

## BAB V

### PEMBAHASAN

#### **A. Strategi Pemasaran *Personal Selling* Terhadap Minat Menabung dan Pengajuan Pinjaman Anggota Koperasi Syariah Al Mizan Wlingi**

Menurut Gerald L Manning dan Barry L Reece, *personal selling* (penjualan pribadi) melibatkan komunikasi antarmanusia dengan prospek. Hal ini merupakan proses membina hubungan, mencari kebutuhan, menyesuaikan produk yang sesuai dengan kebutuhan tersebut, dan mengomunikasikan keuntungan dengan cara menginformasikan, mengingatkan, dan membujuk calon pembeli.<sup>1</sup>

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, Koperasi Syariah Al Mizan Wlingi melaksanakan strategi pemasaran *personal selling* dengan sistem *door to door*, dimana karyawan Koperasi mendatangi rumah-rumah anggota untuk mengenalkan produk dan layanan yang ada pada Koperasi Syariah Al Mizan Wlingi. Dari hasil wawancara dengan Bapak Heri Prasetyo selaku Wakil Manager sekaligus admin pada Koperasi Syariah Al Mizan Wlingi, beliau mengungkapkan bahwa strategi pemasaran *personal selling* memberikan pengaruh yang positif pada peningkatan minat anggota untuk menabung dan

---

<sup>1</sup> Gerald L. Manning dan Barry L. Reece, *Selling Today Membangun Kemitraan Berkualitas edisi 8*, (Jakarta: PT Indeks, 2008) hal:6

pengajuan pinjaman pada Koperasi Syariah Al Mizan Wlingi.<sup>2</sup> Hal tersebut juga dibenarkan oleh Bapak Puguh Hemawan selaku *Account Officer* (AO) Koperasi Syariah Al Mizan Wlingi, beliau menjelaskan bahwa strategi *personal selling* mendapatkan respon yang baik dari para anggota, dan ini berpengaruh pada meningkatnya minat mereka untuk menabung dan pengajuan pinjaman pada Koperasi Syariah Al Mizan Wlingi.<sup>3</sup>

Dengan dijalankannya strategi pemasaran *personal selling*, minat anggota tabungan mengalami peningkatan yang cukup banyak. Sebagaimana dijelaskan oleh Bapak Heri dan Bapak Puguh, menurut mereka strategi ini sangat diminati para anggota karena kemudahan yang Koperasi tawarkan, dimana mereka tidak perlu datang ke kantor kalau ingin menabungkan uang mereka, cukup karyawan Koperasi Syariah Al Mizan Wlingi yang datang kerumah-rumah anggota. Hal ini juga didukung hasil wawancara peneliti dengan para anggota Koperasi Syariah Al Mizan Wlingi, menurut mereka strategi pemasaran *personal selling* merupakan strategi yang sangat bagus yang ditawarkan pihak Koperasi, dimana mereka tidak perlu datang ke kantor, cukup karyawan Koperasi yang mendatangi mereka.<sup>4</sup>

Tetapi untuk pengajuan pinjaman menurut Bapak Heri dan Bapak Puguh tidak begitu banyak peningkatan. Hal ini dikarenakan, untuk

---

<sup>2</sup> Wawancara dengan Bapak Heri Prasetyo, tanggal 25 Februari 2019, jam 09.00 WIB, di kantor Koperasi Syariah Al Mizan Wlingi

<sup>3</sup> Wawancara dengan Bapak Puguh Hemawan, tanggal 27 Februari 2019, jam 10.03 WIB, di kantor Koperasi Syariah Al Mizan Wlingi

<sup>4</sup> Rangkuman Wawancara dengan para anggota Koperasi Syariah Al Mizan Wlingi

pemenuhan syarat-syarat dan pengisian data harus dilaksanakan dikantor, selain itu juga perlunya survei dari pihak Koperasi pada calon anggota pinjaman. Mungkin hal ini menurut sebagian orang yang tidak memiliki banyak waktu, khususnya pekerja sangat menyita waktu mereka. Dan membuat mereka berfikir dua kali untuk mengajukan pinjaman.<sup>5</sup>

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Zuliatin yang membahas mengenai strategi pemasaran *personal selling* yang mendapat respon yang positif dan dapat menarik minat calon anggotanya. Menurutnya, dengan adanya strategi *personal selling* dapat meningkatnya daya beli bagi masyarakat.<sup>6</sup>

Dari pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa, strategi pemasaran *personal selling* dapat meningkatkan minat anggota Koperasi Syariah Al Mizan Wlingi dalam menabung, tetapi untuk pengajuan pinjaman tidak begitu banyak mengalami peningkatan dikarenakan ada beberapa prosedur yang harus dilakukan oleh calon anggota pinjaman.

---

<sup>5</sup> Rangkuman wawancara dengan Bapak Heri Prasetyo dan Bapak Puguh Hemawan

<sup>6</sup> Zulatin, Pengaruh *Personal Selling*, *Direct Selling* dan Hubungan Masyarakat Terhadap Kepuasan Nasabah pada BMT UGT Sidogiri KCP Kanigoro Blitar, (Tulungagung, IAIN Tulungagung), 2016

## **B. Kendala yang Dihadapi Koperasi Syariah Al Mizan Wlingi dalam Menjalankan Strategi Pemasaran Personal Selling**

Menurut Heri Sudarsono, ada beberapa kendala mendasar yang sering dihadapi oleh BMT, diantaranya adalah:

1. BMT masih kurang dikenal oleh masyarakat luas, sehingga jumlah nasabahnya tidak terlalu banyak.
2. Kurangnya promosi terhadap lembaga itu sendiri, maka kepercayaan masyarakat terhadap BMT masih kurang.
3. Belum memadainya SDM yang terdidik dan profesional, membuat BMT sulit berkembang.
4. Minimnya modal yang dimiliki oleh BMT sehingga sulit bersaing dengan lembaga keuangan lainnya.<sup>7</sup>
5. Masih banyak BMT yang belum mampu membangun kepercayaan dimasyarakat, dimana masyarakat terlanjur tidak percaya karena banyak koperasi yang kurang amanah atau koperasi tidak dikelola secara profesional.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kendala-kendala yang dihadapi Koperas Syariah Al Mizan Wlingi dalam menjalankan strategi pemasaran *personal selling* adalah:

---

<sup>7</sup> Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Yogyakarta: Ekonosia, 2003), hal:

1. kurangnya SDM kompeten yang ada dilapangan, karena hanya ada 1 karyawan lapangan. Hal itu menjadikan kurang efektif jalannya strategi *personal selling* dari Koperasi Syariah Al Mizan Wlingi.
2. Penerapan Targeting Pasar belum begitu berjalan, dimana pemasaran produk pada Koperasi Syariah Al Mizan Wlingi belum mampu membidik peluang pasar yang lebih luas.
3. Kepercayaan, ditengah-tengah masyarakat Koperasi Syariah dengan skala kecil belum mendapat begitu banyak kepercayaan, hal ini menjadi salah satu kendala yang dihadapi Koperasi Syariah Al Mizan Wlingi dalam menjalankan strategi *personal selling*.
4. Kurangnya komunikasi antara pihak Koperasi Syariah Al Mizan Wlingi dengan anggota, yang mengakibatkan tidak bertemunya antara karyawan Koperasi dengan anggota.

Sebagaimana dijelaskan dalam wawancara dengan Bapak Heri dan Bapak Puguh, mereka mengungkapkan bahwa kendala yang dikurangnya SDM kompeten yang ditempatkan di lapangan, itu menjadikan kurang efektif jalannya *personal selling* dari Koperasi Syariah Al Mizan Wlingi. Selain itu kurangnya kepercayaan masyarakat terhadap Koperasi Syariah dengan skala kecil sehingga untuk pemasaran produk sendiri kurang mampu membidik peluang pasar yang lebih luas. Dan kendala satu lagi yang Al Mizan hadapi

adalah sulitnya menentukan jadwal dengan anggota sehingga menjadikan karyawan kerja dua kali.<sup>8</sup>

Kendati demikian, Koperasi Syariah Al Mizan Wlingi berusaha meminimalisir kendala-kendala yang ada selama ini. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Bapak Heri, beliau mengungkapkan bahwa dengan strategi personal selling dimana karyawan Koperasi mendatangi rumah-rumah para anggota dimaksudkan untuk memperluas peluang pasar, dan selain itu untuk meminimalkan adanya tidak bertemunya karyawan koperasi dengan anggota, pihak koperasi menghubungi terlebih dahulu anggota yang akan didatangi, via telepon maupun WA. Hal itu dirasa cukup mampu meminimalisir kendala yang ada.<sup>9</sup>

Dari pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa, kendala-kendala yang ada di Koperasi Syariah Al Mizan Wlingi adalah kurangnya SDM kompeten yang ditempatkan di lapangan, penerapan targetting pasar yang belum begitu berjalan dimana Koperasi tidak dapat membidik peluang pasar yang lebih luas, dan kurang adanya kepercayaan masyarakat pada Koperasi Syariah berskala kecil.

---

<sup>8</sup> *Rangkuman wawancara Bapak Heri Prasetyo dan Bapak Puguh Hemawan*

<sup>9</sup> *Wawancara dengan Bapak Heri Prasetyo, tanggal 25 Februari 2019, jam 09.00 WIB, di kantor Koperasi Syariah Al Mizan Wlingi*

### C. Strategi Pemasaran Personal Selling pada Koperasi Syariah Al Mizan Wlingi

Sebagai salah satu lembaga keuangan syariah, ada beberapa strategi pemasaran yang dilakukan oleh Koperasi Syariah Al Mizan Wlingi untuk menarik minat anggota untuk menabung dan pengajuan pinjaman. Salah satu strategi pemasaran yang digunakan adalah *personal selling*. Menurut Philip Kotler *Personal selling* adalah presentasi atau penyajian lisan dalam suatu percakapan dengan satu atau lebih calon pembeli dengan tujuan agar melakukan suatu pembelian.<sup>10</sup>

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang ada pada Koperasi Syariah Al Mizan Wlingi adalah dengan cara penjualan pribadi atau *personal selling* dengan sistem *door to door*. *Door to door* merupakan metode pemasaran dengan cara petugas langsung mendatangi nasabah atau calon nasabah sehingga petugas leluasa menjelaskan mengenai produk serta sistem operasionalnya. Koperasi Syariah membutuhkan promosi dan sosialisasi secara lebih optimal di masyarakat. Keaktifan pengelola dalam memasarkan produk Koperasi Syariah merupakan komponen terpenting diantara komponen komponen lainnya yang akan menentukan tingkat keberhasilan lembaga. Salah satu cara efektif yang dapat dilakukan untuk mencapai target-target pemasaran produk Koperasi Syariah di awal

---

<sup>10</sup> Philip Kotler, *Prinsip-prinsip Manajemen Pemasaran, edisi 12 jilid 2, (Jakarta:Erlangga, 2006), hal: 297*

operasionalnya adalah dengan melakukan pendekatan *door to door*. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Bapak Heri bahwa karyawan koperasi mendatangi langsung anggota untuk mengambil tabungan maupun angsuran anggota, dan tidak jarang para anggota membawa saudara maupun tetangganya untuk ikut bergabung menjadi anggota Koperasi Syariah Al Mizan Wlingi.<sup>11</sup>

Untuk strategi pemasaran *personal selling* pada Koperasi Syariah Al Mizan Wlingi menurut Bapak Puguh berjalan sangat lancar, dimana para anggota memberikan respon yang positif hingga tidak ada masalah yang berarti.<sup>12</sup> Sebagaimana hasil wawancara peneliti dengan para anggota Koperasi, hampir semua anggota yang saya wawancara memberikan respon yang baik pada strategi *personal selling*. Mereka menjelaskan bahwa strategi *personal selling* sangat membantu mereka, ketika mereka ada kendala tidak bisa datang langsung ke koperasi, mereka tinggal menghubungi pihak koperasi untuk mengambil tabungan mereka maupun setoran pinjaman anggota.<sup>13</sup> Hal ini juga dimanfaatkan oleh pihak Koperasi sebagai ajang silaturahmi mereka dengan anggota.

Dari pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa, strategi pemasaran *personal selling* pada Koperasi Syariah Al Mizan Wlingi selama ini berjalan

---

<sup>11</sup> Wawancara dengan Bapak Heri Prasetyo, tanggal 25 Februari 2019, jam 09.00 WIB, di kantor Koperasi Syariah Al Mizan Wlingi

<sup>12</sup> Wawancara dengan Bapak Puguh Hemawan, tanggal 27 Februari 2019, jam 10.03 WIB, di Kantor Koperasi Syariah Al Mizan Wlingi

<sup>13</sup> Rangkuman wawancara dengan para anggota Koperasi Syariah Al Mizan Wlingi



dengan baik, dan mendapat respon yang pula baik dari para anggota. Hal ini memberikan nilai positif untuk perkembangan Koperasi Syariah Al Mizan Wlingi untuk kedepannya.