

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Kegiatan utama lembaga keuangan adalah menghimpun dan menyalurkan dana dalam bentuk kredit (Lembaga Keuangan Konvensional) atau pembiayaan (Lembaga Keuangan Syariah) kepada masyarakat antara surplus unit (*ultimate lenders*) dengan defisit unit (*ultimate borrowed*).<sup>1</sup> Sebagai lembaga intermediasi, maka lembaga keuangan disamping melakukan kegiatan menghimpun dana secara langsung kepada masyarakat dalam bentuk simpanan juga akan menyalurkan dana tersebut dalam bentuk pembiayaan (*financing*).<sup>2</sup> Lembaga Keuangan Syariah (LKS) merupakan badan usaha yang kegiatannya di bidang keuangan syariah dan asetnya berupa asset-aset keuangan maupun non keuangan berdasarkan prinsip syariah.<sup>3</sup>

Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia terbagi menjadi dua bentuk, yaitu Lembaga Keuangan Syariah berupa bank dan nonbank. Lembaga keuangan yang bersifat bank terdiri atas Bank Umum Syariah (BUS), Usaha Unit Syariah (UUS) dan Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS). Sedangkan lembaga keuangan yang bersifat non bank antara lain Badan Amil Zakat (BAZ), Badan Perwakafan Nasional,

---

<sup>1</sup> Djoko Muljono, *Buku Pintar Akuntansi Perbankan Dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Yogyakarta: Andi, 2015), hlm. 409

<sup>2</sup> Abdul Ghofur Anshori, *Penerapan Prinsip - Prinsip Syariah Dalam Lembaga Keuangan Lembaga Pembiayaan Dan Perusahaan Pembiayaan*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008), Cet. Ke-1, hlm. 20

<sup>3</sup> Ahmad Rodoni, Et. All, *Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta Timur: Bestari Buana Murni, 2008), hlm. 6

Baitul Maal Wa Tamwil (BMT), Asuransi Syariah, Badan Arbitrase Syariah Nasional, dan Obligasi Syariah.<sup>4</sup>

Lembaga Keuangan Syariah yang bersifat non bank merupakan lembaga keuangan yang lebih banyak jenisnya dari lembaga keuangan bank.<sup>5</sup>Salah satunya yaitu BMT. BMT merupakan lembaga keuangan yang setara dengan koperasi, akan tetapi dalam sistem pengoperasional dan produknya hampir sama dengan perbankan syariah. Hanya saja target, sasaran, dan skala pembiayaan BMT sama halnya dengan koperasi yakni pada sektor usaha mikro. Adapun tujuan BMT ialah untuk memberikan pelayanan berupa jasa keuangan dan solusi kepada masyarakat kecil yang mempunyai permasalahan di bidang keuangan.<sup>6</sup>

BMT (*Baitul Maal Wa Tamwil*) adalah balai usaha mandiri terpadu yang isinya berintikan *bayt al-mal wa al-tamwil*. Baitul mal (rumah harta) merupakan kegiatan yang berorientasi sosial yang tugasnya menerima titipan dana zakat, infaq dan sedekah serta pengoptimalkan distribusinya sesuai dengan peraturan dan amanahnya. Sedangkan baitul tamwil (rumah pengembangan harta), merupakan kegiatan yang berorientasi pada keuntungan (provit) yang kegiataannya melakukan pengembangan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas

---

<sup>4</sup>Andri Soemitra, *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2009), hlm. 45- 51

<sup>5</sup>Ibid..., hlm. 46

<sup>6</sup> Arif Misbahul Masruri, *Sistem Tabungan Kotak Dalam Meningkatkan Motivasi Menabung di Baitul Maal Wa Tamwil Amanah Watulimo Trenggalek*,(Tulungagung: Skripsi Tidak Diterbitkan,2014), hlm.6

ekonomi pengusaha mikro dan kecil dengan antara lain mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonomi.<sup>7</sup>

Pembiayaan merupakan usaha yang ditawarkan oleh LKS kepada masyarakat dalam bentuk pinjaman modal. Pembiayaan tersebut umumnya diberikan kepada pengusaha kecil dan menengah dalam bentuk bantuan modal usaha. Sebagai LKS yang bergerak memberikan bantuan pembiayaan, BMT tidak berposisi sebagai nirlaba yang tidak menuntut pengembalian pembiayaan. Mekanisme pemberian pembiayaan yang dilakukan BMT umumnya menetapkan suatu ketentuan teknis yang ditujukan bagi anggota/calon anggota atau para pengusaha yang hendak menjalin kemitraan usaha dengan BMT. Ketentuan teknis tersebut berisikan syarat-syarat yang ditetapkan oleh pihak BMT kepada anggota yang mengajukan pembiayaan.<sup>8</sup>

Dewasa ini ditandai dengan pertumbuhan BMT atau lembaga keuangan yang setara dengan BMT cukup pesat, keadaan tersebut menjadikan timbulnya persaingan antar industri jasa keuangan yang sejenis. Persaingan yang terjadi tidak hanya bertumpu pada tingkat bagi hasil yang ditawarkan oleh lembaga keuangan, sehingga akan sulit berkembang jika hanya bertumpu pada produk-produk yang mereka tawarkan. Mereka harus melihat dari berbagai sisi yang mampu memberikan nilai lebih dimata calon nasabah/anggota. Karena hal tersebut menjadi ladang yang sangat berharga bagi lembaga keuangan. Upaya memberikan nilai lebih dimata pelanggan salah satunya dengan menawarkan berbagai macam kemudahan bagi nasabah atau

---

<sup>7</sup> Andri Soemitra, *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah...*, hlm. 451

<sup>8</sup> Deni K Yusuf, *Mekanisme Pemberian Kredit Dan Pembiayaan Di BMT, BMT Dan Bank Islam: Instrument Lembaga Keuangan Syariah*, (Bandung: Pustaka Bani Quraisy, 2004), hlm. 141.

calon nasabah.<sup>9</sup>Salah satu yang sering digunakan oleh BMT adalah memasarkan produk pembiayaan mikro dengan cara *Personal Selling* (penjualan pribadi).

Menurut Kotler dan Amstrong *Personal Selling* adalah presentasi pribadi oleh para wiraniaga perusahaan dalam rangka mensukseskan penjualan dan membangun hubungan dengan pelanggan.<sup>10</sup>Kegiatan penjualan pribadi atau *Personal Selling* dalam dunia perbankan penjualan pribadi secara umum dilakukan oleh seluruh pegawai bank mulai dari cleaning service, satpam sampai pejabat bank. Secara khusus *Personal Selling* dilakukan oleh petugas customer service atau service assistensi.<sup>11</sup>

Dalam operasinya, *Personal Selling* lebih fleksibel dibandingkan dengan media yang lain. Ini disebabkan karena tenaga-tenaga penjualan tersebut dapat secara langsung mengetahui keinginan, motif dan perilaku konsumen dan sekaligus dapat melihat reaksi konsumen, sehingga mereka langsung dapat mengadakan penyesuaian seperlunya. Tenaga penjualan ini dapat pula membantu manajemen dengan memberikan informasi misalnya tentang penjualan kredit, sikap konsumen dan juga sebagai petugas lapangan dalam penelitian pemasaran.<sup>12</sup>

Penjualan pribadi juga mengandung nilai promosi yang dilakukan melalui pribadi-pribadi karyawan perusahaan dalam melayani serta ikut memengaruhi konsumen. Dalam dunia perbankan penjualan pribadi secara umum dilakukan oleh

---

<sup>9</sup>Kasmir, *Manajemen Perbankan*,(Jakarta: PT Raja Grafindo Persada,2006), hlm. 163

<sup>10</sup> Kotler Dan Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid II*, Ahli Bahasa Oleh Damos Sihombing,(Jakarta:Erlangga,2001), hlm. 112

<sup>11</sup> Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Rajawali Press, 2014), hlm. 249.

<sup>12</sup> Batshu Swastha,*Asaz Asaz Marketing*,(Yogyakarta: Liberty, 2002), hlm. 260.

seluruh pegawai bank, mulai dari cleaning service, satpam sampai pejabat bank. Penjualan pribadi juga dilakukan melalui merekrut tenaga-tenaga salesman dan sales girl untuk melakukan penjualan door to door.<sup>13</sup>

Terdapat beberapa faktor pendukung yang berpengaruh langsung terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Salah satu pendekatan kualitas jasa yang banyak dijadikan acuan dalam pelayanan adalah model *service quality*. Menurut Nirvana, dimensi kualitas jasa merupakan dimensi dimana setiap jasa yang ditawarkan memiliki beberapa aspek yang dapat dipergunakan untuk mengetahui tingkat kualitasnya. Aspek atau dimensi yang dapat dinilai adalah tentang keberadaan dari produk jasa yang ditunjang oleh adanya fasilitas fisik, juga orang yang menjadi bagian dari proses penyampaian jasa tersebut. Dimana dimensi pelayanan jasa dapat terdiri dari unsur *tangible* (tampilan), *reliability* (keandalan), *responsivness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan) dan *empathy* (perhatian).<sup>14</sup>

Berdasarkan penjelasan yang telah dibahas tersebut bahwa *Personal Selling* mempunyai pengaruh penting pada perusahaan, sehingga sumber dari *Personal Selling* harus dipersiapkan dengan baik agar strategi tersebut dapat sesuai dengan harapan perusahaan. Oleh karena itu dalam *Personal Selling*, seorang karyawan harus bisa memberikan nilai lebih di mata nasabah dengan memberikan layanan maksimal.

Ada dua BMT yang sama-sama masih menerapkan strategi *Personal Selling* (penjualan pribadi) yaitu BMT UGT Sidogiri dengan BTM Surya Melati Abadi.

---

<sup>13</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2004). hlm. 181

<sup>14</sup> Nirvana, *Prinsip - Prinsip Pemasaran Jasa*, (Malang: Penerbit Dioma, 2004), hlm. 29

Persamaan dari kedua BMT tersebut adalah masih menerapkan strategi *Personal Selling* (penjualan pribadi) dikarenakan pada awal mulanya merupakan strategi untuk menarik calon nasabah atau anggota, disamping itu dapat mempermudah anggota yang memiliki kesibukan. Sedangkan dari segi perbedaan kedua lembaga tersebut memiliki perbedaan dalam menerapkan strategi *Personal Selling*.

Pada LKS BMT UGT Sidogiri diterapkan adanya sistem tabungan diperuntukkan untuk meringankan beban para anggota yang mempunyai pinjaman di LKS tersebut. Penyaluran dana (*Financing*) dengan sistem layanan *Personal Selling* bertujuan untuk memberikan kemudahan dalam pembayaran angsuran. Setiap hari para pedagang diberlakukan sistem tabungan rutin dengan jumlah nominal yang sedikit untuk melunasi kewajibannya bagi yang memiliki hutang. Sehingga hal ini bisa meringankan beban si peminjam, dengan diadakannya cicilan rutin setiap hari. Dengan sistem pelayanan jemput bola setidaknya akan memberikan kemudahan bagi nasabah dan keuntungan bagi lembaga yakni dapat mengurangi tingkat NPF (tingkat pembiayaan macet), pencatatan dilengkapi dengan adanya fasilitas mobile banking sehingga risiko yang ditimbulkan akan semakin kecil, sasaran yang diutamakan mayoritas para pedagang di pasar.

Sedangkan pada LKS BTM Surya Melati Abadi *Personal Selling* yang dilakukan oleh pihak karyawan tidak diterapkan sistem tabungan, sasaran yang dituju tidak mengkotak-kotak, semua calon anggota yang dibiayai bahkan non muslim pun juga ada. Pencatatan menggunakan nota saja tanpa dilengkapi dengan mobile banking, sehingga hal ini bisa terjadi penyelewengan informasi. BTM Surya Melati

Abadi menerapkan sistem layanan jemput bola pada semua jenis operasional lembaga, baik itu pelayanan terhadap produk penghimpunan dana, penyaluran dana maupun jasa. Dari penjelasan bapak Irfan pada umumnya lebih mengarah pada penyaluran dana (*Financing*). Kebanyakan layanan *Personal Selling* ini berlaku bagi anggota yang jaraknya jauh dan masih ada ikatan emosional seperti keluarga. Karena dengan pertimbangan tenaga dan biaya ikatan emosional lebih menjamin, dan kelanjutannya kedepan terus terikat. Sehingga terjadinya risiko pembiayaan yang terjadi kemungkinan kecil.<sup>15</sup>

Walaupun demikian pembiayaan yang diberikan kepada nasabah/anggota tidak akan lepas dari risiko pembiayaan macet (*Non Performing Financing*) yang pada akhirnya dapat mempengaruhi kinerja pada lembaga keuangan tersebut. Ada beberapa faktor yang dianggap mempengaruhi pada tingkat kemacetan pembiayaan, antara lain yaitu kurang teliti dalam menganalisis calon nasabah/anggota, kurangnya pengawasan oleh pihak bank, kurang mampu manajemen usahanya dan nasabah/anggota yang tidak mempunyai i'tikad baik untuk membayar atau mengembalikan pinjamannya.<sup>16</sup>

Setiap Lembaga Keuangan Syariah seperti layaknya suatu perusahaan memiliki motif untuk memperoleh return (hasil usaha) yang selalu dihadapkan dengan risiko, yang dikenal dengan istilah risiko pembiayaan. Risiko yang mungkin terjadi dapat menimbulkan kerugian yang besar bagi lembaga keuangan apabila tidak

---

<sup>15</sup>Wawancara Dengan Bapak Irfan Kepala Cabang BMT UGT Sidogiri Blitar, Tanggal 7 Desember 2017.

<sup>16</sup> Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006), hlm. 90

dapat dideteksi dan dikelola dengan semestinya, lembaga keuangan tersebut selalu dituntut untuk lebih peka dalam mendeteksi hal-hal yang bisa memicu naiknya tingkat pembiayaan bermasalah. Risiko pembiayaan tersebut adalah risiko dari kemungkinan terjadinya kerugian bank sebagai akibat tidak dilunasinya kembali pembiayaan yang diberikan bank kepada anggota/nasabah.

Data laporan kolektabilitas pembiayaan di BMT UGT Sidogiri dengan BTM Surya Melati Abadi menunjukkan bahwa pembiayaan mengalami permasalahan dalam proses pengembalian, yaitu adanya mitra yang terlambat membayar pembiayaan sampai tanggal jatuh tempo. Untuk mengetahui lebih jauh perkembangan pembiayaan yang disalurkan BMT UGT Sidogiri dengan BTM Surya Melati Abadi adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1 Komposisi pembiayaan berdasarkan kolektabilitas periode 2014 - 2016.

kolektabilitas pembiayaan	Tahun		
	2014	2015	2016
Lancar	199.441.228 (58,67%)	623.534.687 (72,94%)	581.855.598 (38,55%)
Dalam perhatian khusus	133.034.800 (39,14%)	135.350.226 (15,83%)	675.926.200 (44,79%)
Kurang lancar	2.602.250 (0,77%)	27.564.147 (3,22%)	89.144.700 (5,91%)
Diragukan	4.677.000 (1,38%)	15.078.710 (1,76%)	60.230.700 (3,99%)
Macet	176.000 (0,05%)	53.357.806 (6,24%)	102.088.193 (6,76%)
Jumlah	339. 931. 278	854. 885.576	1.509. 245.391

Sumber : KJKS BMT UGT Sidogiri



Tabel tersebut menunjukkan pada tahun 2014-2016 kriteria lancar tetap mendominasi dari karakter yang lain. Dan ini membuktikan pembiayaan yang ada di BMT UGT Sidogiri dalam penyalurannya sebagian besar kembali sekitar 50-60%, pada tahun 2015 kriteria lancar mengalami kenaikan menjadi 72,94% tetapi untuk kriteria tidak lancar mengalami kenaikan menjadi 3,22% dan kriteria yang diragukan tahun 2015 menunjukkan kemajuan yaitu naik 1,76% akan tetapi kredit macet pada tahun 2016 terjadi sekitar 6,76% .

Tabel 1.2 Komposisi pembiayaan berdasarkan kolektabilitas periode 2014 - 2016

Kolektabilitas pembiayaan	Tahun		
	2014	2015	2016
Lancar	2.673.384.700 (83,2%)	3.747.698.100 (86%)	3.342.154.800 (85,3%)
Dalam perhatian khusus	299.236.200 (9,3%)	193.574.100 (4%)	212.098.800 (5,4%)
Kurang lancar	40.914.400 (1,2%)	215.012.400 (4%)	119.020.000 (3%)
Diragukan	8.750.000 (0,2%)	2.900.000 (0,06%)	61.302.000 (1,5%)
Macet	190.497.500 (5,9%)	198.247.500 (4,5%)	178.970.000 (4,5%)
Jumlah	3.212.782.800	4.357.432.100	3.913.545.600

Sumber : KJKS BTM Surya Melati Abadi

Tabel tersebut menunjukkan pada tahun 2014-2016 kriteria lancar tetap mendominasi dari karakter yang lain, dan ini membuktikan pembiayaan yang ada di BTM Surya Melati Abadi dalam penyalurannya sebagian besar kembali sekitar 70-80%, pada tahun 2015 kriteria lancar mengalami kenaikan 86% tetapi untuk kriteria kurang lancar juga mengalami kenaikan sebesar 4% an kriteria diragukan tahun 2015

menunjukkan penurunan 0,06% akan tetapi kredit macet pada tahun 2016 terjadi sekitar 4,5%.

Dalam praktik perbankan kualitas pembiayaan ditetapkan menjadi 5 golongan yaitu lancar disebut golongan I, golongan dalam perhatian khusus disebut golongan II, golongan kurang lancar disebut golongan III, golongan diragukan disebut golongan IV dan golongan macet disebut golongan V.<sup>17</sup>

1. Lancar, yaitu pembiayaan yang pembayarannya tepat waktu, perkembangan rekeningnya baik serta tidak terdapat tunggakan angsuran pembiayaan dan sesuai dengan persyaratan dalam pembiayaan.
2. Kurang lancar, yaitu pembiayaan yang pembayarannya terdapat tunggakan yang telah melampaui 90 hari.
3. Diragukan, yaitu pembiayaan yang pembayarannya terdapat tunggakan yang telah melampaui 180 hari.
4. Macet, yaitu pembiayaan yang pembayarannya terdapat tunggakan yang telah melampaui 270 hari.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul tentang “Layanan Melalui *Personal Selling* Dalam Meminimalisir Risiko Pembiayaan (Studi Komparasi Pada *Baitul Maal Wa Tamwil* Usaha Gabungan Terpadu Sidogiri Sukorejo Blitar Dan *Baitul Tamwil Muhammadiyah* Surya Melati Abadi Ngadiluwih Kediri”.

---

<sup>17</sup> Faturrahman Djamil, *Penyelesaian Pembiayaan Bermasalah Di Bank Syariah*, (Jakarta:Sinar Grafika, 2014), hlm. 67

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan pada latar belakang, maka permasalahan yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

- 1) Bagaimana penerapan layanan melalui *Personal Selling* dalam meminimalkan risiko pembiayaan pada BMT Usaha Gabungan Terpadu Sidogiri Sukorejo Blitar?
- 2) Bagaimana penerapan layanan melalui *Personal Selling* dalam meminimalkan risiko pembiayaan pada BTM Surya Melati Abadi Ngadiluwih Kediri?
- 3) Apa sajakah persamaan dan perbedaan penerapan layanan melalui *Personal Selling* dalam meminimalkan risiko pembiayaan pada BMT UGT Sidogiri Sukorejo Blitar dengan BTM Surya Melati Abadi Ngadiluwih Kediri?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan penelitian ini adalah:

- 1) Untuk menganalisis penerapan layanan melalui *Personal Selling* dalam meminimalkan risiko pembiayaan pada BMT UGT Sidogiri Sukorejo Blitar.
- 2) Untuk menganalisis penerapan layanan melalui *Personal Selling* dalam meminimalkan risiko pembiayaan pada BTM Surya Melati Abadi Ngadiluwih Kediri.
- 3) Untuk menganalisis persamaan dan perbedaan penerapan layanan melalui *Personal Selling* dalam meminimalkan risiko pembiayaan pada BMT UGT Sidogiri Sukorejo Blitar dengan BTM Surya Melati Abadi Ngadiluwih Kediri.

## **D. Batasan Penelitian**

Batasan penelitian bertujuan untuk memberikan batasan-batasan pada penelitian sehingga pembahasannya tidak meluas dan tetap fokus pada rumusan masalah penelitian. Adapun ruang lingkup penelitian adalah Layanan Melalui *Personal Selling* dalam Meminimalisir Risiko Pembiayaan (Studi Komparasi Pada *Baitul Maal Wa Tamwil* Usaha Gabungan Terpadu Sidogiri Sukorejo Blitar Dan *Baitul Tamwil Muhammadiyah* Surya Melati Abadi Ngadiluwih Kediri

#### **E. Manfaat Penelitian**

##### 1) Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini membahas terkait dengan penerapan layanan melalui *Personal Selling* (penjualan pribadi) dalam meminimalkan risiko pembiayaan. Aspek-aspek penting yang perlu diperhatikan adalah dimensi pelayanan jasa yang terdiri dari unsur *tangible* (tampilan), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan) dan *empathy* (perhatian). Hal tersebut diterapkan untuk meredam tingkat kemacetan bagi pihak BMT UGT Sidogiri dengan BTM Surya Melati Abadi dalam meminimalkan risiko pembiayaan.

##### 2) Manfaat Praktis

###### a. Bagi Lembaga Keuangan Syariah

Sebagai bahan masukan dan dapat menjadi informasi bagi BMT Usaha Gabungan Terpadu Sidogiri Sukorejo Blitar dengan BTM Surya Melati Abadi Ngadiluwih Kediri untuk menentukan pelayanan nasabah dengan menggunakan penerapan *Personal Selling* dalam meminimalkan risiko pembiayaan.

b. Bagi Dunia Akademik

Secara akademik, penulis mengharapkan penelitian ini dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan terkait penerapan layanan melalui *Personal Selling* dalam meminimalkan risiko pembiayaan.

c. Bagi Peneliti Lanjutan

Sebagai bahan referensi untuk peneliti di masa yang akan datang dan penelitian ini juga merupakan bahan informasi tentang penerapan layanan melalui *Personal Selling* dalam meminimalkan risiko pembiayaan.

## F. Definisi Istilah

Untuk menghindari penafsiran yang tidak diharapkan, maka perlu diuraikan terlebih dahulu mengenai istilah dalam judul penelitian ini sebagai berikut:

1. Penegasan secara konseptual

Secara konseptual mengenai penelitian yang dibahas antara lain:

- a. Analisis merupakan penyelidikan terhadap suatu peristiwa untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya.<sup>18</sup>
- b. Komparatif adalah permasalahan yang menggambarkan perbedaan karakteristik dari dua variabel atau lebih.<sup>19</sup>

c. *Personal Selling* (penjualan pribadi).

---

<sup>18</sup> Kbbi. Co. Id/Arti - Kata/Analisis Pukul 20.58 Tgl 27 Desember

<sup>19</sup> Riduwan, *Metode Dan Teknik Menyusun Tesis*, (Bandung: Ikapi, 2005), hlm. 13

*Personal Selling* adalah interaksi antar individu, saling bertemu muka yang ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai atau mempertahankan hubungan pertukaran yang saling menguntungkan dengan pihak lain.<sup>20</sup>

d. Risiko

Risiko adalah akibat yang kurang menyenangkan (merugikan, membahayakan) dari suatu perbuatan atau tindakan.<sup>21</sup>

e. Pembiayaan

Pembiayaan merupakan pemberian fasilitas penyediaan dana untuk memenuhi kebutuhan pihak - pihak yang merupakan deficit unit.<sup>22</sup>

f. Risiko pembiayaan

Risiko pembiayaan adalah risiko kerugian yang diderita lembaga keuangan, terkait dengan kemungkinan bahwa pada saat jatuh tempo, counterpartynya gagal memenuhi kewajiban - kewajibannya kepada lembaga keuangan. Dimana pihak nasabah/anggota tidak melunasi kembali pokok pinjamannya (bagi hasil).<sup>23</sup>

---

<sup>20</sup> Basu Swastha, *Azas - Azas Marketing*, (Yogyakarta: Liberty Offset, 2002), hal. 260

<sup>21</sup> Rachmadi Usman, *Aspek Hukum Perbankan Syariah Di Indonesia*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2012), hal. 290

<sup>22</sup> Muhammad Syafi; I Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), hal. 160

<sup>23</sup> Masyhud Ali, *Manajemen Risiko: Strategi Perbankan Dan Dunia Usaha Menghadapi Tantangan Globalisasi Bisnis*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006), hal. 199

## 2. Penegasan operasional

Penerapan *Personal Selling* dalam meminimalkan risiko pembiayaan merupakan interaksi antara pihak lembaga keuangan dengan pihak nasabah/anggota untuk menciptakan, menguasai, memperbaiki, mempertahankan hubungan pertukaran yang saling menguntungkan dalam meminimalkan potensi terjadinya suatu peristiwa yang dapat menimbulkan risiko kerugian bagi lembaga keuangan karena pihak nasabah/anggota tidak melunasi kembali pokok pinjamannya (bagi hasil).

## **G. Sistematika Penulisan Skripsi**

Untuk memperoleh pembahasan sistematis, maka penulis perlu menyusun sistematika sedemikian rupa sehingga dapat menunjukkan hasil penelitian yang baik dan mudah dipahami. Maka penulis akan mendeskripsikan sistematika penulisan menjadi 3 (tiga) bagian, yaitu bagian awal, bagian isi dan bagian akhir sebagai berikut:

### **1. Bagian awal**

Pada bagian ini berisi: halaman sampul (cover), halaman judul skripsi, halaman persetujuan pembimbing, halaman pengesahan, halaman motto, halaman persembahan, halaman deklarasi, halaman abstrak, halaman kata pengantar, dan halaman daftar isi.

### **2. Bagian utama (inti)**

Pada bagian ini terdiri dari 6 (enam) bab dengan rincian sebagai berikut:

**BAB I : PENDAHULUAN**

Pendahuluan berisi uraian mengenai latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, batasan masalah, kegunaan / manfaat hasil penelitian, definisi istilah dan sistematika penulisan skripsi.

**BAB II : LANDASAN TEORI**

Landasan teori adalah teori-teori relevan yang dapat digunakan untuk menjelaskan tentang variabel yang akan diteliti, sebagai dasar untuk memberijawaban sementara terhadap rumusan masalah yang diajukan serta penyusunan instrument penelitian.

Pada bab ini berisi tentang kajian teori mengenai pengertian *Personal Selling*, risiko pembiayaan serta berisi tentang penelitian terdahulu.

**BAB III : METODE PENELITIAN**

Metode penelitian memuat tentang pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan temuan dan tahap - tahap penelitian.

**BAB IV : HASIL PENELITIAN**

Pada bab ini berisi tentang paparan data atau temuan peneliti yang disajikan dalam sebuah pertanyaan-pertanyaan atau pertanyaan-pertanyaan penelitian dan hasil analisis data. Paparan tersebut diperoleh dari pengamatan, wawancara, dan deskripsi informasi lainnya.



**BAB V : PEMBAHASAN**

Pada bab ini berisi tentang pembahasan terkait dengan penerapan layanan melalui *Personal Selling* dalam meminimalkan risiko pembiayaan yang telah dilakukan penelitian dengan mencocokkan dengan teori - teori serta temuan *Personal Selling* yang sebelumnya, serta menjelaskan isi temuan teori yang diungkap dari lapangan mengenai penerapan *Personal Selling* dalam meminimalkan risiko pembiayaan.

**BAB VI : PENUTUP**

Berisi kesimpulan dan saran diharapkan dapat bermanfaat bagi pembaca dan khususnya BMT UGT Sidogiri Sukorejo Blitar dan BTM Surya Melati Abadi Ngadiluwih Kediri.

**3. Bagian akhir**

Pada bagian ini memuat daftar pustaka, lampiran - lampiran dan daftar riwayat hidup.