

Strategi *Personal Selling* di BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Mumbulsari Jember

Iffatun Ni'mah¹⁾, Kurniawati Meylianingrum²⁾

^{1,2} Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

*Email korespondensi: 18540169@student.uin-malang.ac.id

Abstract

This study aims to determine the implementation and constraints on the personal selling strategy carried out by BMT UGT Nusantara Sub-Branch Mumbulsari Jember. This study uses a qualitative method with a descriptive approach. Data collection techniques used in this study in 3 ways, namely observation, interviews and documentation. The results of this study indicate that the implementation of the personal selling strategy carried out by BMT UGT Nusantara Sub-Branch Mumbulsari Jember was carried out in 5 steps, namely Looking for Prospective Customers (Prospecting), Approach (Approach), Presentation (Presentation), Closing (Closing) and Follow Up (Follow-up) as a particular way to increase the number of members. Moreover, the obstacles that occur in the application of personal selling are 2 factors, namely competitor factors and the lack of public understanding of Baitul Mal Wat Tamwil.

Keywords: *Personal Selling, Constraints, BMT Member*

Saran sitasi: Ni'mah, I., & Meylianingrum, K. (2022). Strategi *Personal Selling* di BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Mumbulsari Jember. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(03), 3009-3021. doi: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i3.5355>

DOI: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i3.5355>

1. PENDAHULUAN

Dalam sejarah perekonomian umat muslim, salah satu lembaga yang telah menunjukkan aspek kebaikan dalam kehidupan masyarakat, yaitu *baitul mal*. Baitul Mal di Indonesia lebih dikenal dengan sebutan Baitul Maal Wat Tamwil. Menurut data dari Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS) pada tahun 2018 dijelaskan bahwa jumlah Baitul Mal Wat Tamwil (BMT) di Indonesia adalah 4.500 BMT. Dari jumlah tersebut, BMT UGT Nusantara Capem Mumbulsari adalah salah satu BMT yang terletak di Kabupaten Jember, lebih tepatnya di Jln. Budi Utomo No.36, Desa Mumbulsari, Kecamatan Mumbulsari (<https://knks.go.id>).

Salah satu BMT di Jawa Timur yang terkenal adalah BMT UGT Nusantara yang mulai beroperasi pada tanggal 5 Rabiul Awal 1421 H atau 6 Juni 2000 M. Beberapa prestasi yang diraih oleh BMT UGT Nusantara diantaranya, dinobatkan sebagai Koperasi Jasa Keuangan Terbesar se-Indonesia pada tahun 2012 oleh Kementerian Koperasi Pusat di Jakarta. Kemudian Ranking 3 dari 100 Koperasi Besar

Indonesia versi Majalah Peluang pada tahun 2012. Mendapatkan penghargaan *Lifetime Achievement* dalam ajang BSM UMKM Award 2012. Serta BMT UGT Nusantara juga meraih *The Islamic Micro Finance* dari Karim Consulting Indonesia pada tahun 2014 (Rosi, 2018).

Selain itu, BMT UGT Nusantara juga memiliki kantor cabang dan cabang pembantu yang tersebar di wilayah Indonesia. Hingga saat ini tercatat terdapat 280 kantor cabang dan cabang pembantu, salah satunya yaitu BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Mumbulsari Jember. Dimana letak lokasi BMT ini dekat dengan salah satu bank konvensional yang tentunya memiliki tingkat persaingan yang sangat tinggi karena notabene mayoritas masyarakat di Indonesia yang lebih menyukai melakukan transaksi di bank konvensional dan tidak jarang dari masyarakat Indonesia yang belum memahami tentang BMT.

Untuk mengatasi persaingan tersebut, BMT UGT Nusantara Capem Mumbulsari melakukan strategi pemasaran menggunakan metode strategi promosi. Strategi promosi ini merupakan kegiatan marketing

Mix yang nomor empat atau yang terakhir. Menurut Alma (2016) dijelaskan bahwa kegiatan promosi pada zaman pemasaran modern sekarang ini tidak dapat diabaikan. Promosi ini sangat berkembang pada masa “*selling concept*” dimana produsen sangat mengandalkan, sangat memberi harapan tinggi akan meningkatkannya penjualan dengan mempergunakan promosi.

Kemudian metode promosi kedua dalam strategi pemasaran yang dilakukan oleh BMT UGT Nusantara adalah dengan cara *personal selling*. Menurut Daryanto (2008), *personal selling* atau penjualan tatap muka secara langsung adalah kegiatan promosi yang dilakukan antar individu yang sering bertemu muka yang ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai atau mempertahankan hubungan pertukaran yang sering menguntungkan kedua belah pihak (Daryanto, 2008).

Strategi promosi tersebut dilakukan dengan pembagian wilayah untuk setiap *account officer*. Wilayah-wilayah pemasaran produk di BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Mumbulsari terdiri dari 5 wilayah.

Tabel 1.1

Wilayah Pemasaran BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Mumbulsari Jember

No	Wilayah	Tujuan Pemasaran
1	Kecamatan Mumbulsari	Pasar Mumbulsari dan sekitarnya
2	Utara	Lampeji, Karang kedawung
3	Selaran	Kawangrejo
4	Barat	Lengkong
5	Timur	Suco, Tamansari

Sumber : Data Diolah, Tahun 2022

Dalam metode *personal selling* ini, karyawan BMT senantiasa menyampaikan informasi tentang produk BMT secara jujur, yaitu tidak berlebih-lebihan ataupun dikurangi. Sebagaimana yang dijelaskan dalam QS. Al-Ahzab ayat 70 yang berbunyi :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan katakanlah perkataan yang benar” (QS. Al-Ahzab: 70).

Hingga saat ini, dengan strategi promosi tersebut diketahui jumlah anggota di BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Mumbulsari masih belum stabil yaitu terjadi kenaikan maupun penurunan pada setiap

tahunnya bisa kita lihat dari dokumentasi jumlah nasabah. Berikut penyajian data jumlah nasabah BMT UGT Nusantara Mumbulsari.

Tabel 1.2

Jumlah Anggota BMT UGT Nusantara

Tahun	Jumlah Anggota BMT	
	Anggota Penabung	Anggota Pembiayaan
2017	2735	235
2018	2997	172
2019	2410	286
2020	2822	367
2021	2649	274

Sumber : Data Diolah, Tahun 2022

Dapat disimpulkan dari data diatas, bahwa jumlah nasabah untuk setiap tahunnya tidak selalu meningkat dan dari hasil penelitian pendahuluan yang peneliti lakukan dengan Bapak Surahman selaku *Account Officer* BMT menyatakan bahwa letak dari BMT yang bersebelahan dengan bank konvensional menjadikan tantangan yang lebih berat dalam meningkatkan jumlah anggotanya karena notabe masyarakat banyak yang masih beranggapan bahwa akan lebih nyaman dan mudah jika melakukan transaksi di bank konvensional tersebut.

Berdasarkan dari uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang lebih mendalam terkait tentang strategi *personal selling* BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Mumbulsari dengan mengambil tema “Analisis Strategi *Personal Selling* Di BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Mumbulsari”. Dimana tujuan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana proses pelaksanaan *personal selling* yang dilakukan oleh BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Mumbulsari Jember dan apa saja kendala yang terjadi dalam proses *personal selling* tersebut.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Mumbulsari Jember, yang berkedudukan di Jln. Budi Utomo No.36, Dusun Krajan, Kecamatan Mumbulsari, Kabupaten Jember, Jawa Timur. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Dimana peneliti berupaya untuk menggambarkan bagaimana *personal selling* yang dilakukan BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Mumbulsari Jember sehingga lembaga keuangan tersebut dapat meningkatkan jumlah

anggota. Metode analisis data yang peneliti gunakan yaitu analisis data deskriptif, karena penelitian ini bertujuan mendeskripsikan dan menjelaskan tentang penerapan *personal selling* dan kendala yang terjadi di BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Mumbulsari Jember.

Sesuai dengan uraian tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa metodologi ini berupaya untuk mendeskripsikan objek penelitian berdasarkan fakta yang sebenarnya dan data serta menganalisis melalui beberapa konsep yang telah dikembangkan sebelumnya dengan peneliti sebagai cara untuk menyelesaikan permasalahan. Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Dimana data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui perantara). Sedangkan data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan 3 cara, yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil penelitian

Menurut Wliiam G.Nickels sebagaimana dikutip oleh Basu Swastha (1984:260), *personal selling* merupakan interaksi antara individu, saling bertemu muka yang ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai, atau mempertahankan hubungan pertukaran yang saling menguntungkan dengan pihak lain. Berdasarkan hasil dari wawancara dengan Kepala Cabang Pembantu BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Mumbulsari Jember yaitu Bapak Saiful Ichsan pada tanggal 21 Januari pukul 09.00 WIB tentang bagaimana penerapan *personal selling* yang diterapkan oleh BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Mumbulsari Jember sebagaimana yang disampaikan beliau sebagai berikut:

“Penerapan personal selling di BMT ini dilakukan oleh Account Officer Analisa Pembiayaan (AO AP) dan juga Account Officer Simpan Pinjam (AO SP) dengan mempromosikan langsung kepada masyarakat tentang produk apa saja yang ada di BMT. Untuk AO AP khusus bagian penagihan, sedangkan AO SP untuk simpan pinjam. Hal tersebut dilakukan sebagai strategi promosi yang berbeda

dengan pesaing, dimana sistem kita yaitu dengan menjemput bola mbak”.

Tahapan Personal Selling Di BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Mumbulsari Jember

Adapun strategi *personal selling* yang diterapkan oleh BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Mumbulsari Jember untuk mengenalkan dan memasarkan produk-produk BMT serta sebagai salah satu cara untuk meningkatkan jumlah anggota BMT adalah sebagai berikut:

a. Prospecting (Mencari Calon Pelanggan)

Adapun hasil wawancara bersama *Account Officer* BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Mumbulsari Jember yaitu Bapak Joni Irawan yang dilakukan pada tanggal 22 Januari 2022 pukul 13.00 WIB, yaitu:

“Untuk tahapan awal saya biasanya mencari calon pelanggan dengan langsung terjun ke lapangan. Saya keliling desa gitu mbak, mencari masyarakat yang memiliki usaha seperti toko karena memang targetnya itu orang yang memiliki usaha mbak bisa toko makanan, counter hp, atau toko lainnya. Mengapa target kami adalah yang memiliki usaha untuk awalnya, alasannya itu karena jika sudah memiliki usaha sedikit banyak biasanya anggota akan tetap menabung atau membayar tagihan jika ia melakukan pembiayaan mbak. Toko itukan sudah terlihat jelas adanya gitu mbak, jadi kami dari pihak BMT beranggapan bahwa calon anggota tersebut sudah memiliki pemasukan atau jaminan mereka kepada kami. Account Officer disini juga dibagi-bagi daerahnya mbak, jadi sesuai dengan daerah masing-masing dalam mencari calon anggota tersebut”.

Hal tersebut senada dengan yang disampaikan oleh Bapak Surahman selaku *Account Officer* di BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Mumbulsari Jember ketika di wawancara pada tanggal 22 Januari 2022 pukul 14.50 WIB. Beliau menyampaikan:

“Di BMT ini personal sellingnya dibagi-bagi sesuai wilayah masing-masing mbak, saya kebetulan kebagian di daerah pasar Mumbulsari. Jadi untuk tahap mencari calon pelanggan ini tentunya saya langsung terjun ke pasar yang targetnya adalah para pedagang di pasar tersebut. Untuk sekarang alhamdulillah hampir

seluruh pedagang di pasar Mumbulsari itu sudah menjadi anggota di BMT mbak”.

Dari kedua pernyataan yang disampaikan oleh pihak internal di BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Mumbulsari Jember ini dapat ditarik kesimpulan bahwa *prospecting* (mencari calon pelanggan) yang dilakukan oleh *Account Officer* BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Mumbulsari Jember yaitu dengan langsung terjun ke lapangan sesuai dengan pembagian wilayah masing-masing. Dimana target yang akan dijadikan sebagai calon anggota BMT yaitu masyarakat yang memiliki usaha seperti toko makanan dan minuman, toko pakaian, counter handphone dan lain sebagainya.

b. Approach (Pendekatan)

Adapun wawancara yang dilakukan bersama Bapak Basid Bustomi selaku *Account Officer* di BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Mumbulsari Jember pada tanggal 22 Januari 2022 pukul 13.45 WIB yaitu sebagai berikut:

“Setelah menemukan masyarakat yang akan menjadi target saya, kemudian pertamanya saya ke toko mereka mbak. Biasanya itu awalnya saya membeli makanan atau minuman gitu mbak, kemudian duduk-duduk di depan toko atau warung mereka untuk menarik perhatian mereka. Nanti pemilik toko atau warung tersebut akan ke saya dan bertanya “darimana pak” karena dengan penampilan yang rapi terlihat seperti orang kantor. Kemudian akan saya jawab dengan ramah dan jangan lupa senyum mbak karena hal tersebut yang akan menjadi penilaian awal mereka untuk menciptakan first impression yang baik. Pada saat saya melakukan pendekatan dengan cara tersebut, tidak jarang para tetangga biasanya juga berkumpul di depan toko mbak jadi tidak hanya si pemilik toko yang akan menyanyi saya mbak. Kemudian setelah saya jawab dari BMT, biasanya mereka akan bertanya lebih lanjut mbak. Nah, dari situ saya akan melanjutkan dengan presentasi tentang BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Mumbulsari Jember mbak”.

Kemudian diperkuat dengan wawancara yang dilakukan bersama *Account Officer* BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Mumbulsari Jember yang lain yaitu Bapak Surahman pada tanggal 22 Januari 2022 pukul 14.50 WIB adalah sebagai berikut:

“Pada tahap pendekatan di wilayah pasar, sebenarnya tidak jauh beda dengan yang dilakukan oleh AO di rumah-rumah masyarakat mbak. Saya pertamanya itu malu mau memasarkan produk gitu mbak, mbaknya taulah gimana kalo santri baru keluar pondok. Kemudian seiring dengan berjalannya waktu, akhirnya mulai terbiasa. Biasanya saya awali dengan senyum gitu mbak kalo ketemu orang, kemudian saya menyapa “pak, buk” untuk menciptakan first impression yang baik. Setelah itu saya biasanya duduk di depan toko mereka mbak, nanti kalau sudah tidak ada pembeli si pedagang tersebut akan ke saya dan bertanyanya tentang BMT. Jika di pasar lebih mudah dalam memasarkan produk BMTnya mbak karena pedagang di pasar Mumbulsari sudah banyak yang menjadi anggota”.

Dari penjelasan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa *approach* (pendekatan) yang dilakukan oleh *Account Officer* pada BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Mumbulsari Jember yaitu dengan memberikan *first impression* yang baik agar dapat terjalin komunikasi yang baik dengan masyarakat, sehingga mereka tertarik untuk mengetahui lebih dalam tentang BMT.

c. Presentation (Presentasi)

Adapun wawancara yang dilakukan bersama Bapak Joni Irawan selaku *Account Officer* BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Mumbulsari Jember pada tanggal 22 Januari 2022 pukul 13.00 WIB antara lain sebagai berikut:

“Setelah masyarakat tersebut sudah tau jika saya adalah pegawai BMT mbak, kemudian biasanya mereka akan kepo lebih lanjut gitu mbak tentang BMT. Dari situ saya akan memulainya menjelaskan tentang produk-produk BMT sekaligus membagikan brosur kepada mereka. Setelah masyarakat membaca brosur dan mendengarkan penjelasan dari saya, pasti ada saja yang akan mereka tanyakan. Kemudian saya akan menjawab pertanyaan tersebut dan akan menanyakan apakah masyarakat tersebut berminat untuk menjadi anggota BMT atau tidak”.

Dilanjutkan dengan wawancara bersama *Account Officer* BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Mumbulsari Jember yang lain yaitu Bapak Basid Bustomi pada tanggal 22 Januari 2022 pukul 13.45 WIB. Beliau mengatakan:

“Setelah dirasa komunikasi antara saya dengan masyarakat sudah mulai cair gitu mbak, kemudian saya akan mulai menyebarkan brosur BMT. Biasanya ada masyarakat akan membaca brosurnya, akan tetapi ada masyarakat yang langsung meminta untuk dijelaskan tentang produk-produk BMT mbak. Jadi, saya biasanya akan langsung mempresentasikan produk-produk BMT secara jujur. Misalnya tentang persyaratan, keuntungan dan lainnya”.

Dari hasil wawancara tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa pada tahapan *personal selling* yang ketiga yaitu *presentation* (presentasi) dengan cara menjelaskan tentang produk-produk BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Mumbulsari Jember langsung kepada masyarakat dengan bahasa yang mudah dipahami dan jelas, sehingga masyarakat dapat memahami penjelasan yang disampaikan oleh pegawai BMT.

d. Closing (Penutup)

Adapun wawancara yang dilakukan bersama pihak internal pada BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Mumbulsari Jember yaitu Bapak Surahman selaku *Account Officer* BMT pada tanggal 22 Januari 2022 pukul 14.50. Beliau mengatakan:

“Setelah saya menjelaskan produk-produk BMT, biasanya saya akan menanyakan kepada calon anggota atau masyarakat “Bagaimana ibu/bapak, apakah bersedia atau berminat untuk mendaftar menjadi anggota di BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Mumbulsari Jember?. Saya tidak akan memaksa masyarakat tersebut untuk mendaftar, jadi terserah mereka sesuai dengan hati mereka masing-masing mau mendaftar atau tidaknya. Dalam penutupan transaksi pada proses *personal selling* ini jika masyarakat yang berminat mendaftar untuk menjadi anggota BMT, maka saya akan melanjutkan dengan tahapan yang selanjutnya mbak yaitu *follow-up* (menindaklanjuti). Sedangkan untuk masyarakat yang tidak berminat untuk mendaftar menjadi anggota BMT, saya akan menutup transaksi tetap dengan cara sopan dan ramah kepada masyarakat tersebut. Biasanya gitu mbak, yang awalnya tidak mau daftar akhirnya akan daftar tanpa perlu saya jelasin lagi karena bapak/ibu tersebut sudah melihat atau mendengar testimoni secara langsung dari tetangga atau kerabat yang sudah menjadi

anggota di BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Mumbulsari Jember mbak apalagi di daerah pasar ini lebih cepat menyebar informasinya”.

Kemudian ditambahkan dengan wawancara yang dilakukan bersama Bapak Joni Irawan selaku *Account Officer* BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Mumbulsari Jember pada tanggal 22 Januari 2022 pukul 13.00 WIB. Beliau mengatakan:

“Pada tahap *closing* (menutup transaksi) ini yang saya lakukan adalah menanyakan kepada masyarakat atau calon pelanggan apakah mereka berminat untuk mendaftar menjadi anggota di BMT. Saya tidak pernah memaksa mereka untuk mendaftar gitu mbak, jadi terserah mereka sesuai dengan pilihan mereka masing-masing. Jika untuk masyarakat yang ingin mendaftar, maka akan saya lanjutkan pada tahap selanjutnya yaitu *follow-up*. Bentar lagi saya lanjutkan penjelasan tentang *follow-up* itu ya mbak”.

e. Follow-up (Menindaklanjuti)

Adapun penjelasan Bapak Surahman selaku *Account Officer* BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Mumbulsari Jember pada wawancara yang dilakukan pada tanggal 22 Januari 2022 pukul 14.50 WIB. Beliau menjelaskan:

“Kemudian untuk masyarakat yang berminat untuk daftar menjadi anggota di BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Mumbulsari Jember itu mbak akan saya tindaklanjuti dengan cara membantu mereka untuk mendaftar. Biasanya saya meminta calon anggota tersebut untuk mengisi formulir pendaftaran dan menyerahkan fotocopy identitas yang mereka punya mbak, seperti KTP atau SIM dan membayar setoran awal sesuai dengan produk yang mereka pilih. Jadi, dengan cara tersebut dapat memudahkan calon anggota tanpa perlu datang ke kantor secara langsung”.

Dilanjutkan dengan wawancara yang dilakukan bersama *Account Officer* BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Mumbulsari Jember yang lain yaitu Bapak Joni Irawan pada tanggal 22 Januari 2022 pukul 13.00 WIB sebagai berikut:

“Tahapan *follow-up* ini adalah tahapan paling terakhir untuk masyarakat yang berminat atau bersedia mendaftar menjadi anggota BMT, mbak. Jadi, sistemnya di BMT ini menjemput bola dimana hal tersebut untuk lebih memudahkan

masyarakat. Jika ada masyarakat yang berminat untuk menjadi anggota bisa langsung mendaftar melalui saya tanpa harus datang ke kantor. Saya meminta masyarakat tersebut untuk mengisi formulir pendaftaran dan menyerahkan fotocopy identitasnya bisa SIM atau KTP, tapi mayoritas dari anggota menyerahkan fotocopy KTP. Kemudian membayar setoran awal itu juga, mbak. Setelah itu, berkas persyaratan tersebut akan saya serahkan kepada kasir untuk diproses”.

Dari hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa tahap terakhir dari proses *personal selling* yang dilakukan oleh *Account Officer* BMT adalah tahap *follow-up* (menindaklanjuti), dimana seorang *Account Officer* akan meminta calon anggota untuk mengisi formulir pendaftaran, menyerahkan fotocopy identitas dan membayar setoran awal untuk pembukaan rekening. Setelah semua persyaratan tersebut terpenuhi, berkas-berkas tersebut akan dibawa dan diserahkan kepada kasir/teller untuk segera diproses.

Kendala Dalam Penerapan *Personal Selling* BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Mumbulsari Jember

a. Faktor Pesaing

Hal tersebut dijelaskan oleh Kepala Cabang Pembantu BMT UGT Nusantara pada saat wawancara tanggal 21 Januari 2022 pukul 09.00 WIB. Beliau mengatakan bahwa:

*“Kendala yang paling berat untuk kami adalah dari faktor pesaing. Pesaing kami ini sangat terkenal dan sudah banyak nasabahnya di Indonesia mbak. Persaingan ini bisa dari produk, pelayanan, kualitas jasa dan kepercayaan masyarakat juga. Beberapa hal tersebut dapat menjadi sebuah ancaman bagi kami. Sehingga, dengan adanya *personal selling* diharapkan dapat menarik perhatian masyarakat untuk berminat menjadi anggota di BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Mumbulsari Jember”.*

Kemudian dilanjutkan dengan wawancara bersama Bapak Joni Irawan selaku *Account Officer* BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Mumbulsari Jember pada tanggal 22 Januari 2022 pukul 13.00 WIB. Beliau menyatakan bahwa:

*“Selama saya menjadi *Account Officer* itu salah satu kendala yang saya hadapi adalah pesaing. Pesaing kami di daerah Mumbulsari ini adalah salah satu bank konvensional yang terkenal di*

Indonesia, mbak. Dimana yang sudah kita ketahui mbak, masyarakat di Indonesia tidak jarang yang lebih memilih untuk menjadi nasabah di bank konvensional tersebut. Oleh karena itu, kami dari BMT harus memiliki strategi yang lebih baik agar bisa menarik minat masyarakat untuk menjadi anggota di BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Mumbulsari Jember”.

b. Kurangnya Pemahaman Masyarakat Tentang Baitul Mal Wat Tamwil (BMT)

Hal tersebut dijelaskan ketika wawancara bersama Kepala Cabang Pembantu BMT yaitu Bapak Saiful Ichsan pada tanggal 20 Januari 2022 pukul 09.00 WIB. Beliau mengatakan:

“Seperti yang kita ketahui mbak, kebanyakan masyarakat di Indonesia memang beragama Islam. Akan tetapi, pengetahuan akan lembaga keuangan syariah itu masih minim tidak terkecuali pengetahuan tentang BMT. Hal tersebut dapat menjadi penyebab kurangnya minat masyarakat untuk melakukan transaksi di BMT”.

Dilanjutkan dengan penjelasan dari Bapak Surahman sebagai *Account Officer* di BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Mumbulsari Jember pada tanggal 22 Januari 2022 pukul 14.50 WIB yaitu sebagai berikut:

*“Kebanyakan masyarakat itu belum tau apa itu BMT dan bagaimana di dalamnya, apalagi yang masyarakat di pasar. Kebanyakan di pasar itu sudah berusia lanjut dan bahkan ada yang tidak bisa membaca, jadi dengan adanya *personal selling* ini diharapkan dapat membantu masyarakat agar mengetahui tentang BMT khususnya BMT UGT Nusantara Capem Mumbulsari Jember. Setelah masyarakat dengan BMT, harapannya mereka mau untuk menjadi anggota kami”.*

3.2. Pembahasan

Lembaga keuangan di Indonesia semakin lama akan semakin bertambah, baik dari lembaga keuangan konvensional maupun syariah. Oleh karena itu, persaingan antar lembaga keuangan tersebut akan semakin kompetitif. Untuk menghadapi hal tersebut mengharuskan setiap lembaga keuangan mengevaluasi diri untuk memperbaiki strateginya dalam semua aspek seperti dari sumber daya manusia, pemasaran, manajemen keuangan, kualitas pelayanan sehingga dapat lebih efisien dan efektif.

Kemudian lembaga keuangan tersebut harus membuat sebuah hal yang baru dan tentunya berbeda dengan yang dilakukan oleh pesaing untuk dapat bertahan di tengah keadaan persaingan yang kompleks. Adapun salah satu strategi tersebut adalah penerapan strategi *personal selling*.

Personal selling adalah salah satu bagian dari promosi dimana terjadi komunikasi tenaga penjual dan calon pelanggan secara langsung. Disebabkan produk-produk yang akan ditawarkan sangat beragam, diharapkan salesman mampu menyampaikan penjelasan mengenai produk-produk tersebut dengan baik agar calon pelanggan dapat memahami produk-produk yang ditawarkan dengan menggunakan strategi *personal selling*.

Dalam pembahasan ini akan dijelaskan tentang ruang lingkup *personal selling* mengenai tahapan dan kendala penerapan *personal selling* pada BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Mumbulsari Jember sebagai salah satu usaha dalam strategi promosi untuk menambah jumlah anggota.

Tahapan *Personal Selling* BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Mumbulsari Jember

Personal selling yang diterapkan oleh BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Mumbulsari Jember yaitu dengan cara para *Account Officer* mendatangi calon anggota secara langsung dalam mempromosikan dan mengenalkan produknya. Hal tersebut dilakukan karena menurut BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Mumbulsari Jember dengan promosi secara langsung dirasa akan bisa mengkomunikasikan semua informasi yang lebih target *audience*, kemudian penjual juga bisa menerangkan informasi secara kompleks.

Hal ini senada dengan penelitian Kusniadji (2017) menyatakan bahwa keistimewaan dari *personal selling* adalah terletak pada kemampuannya dalam berkomunikasi dari *salesforce* untuk berinteraksi secara langsung dengan pelanggan. Kemudian menurut Tjiptono (1997) berpendapat bahwa *personal selling* adalah komunikasi tatap muka secara langsung antara tenaga penjual dan calon pembeli untuk memperkenalkan suatu produk dan menciptakan pemahaman kepada pelanggan tentang suatu produk sehingga mereka tertarik kemudian akan membeli.

Dalam praktiknya seorang yang akan melakukan *personal selling* harus memahami tahapan dalam

penerapan *personal selling*. Adapun langkah-langkah dalam *personal selling* menurut Nailiyah (2013) yaitu:

- a. Mencari Calon Pelanggan (*prospecting*)
Langkah dalam proses menjual dimana tenaga penjualan mengidentifikasi calon pelanggan yang memenuhi klarifikasi.
- b. Prapendekatan (*preapproach*)
Langkah di dalam proses menjual dimana tenaga penjualan belajar sebanyak mungkin tentang calon pelanggan sebelum melakukan kunjungan penjualan.
- c. Melakukan Pendekatan (*approach*)
Langkah dalam proses menjual dimana tenaga penjualan bertemu dan menyapa pembeli untuk menjadikan hubungan itu sebagai awal yang baik.
- d. Presentasi (*presentation*)
Langkah dalam proses menjual dimana tenaga penjual mengemukakan “cerita” tentang produk kepada pembeli dengan menunjukkan bagaimana produk tersebut akan menghasilkan uang atau menghemat uang pembeli.
- e. Menangani Penolakan (*handling objections*)
Langkah dalam proses menjual dimana tenaga penjual menemukan, mengklarifikasi, dan mengatasi penolakan pelanggan untuk membeli.
- f. Menutup Transaksi (*closing*)
Langkah dalam proses penjualan dimana tenaga penjualan meminta pelanggan untuk menutup penjualan.
- g. Menindaklanjuti (*follow-up*)
Langkah terakhir dalam proses pembelian dimana tenaga kerja penjualan menindaklanjuti penjualan untuk meyakinkan terciptanya kepuasan pelanggan dan pengulangan bisnis.

Sedangkan tahapan *personal selling* menurut penelitian yang dilakukan oleh Zakiyah (2017) dengan judul *Implementasi Strategi Personal Selling Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Di KSPSS BMT Hanada Quwaish Kebasen* yaitu dengan cara mencari prospek, kemudian melakukan prapendekatan, pendekatan, presentasi, mengatasi keberatan dan terakhir yaitu menutup penjualan.

Adapun langkah-langkah *personal selling* yang diterapkan oleh BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Mumbulsari Jember berbeda dengan teori dan penelitian terdahulu, yaitu *personal selling* yang diterapkan dimulai dengan mencari calon anggota (*prospecting*), setelah menemukan calon anggota tersebut dilakukan pendekatan (*approach*) dengan

mengajak calon anggota untuk berkomunikasi dengan para *Account Officer* BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Mumbulsari Jember secara langsung agar tercipta *first impression* yang baik dan juga tentunya dengan *performance* yang rapi. Beberapa saat kemudian setelah calon anggota mengetahui pegawai dari BMT, kemudian pegawai BMT akan membagikan brosur agar calon anggota dapat membaca tentang produk-produk BMT dan pegawai BMT akan memulai untuk mempresentasikan dengan menjelaskan semua informasi tentang BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Mumbulsari Jember secara jelas dan terperinci. Setelah presentasi dilakukan, tidak jarang calon anggota akan menanyakan beberapa hal yang belum mereka pahami dan pegawai BMT akan menjawab dengan bahasa yang mudah dipahami. Kemudian dilanjutkan dengan *closing* yaitu pegawai BMT akan menanyakan kepada calon anggota tersebut untuk menegaskan apakah mereka berminat atau bersedia untuk mendaftar menjadi anggota BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Mumbulsari Jember. Jika terdapat calon anggota yang berminat atau bersedia mendaftar menjadi anggota BMT, maka proses *personal selling* akan dilanjutkan dengan tahap *follow-up*. Dalam tahapan *follow-up* ini pegawai BMT akan membantu calon anggota tersebut untuk melengkapi persyaratan pendaftaran, kemudian berkas-berkasnya akan diberikan kepada kasir/*teller* untuk di proses. Sedangkan bagi calon anggota yang tidak berminat untuk mendaftar menjadi anggota di BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Mumbulsari Jember, maka tahapan *personal selling* akan berakhir pada tahap *closing*.

a. Prospecting (Mencari Calon Pelanggan)

Adapun tahap awal dalam proses *personal selling* yang dilakukan oleh BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Mumbulsari Jember adalah *prospecting* (mencari calon pelanggan). Pada tahap ini seorang *Account Officer* BMT akan mencari calon anggota dengan cara mencari masyarakat yang sesuai dengan target BMT yaitu diutamakan masyarakat yang memiliki usaha seperti masyarakat yang memiliki toko makanan atau minuman, toko pakaian, *counter handphone*, dan lain sebagainya. Namun, masyarakat yang tidak memiliki usaha juga biasanya kan dijadikan target dalam pencarian calon pelanggan karena tidak jarang dari mereka yang berminat untuk

menjadi anggota BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Mumbulsari Jember.

Pada tahap *prospecting* ini, *Account Officer* BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Mumbulsari Jember akan mencari calon pelanggan sesuai dengan pembagian wilayah masing-masing. Adapun pembagian wilayah tersebut dibagi menjadi lima wilayah. Dibawah ini adalah tabel tentang pembagian wilayah tersebut:

Tabel 3.1

Wilayah Pemasaran BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Mumbulsari Jember

No	Wilayah	Tujuan Pemasaran
1	Kecamatan Mumbulsari	Pasar Mumbulsari dan sekitarnya
2	Utara	Lampeji, Karang kedawung
3	Selaran	Kawangrejo
4	Barat	Lengkong
5	Timur	Suco, Tamansari

Sumber : Data Diolah, Tahun 2022

b. Approach (Pendekatan)

Strategi *personal selling* yang diterapkan oleh BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Mumbulsari Jember pada urutan kedua adalah melakukan *approach* (pendekatan). Pada proses *approach* ini yaitu para *Account Officer* BMT akan melakukan pendekatan dengan cara mengunjungi calon pelanggan secara langsung, kemudian akan membeli minuman atau makanan di toko calon pelanggan tersebut sebagai cara awal dari proses pendekatan ini. Setelah membeli makanan atau minuman tersebut, pegawai BMT akan duduk-duduk di depan toko calon anggota, kemudian pemilik toko biasanya akan menanyakan kepada pegawai BMT tentang siapakah beliau. Pertanyaan-pertanyaan tersebut merupakan strategi yang dilakukan oleh pegawai BMT sebagai langkah awal dalam komunikasi dengan calon pelanggan. Komunikasi yang dilakukan oleh pegawai BMT dengan bahasa yang sopan dan santun serta ramah kepada calon pelanggan agar tercipta *first impression* yang baik. Selain itu, penampilan pegawai BMT juga harus selalu rapi agar terkesan baik juga di depan calon pelanggan karena tidak jarang masyarakat akan menilai seseorang dari penampilannya dimana agar calon pelanggan percaya kepada pegawai BMT.

Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Nailiyah (2013) bahwasannya *approach* (pendekatan) merupakan salah satu tahapan dalam penjualan dimana penjual bertemu dan menyapa pembeli agar menjadi awal hubungan yang baik. Tahapan *approach* (pendekatan) ini juga senada dengan penelitian yang dilakukan oleh Damayanti (2007) dengan judul *Strategi Personal Selling Produk Tabungan Simpanan Belajar (SIMPEL) IB Pada PT. Bank BRI Syariah Tbk Kantor Cabang Pembantu Wachid Hasyim Jombang*, yakni melakukan pendekatan dengan cara silaturahmi secara langsung dengan nasabah, kemudian melakukan persamaan misi dan menciptakan keakraban dengan nasabah, serta penyesuaian *performance* seorang *marketing* BRI Syariah KCP Jombang dengan lingkungan nasabah.

Adapun pendekatan dalam proses *personal selling* menurut Islam yaitu salah satu tahapan dimana tenaga penjual dan calon pembeli menciptakan *first impression* yang baik. Langkah ini melibatkan perkataan pembuka, *performance* dan penjelasan lebih lanjut dari tenaga penjual. Sebagaimana yang tercantum dalam Firman Allah SWT surat Thaha ayat 44 yang berbunyi:

فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَّيِّنًا لَّعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَىٰ

Artinya: "Maka berbicaralah kamu berdua kepadanya dengan kata-kata yang lemah lembut, mudah-mudahan ia ingat dan takut" (QS.Thaha: 44).

Kemudian Rosulullah SAW meminta kepada ummatnya untuk bersikap ramah atau selalu tersenyum, sebagaimana yang telah diterangkan dalam Hadits Nabi Muhammad SAW sebagai berikut:

"*Seyummu dimuka saudaramu merupakan sedekah bagimu*" (HR. Bukhari)

Keramahan penjual merupakan salah satu daya tarik bagi calon pembeli, misalnya dengan selalu tersenyum karena dengan terciptanya kesan awal yang lebih baik ini akan menjadi awal yang baik juga untuk berinteraksi dengan calon pembeli.

c. *Presentation* (Presentasi)

Setelah pendekatan, proses *personal selling* di BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Mumbulsari Jember yaitu melakukan

presentation (presentasi). Presentasi yang diterapkan oleh pegawai BMT adalah menjelaskan tentang produk-produk BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Mumbulsari Jember secara jelas dan terperinci serta dengan bahasa yang mudah dipahami oleh calon pelanggan, menunjukkan tentang manfaat dan keuntungan produk dengan berkata jujur agar calon anggota dapat percaya dan akan melakukan pembelian. Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Nailiyah (2013), bahwasannya presentasi adalah proses *personal selling* dimana tenaga penjual menerangkan tentang semua produknya, menunjukkan hasil dari produk yang akan dibeli tersebut. Kemudian pernyataan ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh ini juga senada dengan penelitian yang dilakukan oleh Damayanti (2007) dengan judul *Strategi Personal Selling Produk Tabungan Simpanan Belajar (SIMPEL) IB Pada PT. Bank BRI Syariah Tbk Kantor Cabang Pembantu Wachid Hasyim Jombang*, yakni presentasi yang dilakukan oleh *marketing* BRI Syariah KCP Jombang adalah menjelaskan semua informasi utamanya tentang produk BRI Syariah dan hasil dari produk tersebut.

Adapun presentasi yang dijelaskan dalam Islam yaitu seorang penjual dalam mempresentasikan produk diharapkan untuk berkata jujur. Sebagaimana yang diterangkan dalam Al-Qur'an surat Al-Ahzab ayat 70 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan katakanlah perkataan yang benar" (QS.Al-Ahzab: 70).

Dari ayat Al-Qur'an di atas dijelaskan bahwa Allah SWT memerintahkan kepada ummat Islam untuk jujur, tidak terkecuali dalam berbisnis. Dengan kejujuran tersebut akan menguntungkan penjual karena konsumen akan percaya bahwa semua informasi tentang produk yang disampaikan penjual memang benar, sehingga tidak akan ragu untuk membeli ulang.

d. *Closing* (Menutup Transaksi)

Urutan ke empat pada proses *personal selling* di BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Mumbulsari Jember adalah *closing* (menutup transaksi), dimana pegawai BMT akan

menanyakan kepada calon pelanggan atau calon anggota tentang apakah dia berminat atau bersedia untuk mendaftar menjadi anggota BMT ataukah tidak. Setelah calon anggota tersebut menjawab, kemudian akan ada 2 tahapan. Jika calon anggota tidak bersedia untuk mendaftar, maka pegawai BMT akan menutup penjualan dengan sopan dan ramah. Sedangkan untuk calon anggota yang bersedia mendaftar, maka akan dilanjutkan pada tahap *follow-up*. Pegawai BMT tidak memaksa agar calon anggota mendaftar menjadi anggota, sesuai dengan pilihan dan hati mereka masing-masing. Penjual juga harus mengerti isyarat-isyarat sebagai tanda penutupan dari pelanggan, seperti gerakan fisik, pertanyaan dan komentar.

Dijelaskan dalam Islam tentang penutupan transaksi yaitu penjual dilarang memaksa konsumen secara berlebihan untuk membeli karena konsumen juga memiliki hak untuk memilih. Hal tersebut dijelaskan dalam hadits Nabi Muhammad SAW. Diriwayatkan oleh Ishak dari Hibban dari Hammam dari Qotadah dari Abi Khalil dari Badulllah bin Haris, dari Hakim bin Hisyam, sesungguhnya Nabi Muhammad SAW telah bersabda:

“Penjual dan pembeli berhak memilih (barang yang diperjualbelikan) selama mereka masih belum berpisah, Hamam berkata: “dalam catatan saya hal ini (memilih) dilakukan sampai tiga kali”, maka apabila kedua belah pihak mengatakan yang sebenarnya dan menjelaskan kualitas masing-masing, dan apabila berbohong atau menyembunyikan (dalam transaksi) sehingga menguntungkan keduanya maka transaksi itu akan menghapus keberkahan keduanya” (HR.Bukhari).

Hadits tersebut menerangkan penjual memberikan kesempatan kepada calon pembeli untuk memilih membeli atau tidak dan penjual juga harus bersikap sopan sekalipun calon pembeli tidak bersedia untuk membeli.

e. *Follow-up* (Menindaklanjuti)

Tahap terakhir pada proses *personal selling* di BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Mumbulsari Jember yaitu melakukan *follow-up* (menindaklanjuti). *Follow-up* ini adalah pegawai BMT akan menindaklanjuti calon anggota yang bersedia untuk mendaftar menjadi anggota BMT dengan membantu calon pelanggan tersebut untuk melengkapi persyaratan pendaftaran. Kemudian

semua persyaratan tersebut akan ditindaklanjuti oleh pegawai BMT dengan menyerahkan persyaratan tersebut kepada kasir/teller untuk di proses lebih lanjut, hal tersebut dilakukan agar lebih memudahkan calon anggota dengan pelayanan yang baik. Hal ini sesuai dengan teori dari Nailiyah (2013), yaitu *follow-up* merupakan langkah terakhir dalam proses penjualan dimana penjual menindaklanjuti untuk meyakinkan calon pembeli agar tercipta kepuasan pelanggan dan pengulangan bisnis.

Kendala Dalam Penerapan *Personal Selling* BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Mumbulsari Jember

Dalam menjalankan strategi *personal selling* di BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Mumbulsari Jember selalu memberikan pelayanan yang terbaik untuk masyarakat atau calon anggotanya. Akan tetapi, pasti terdapat kendala yang harus dihadapi dalam penerapan *personal selling* tersebut karena kendala adalah tantangan yang dapat menjadi penghalang pada lancarnya pencapaian tujuan. Adapun kendala yang dihadapi oleh BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Mumbulsari Jember adalah sebagai berikut:

a. Faktor Pesaing

Kendala pertama dalam penerapan *personal selling* di BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Mumbulsari Jember adalah dari faktor pesaing. Pesaing di daerah Mumbulsari adalah salah satu bank konvensional yang sudah terkenal dan banyak nasabahnya di Indonesia, dimana notabene masyarakat akan banyak yang lebih memilih untuk menjadi nasabah di bank konvensional tersebut. Oleh karena itu, BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Mumbulsari Jember harus menyusun strategi yang lebih baik daripada pesaing yaitu dengan adanya penerapan *personal selling* diharapkan masyarakat akan memilih untuk melakukan transaksi di BMT.

b. Kurangnya Pemahaman Masyarakat Tentang Baitul Mal Wat Tamwil (BMT)

Adapun kendala yang kedua dalam penerapan *personal selling* di BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Mumbulsari Jember adalah kurangnya pemahaman masyarakat tentang Baitul Mal Wat Tamwil. Mayoritas masyarakat di Indonesia beragama Islam, namun tidak jarang dari mereka yang belum memahami tentang lembaga keuangan syariah termasuk Baitul

Mal Wat Tamwil. Oleh karena itu, dengan adanya *personal selling* ini diharapkan agar masyarakat dapat lebih memahami tentang BMT dengan adanya pegawai BMT yang langsung memberikan penjelasan tentang BMT secara jelas dan terperinci, sehingga masyarakat dapat tertarik untuk melakukan transaksi dan menjadi anggota di BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Mumbulsari Jember.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil dan pembahasan dalam penelitian ini tentang “*Analisis Strategi Personal Selling Di BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Mumbulsari Jember*”, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

a. Penerapan strategi *Personal Selling* di BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Mumbulsari Jember dilakukan dengan lima tahapan, yaitu:

1) *Prospecting* (Mencari Calon Pelanggan)

Pada tahap ini seorang *Account Officer* BMT akan mencari calon anggota dengan cara mencari masyarakat yang sesuai dengan target BMT yaitu diutamakan masyarakat yang memiliki usaha seperti masyarakat yang memiliki toko makanan atau minuman, toko pakaian, *counter handphone*, dan lain sebagainya. Namun, masyarakat yang tidak memiliki usaha juga biasanya kan dijadikan target dalam pencarian calon pelanggan karena tidak jarang dari mereka yang berminat untuk menjadi anggota BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Mumbulsari Jember.

2) *Approach* (Pendekatan)

Pada proses *approach* ini yaitu para *Account Officer* BMT akan melakukan pendekatan dengan cara mengunjungi calon pelanggan secara langsung dengan komunikasi yang baik dan juga penampilan yang rapi.

3) *Presentation* (Presentasi)

Presentasi yang diterapkan oleh pegawai BMT adalah menjelaskan tentang produk-produk BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Mumbulsari Jember secara jelas dan terperinci serta dengan bahasa yang mudah dipahami oleh calon pelanggan, menunjukkan tentang manfaat dan

keuntungan produk dengan berkata jujur agar calon anggota dapat percaya dan akan melakukan pembelian.

4) *Closing* (Menutup Transaksi)

Pegawai BMT akan menanyakan kepada calon pelanggan atau calon anggota tentang apakah dia berminat atau bersedia untuk mendaftar menjadi anggota BMT ataukah tidak. Setelah calon anggota tersebut menjawab, kemudian akan ada 2 tahapan. Jika calon anggota tidak bersedia untuk mendaftar, maka pegawai BMT akan menutup penjualan dengan sopan dan ramah. Sedangkan untuk calon anggota yang bersedia mendaftar, maka akan dilanjutkan pada tahap *follow-up*.

5) *Follow-up* (Menindaklanjuti)

Follow-up ini adalah pegawai BMT akan menindaklanjuti calon anggota yang bersedia untuk mendaftar menjadi anggota BMT dengan membantu calon pelanggan tersebut untuk melengkapi persyaratan pendaftaran. Kemudian semua persyaratan tersebut akan ditindaklanjuti oleh pegawai BMT dengan menyerahkan persyaratan tersebut kepada kasir/teller untuk di proses lebih lanjut.

b. Kendala dalam penerapan *personal selling* di BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Mumbulsari Jember ada 2, yaitu faktor pesaing dan kurangnya pemahaman masyarakat tentang Baitul Mal Wat Tamwil.

Saran

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian di atas, maka saran-saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

a. Bagi pihak BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Mumbulsari, diharapkan memperhatikan lagi strategi *personal selling* dalam upaya meningkatkan minat nasabah karena memang strategi ini sangat berdampak terhadap peningkatan minat anggota..

b. Bagi peneliti selanjutnya, agar dapat menambahkan variabel selain yang telah dibahas, misalnya dari segmentasi pasar dan strategi pemasaran yang lainnya dalam upaya meningkatkan minat anggota di BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Mumbulsari Jember.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Kami ucapkan terima kasih kepada Ibu Kurniawati Meylianingrum, M.M, yang telah membimbing penulis selama proses penelitian hingga dapat menyelesaikan paper ini. Kemudian terima kasih kepada BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Mumbulsari, terkhusus kepada Kepala Capem dan para *Account Officer* yang telah bersedia meluangkan waktunya menjadi narasumber pada penelitian ini.

6. REFERENSI

Abiziem & Bako. (2019). Effective Personal Selling Strategies As Panacea To Customer Retention In Access Bank PLC, Ilaro, Ogun State. *National Conference of Wited, Ilaro Chapter*, 84-95

Adi, K & Yunita, A. (2019). Penerapan *Personal Selling* Pada Strategi Penjualan Motor Honda Di CV.Sumber Mas Motor Ambulu. *Majalah Ilmiah Dian Ilmu*, Vol.19 No.1, 53-59

Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta

Daryanto. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera

Firmansyah, Fani. (2012). *Personal Selling* Dalam Perspektif Islam. *ejournal uin-malang*. 1-10

Firmansyah, F & Nailiyah, A. (2013). Penerapan *Personal Selling* Dalam Memasarkan Produk Pembiayaan Murabahah Pada PT.Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mitra Harmoni Kota Malang. *Modernisasi*, Vol.9 No.3, 202-218

<https://knks.go.id>, diakses 10 Februari 2022, dari <https://knks.go.id/isuutama/8/sharing-platform-keuangan-mikro-syariah-berbasis-baitul-maal-wat-tamwil-bmt>

Kusniadji, S. (2017). Kontribusi Penggunaan Personal Selling Dalam Kegiatan Komunikasi Pemasaran Pada Era Pemasaran Masa Kini. *Jurnal Komunikasi*, 9 (2), 176-183

Kotler, Philip & Amstronng. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid I*. Jakarta: Erlangga

Moleong J, Lexy. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya

Pembi, S., Fudamu & Udamu, I. (2017). Impact Of Sales Promotion Strategies On Organizational Performance In Nigeria. *European Journal of Research and Reflection in Management Sciences*, 5 (4), 31-42

Rosi, Fathur. (2018). Strategi Segmentasi Pasar Sebagai Upaya Peningkatan Jumlah Nasabah Di BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Mumbulsari Jember. Skripsi (tidak dipublikasikan). Jember (ID) : IAIN Jember

Swastha, Basu. (1984). *Azas-Azas Marketing*. Yogyakarta: Liberty

Tjiptono,F. (1997). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Penerbit ANDI

LAMPIRAN

Dokumentasi ketika wawancara bersama pihak internal BMT UGT Nusantara Capem Mumbulsari Jember



(Wawancara dengan Bapak Saiful Ichsan)



(Wawancara dengan Bapak Basid Bustomi)



(Wawancara dengan Bapak Surahman)



(Wawancara dengan Bapak Joni Irawan)