah.

Account Officer mempunyai peran sebagai pelayanan jika complain dari nasabah mengenai lembaga keuangan tersebut dengan tujuan mampu memberikan solusi dan membangun lembaga keuangan tersebut menjadi lebih baik lagi untuk kedepannya. Ada baiknya industry perbankan harus melakukan pelayanan yang optimal dalam memenuhi kebutuhan nasabah sehingga tidak berpindah ke lain atau pesaing. Hal ini merupakan salah satu trik jitu dalam meluluhkan hati nasabah agar tidak berpaling dan tetap menggunakan layanan jasa yang dikelola. Apabila seorang nasabah puas maka akan memiliki citra dan *value* terhadap lembaga keuangan itu sendiri.¹⁴

BMT Mitra Muamalat yang hadir sejak 4 Juli 1999 terus berbenah agar dapat mengambil bagian dalam upaya percepatan pertumbuhan sektor keuangan dan ekonomi syariah di Indonesia melalui produk jasa keuangan syariah yang ditawarkan dan melalui kegiatan penguatan literasi keuangan syariah bagi masyarakat. BMT

¹⁴ Fuad Riyadi dan Sri Wahyuni, "Peran *Account Officer* di Lembaga Keuangan Syariah (Studi kasus di BMT Citra Mandiri Syariah Jepara)", *Jurnal Malia* 1 (2017): 34.

Mitra Muamalat Kudus memulai kegiatan operasionalnya pada tanggal 5 Juli 1999. Upaya ini merupakan upaya untuk memberikan alternatif bagi umat Islam pada khususnya dan masyarakat Kudus pada umumnya untuk melakukan kegiatan usaha dengan cara yang lebih sesuai dengan ketentuan syariah. BMT Mitra Muamalat berkantor pusat di Jl. HOS Cokroaminoto No.57 Kudus. Dan memiliki 4 cabang di Kabupaten Kudus. BMT Mitra Muamalat memiliki visi yaitu menggalang usaha di akhirat, artinya merupakan usaha yang berbasis syariah dan diharapkan mampu memberikan pendidikan syariat Islam. BMT Mitra Muamalat juga diharapkan memiliki produktivitas yang tinggi. Masyarakat di Kabupaten Kudus terkenal dengan kewirausahaannya. Namun, pengusaha Muslim di Kudus masih menggunakan dana yang diperoleh dari sistem perbankan konvensional. Selama ini mereka masih sedikit yang beralih ke sistem syariah. Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik menulis judul skripsi mengenai “**STRATEGI DAN PERAN ACCOUNT OFFICER DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH DI BMT MITRA MUAMALAT KUDUS.**”

B. Batas Penelitian

Agar pembahasan tidak terlalu meluas, maka penulis memberikan batasan masalah yaitu, pada penelitian ini yang dijadikan sample adalah BMT Mitra Muamalat Kudus. Dengan membatasi variable yang digunakan yaitu strategi dan peran *Account Officer* dalam meningkatkan jumlah nasabah.

C. Rumusan Masalah

Merujuk pada latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah yang akan dibahas dan diteliti dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana peran *Account Officer* dalam meningkatkan jumlah nasabah di BMT Mitra Muamalat Kudus?
2. Bagaimana strategi *Account Officer* dalam meningkatkan jumlah nasabah di BMT Mitra Muamalat Kudus?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui peran *Account Officer* dalam meningkatkan jumlah nasabah di BMT Mitra Muamalat Kudus.
2. Untuk mengetahui strategi pemasaran *Account Officer* dalam meningkatkan jumlah nasabah di BMT Mitra Muamalat Kudus.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan dapat digunakan sebagai sumber literasi pemasaran dan pengumpulan informasi mengenai BMT. Diharapkan penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai bahan data bagi masyarakat yang akan melakukan penelitian lebih lanjut di masa yang akan datang..

2. Manfaat Praktis

a. Bagi lembaga keuangan

Diharapkan penelitian ini bisa digunakan untuk bahan informasi dan gambaran bahwa sangat berartinya *Account Officer* dalam lembaga keuangan untuk kehidupan sebuah perusahaan kedepan.

b. Bagi masyarakat umum

Sebagai bahan literasi dan informasi tentang lembaga keuangan syariah mengenai *Account Officer*. Penelitian ini dapat digunakan dan dapat menambah referensi bagi peneliti lain yang tertarik untuk mengembangkan topik serupa di masa yang akan datang.

c. Bagi peneliti

Diharapkan penelitian ini bisa bermanfaat untuk kedepannya. Dan bisa diaplikasikan suatu hari nanti.

F. Sistematika Penulisan

Cara untuk memudahkan penjelasan terkait dengan rumusan masalah yang akan dibahas, maka penulisan skripsi ini dilengkapi dengan sistematika penulisan sebagai berikut :

1. Bagian awal

Pada bagian awal ini meliputi halaman judul, halaman nota, persetujuan pembimbing, halaman pengesahan skripsi, halaman pernyataan, halaman abstraksi, halaman motto, halaman persembahan, halaman kata pengantar, halaman daftar isi, halaman daftar gambar.

2. Bagian isi

Pada bagian isi ini ada beberapa sub bab meliputi :

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini penulis akan menjelaskan mengenai latar belakang masalah, focus penelitian, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan

BAB II : KAJIAN TEORI

Pada bab ini, landasan teori akan menjelaskan tentang deskripsi pustaka, hasil penelitian terdahulu, kerangka berfikir dan pertanyaan penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan dibahas mengenai metode penelitian yang akan digunakan penulis meliputi : jenis dan pendekatan penelitian, setting penelitian, subjek penelitian, sumber data, lokasi penelitian, teknik pengumpulan data, pengujian keabsahan data dan teknik analisis data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisi tentang gambaran objek penelitian, deskripsi data penelitian, analisis data.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini berisi tentang kesimpulan, saran, dan penutup yang didapat setelah melakukan analisa dan pembahasan serta tindakan perbaikan.

3. Bagian Akhir, meliputi : daftar pustaka transkrip, wawancara, instrument wawancara, dokumentasi, lampiran-lampiran dan riwayat hidup.