

## **Analisis Strategi Personal Selling pada Produk Funding di PT. BPR Syariah Carana Kiat Andalas Cabang Payakumbuh**

**Deli Safitri**

UIN Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi

Email: [delisafitr24@gmail.com](mailto:delisafitr24@gmail.com)

**Andy Riski Pratama**

UIN Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi

Email: [andyrezky24@gmail.com](mailto:andyrezky24@gmail.com)

**Abstract.** *This study aims to find out and explain how the personal selling strategy of funding products at PT. BPR Syariah Carana Branch of Kiat Andalas Payakumbuh and constraints on personal selling strategies on funding products at PT. BPR Syariah Carana Branch of Kiat Andalas Payakumbuh. Research conducted is descriptive qualitative, data collection techniques with observation, interviews and documentation. Data analysis techniques are SWOT analysis, IFE and EFE Matrix analysis, SWOT Matrix analysis, suspension weight table analysis.*

*After conducting research, it can be concluded that strategies that can be used to improve the personal selling strategy of funding products at PT. BPR Syariah Carana, Kiat Andalas Payakumbuh Branch, namely the SO strategy: 1) Maximizing personal selling with a door to door system to get new customers in unreached areas/market segments, 2) Increasing ease and speed in funding product transactions to attract working customers/actors businesses in Payakumbuh, 3) Maximizing the provision of personal selling staff as an evaluation and performance improvement for going into the field, 4) Maintaining service friendliness when carrying out a personal selling approach with customers so that it can become a long-term collaboration, 5) Always responsive in handling customer complaints so that create a good impression from customers and get new customer preferences from old customers. Obstacles faced in personal selling funding products: There is still a lack of human resources to carry out personal selling, the time is not suitable for customers, it takes longer to persuade customers, there are rival BPRs and BPRS, have the same target market as competitors.*

**Keywords:** *Strategy, Personal Selling, Funding Products*

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan bagaimana strategi personal selling pada produk funding di PT. BPR Syariah Carana Kiat Andalas Cabang Payakumbuh dan kendala strategi personal selling pada produk funding di PT. BPR Syariah Carana Kiat Andalas Cabang Payakumbuh. Penelitian yang dilakukan bersifat deskriptif kualitatif, teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data adalah analisis SWOT, analisis Matrik IFE dan EFE, analisis Matrik SWOT, analisis tabel bobot skors.

Setelah dilakukan penelitian dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi yang dapat digunakan untuk meningkatkan strategi *personal selling* pada produk funding di PT. BPR Syariah Carana Kiat Andalas Cabang Payakumbuh yaitu strategi SO: 1)Memaksimalkan

*Received Oktober 30, 2022; Revised November 2, 2022; Desember 22, 2022*

\* Deli Safitri, [delisafitr24@gmail.com](mailto:delisafitr24@gmail.com)

*personal selling* dengan sistem *door to door* untuk mendapatkan nasabah baru pada wilayah/ segmen pasar yang belum terjangkau, 2) Meningkatkan kemudahan dan kecepatan dalam transaksi produk funding untuk menarik minat nasabah pekerja/ pelaku usaha di Payakumbuh, 3) Memaksimalkan *briefing* kepada tenaga *personal selling* sebagai evaluasi dan peningkatan kinerja untuk terjun ke lapangan, 4) Mempertahankan keramahan pelayanan pada saat melakukan pendekatan *personal selling* dengan nasabah sehingga dapat menjadi kerjasama jangka panjang, 5) Selalu cepat tanggap dalam menghadapi keluhan nasabah sehingga terciptanya kesan baik dari nasabah dan mendapatkan preferensi nasabah baru dari nasabah lama. Kendala yang dihadapi pada saat melakukan *personal selling* pada produk funding: Masih kurangnya SDM untuk melakukan *personal selling*, tidak sejalan waktu dengan nasabah, membutuhkan waktu yang lebih banyak untuk membujuk nasabah, adanya BPR dan BPRS saingan, memiliki target pasar yang sama dengan pesaing.

**Kata kunci:** Strategi, *Personal Selling*, Produk Funding

## **LATAR BELAKANG**

Promosi adalah kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh seseorang atau perusahaan dengan masyarakat luas, yang bertujuan untuk memperkenalkan sesuatu (barang/ jasa/ merek /perusahaan) kepada masyarakat dan sekaligus memengaruhi masyarakat luas agar membeli dan menggunakan produk tersebut. (Muh.Nur Eli,2021) Kegiatan promosi bertujuan untuk memberitahukan dan mengkomunikasikan kepada masyarakat tentang keberadaan produk, tentang kemanfaatan, tentang keunggulan, tentang atribut-atribut yang dimiliki, tentang harga, dimana dan cara memperolehnya. Kegiatan promosi menjadi penting di era keterbukaan informasi ini. Masyarakat sudah dibuat kenyang dengan informasi yang membanjir. Oleh karena itu bank harus mempunyai cara yang efektif untuk menyampaikan berita dan informasi kepada masyarakat terkait produk yang dimilikinya.

Beberapa alat promosi dikenal dengan bauran promosi yang merupakan gabungan dari variabel periklanan, promosi penjualan, publisitas, penjualan perseorangan (*personal selling*). Periklanan merupakan promosi yang dilakukan dalam bentuk tayangan atau gambar yang tertuang dalam spanduk, brosur, *billboard*, koran, majalah, televisi dan radio. Promosi penjualan merupakan promosi yang digunakan untuk meningkatkan penjualan melalui potongan harga atau hadiah pada waktu tertentu terhadap barang tertentu pula. Publisitas merupakan promosi yang dilakukan untuk menaikkan citra bank di depan calon nasabah atau nasabahnya melalui kegiatan sponsorship terhadap kegiatan

amal atau sosial. *Personal selling* merupakan promosi yang dilakukan melalui pribadi - pribadi karyawan bank dalam melayani serta ikut memengaruhi nasabah. (Kasmir,2004)

Menurut Tjiptono (2008) *Personal Selling* yaitu komunikasi yang dilakukan secara tatap muka antara penjual dan calon pelanggan untuk memperkenalkan produk kepada calon pelanggan dan membentuk pemahaman pelanggan terhadap produk sehingga mereka kemudian akan mencoba dan membeli produk yang ditawarkan. (Firliyanti Kaluku,2018) *Personal Selling* menggunakan orang atau individu dalam kegiatannya. Sehingga, komunikasi yang dilakukan secara individu dapat lebih mudah dan cepat dibandingkan alat-alat promosi lainnya. Hal ini karena terjadinya interaksi yang bersifat pribadi atau perseorangan secara langsung antara seorang potensial dengan *salesman*. Dimana *salesman* dapat mengetahui keinginan, motif, dan perilaku konsumen sekaligus dapat melihat reaksi atau respon konsumen terkait produk yang ditawarkan pihak perusahaan/ lembaga.

Seiring dengan perkembangan BPRS di daerah Payakumbuh, salah satu diantaranya yaitu PT. BPR Syariah Carana Kiat Andalas Cabang Payakumbuh yang merupakan Lembaga keuangan yang mempraktikkan sistem dan operasionalnya berdasarkan prinsip syariah Islam, sehingga bank ini dijalankan dengan mengikuti kaidah-kaidah yang sesuai dengan Al-Qur'an dan Hadist. Kegiatan operasional atau usaha PT. BPR Syariah Carana Kiat Andalas Cabang Payakumbuh adalah dalam bentuk penghimpunan dana berupa tabungan dan deposito, dan penyaluran dana berupa pembiayaan.

Jemput bola merupakan bentuk penerapan *personal selling*, saat konsumen berinteraksi secara tatap muka atau langsung oleh salesman atau dalam perbankan yaitu Marketing Funding. (Muhammad Hamdan,2021) Kegiatan *personal selling* di PT. BPR Syariah Carana Kiat Andalas Cabang Payakumbuh adalah mencari nasabah baru dan memberikan pengetahuan mengenai sistem bank dan produk yang tersedia secara *door to door* atau sistem jemput bola, seperti mendatangi rumah ke rumah nasabah, berkunjung ke majelis ta'lim, mendatangi sekolah-sekolah, pasar, toko, dan warung-warung untuk melakukan promosi.

Dalam meningkatkan jumlah nasabah untuk mencapai target dana funding yang diharapkan oleh PT. BPR Syariah Carana Kiat Andalas Cabang Payakumbuh berdasarkan wawancara dengan Bapak Mustopa Ahmad pimpinan cabang yaitu melalui *personal*

*selling* dengan sistem *door to door* atau jemput bola, dimana pihak marketing funding atau karyawan PT. BPR Syariah Carana Kiat Andalas Cabang Payakumbuh langsung mendatangi nasabah/calon nasabah pada setiap hari kerja.

Berikut disajikan data terkait pertumbuhan dan perkembangan produk penghimpunan dana (funding) yaitu produk tabungan dan deposito di PT. BPR Syariah Carana Kiat Andalas Cabang Payakumbuh:

**Tabel .1**  
**Data Produk Funding di PT. BPR Syariah Carana Kiat Adalal Cabang**  
**Payakumbuh Dari Tahun 2016-2021**

Produk	Tahun	Jumlah Nasabah	% Kenaikan/ Penurunan	Jumlah Dana	% Kenaikan/ Penurunan
Tabungan	2016	1234	-	434.040.058	-
	2017	1320	6,97%	320.370.539	(26,19%)
	2018	1442	9,24%	348.170.981	8,68%
	2019	1555	7,84%	477.098.518	37,03%
	2020	1795	15,43%	957.321.864	100,65%
	2021	2028	12,98%	1.416.028.317	47,91%
Deposito	2016	1	-	9.500.000	-
	2017	1	0%	8.500.000	(10,53%)
	2018	2	100%	8.500.000	0%
	2019	1	(50%)	38.500.000	3,53%
	2020	7	600%	262.550.000	5,82%
	2021	2	(71,43%)	13.000.000	(95,05%)

*Sumber: PT. BPR Syariah Carana Kiat Andalas Cabang Payakumbuh*

Berdasarkan tabel .1 dapat dilihat perkembangan produk funding di PT. BPR Syariah Carana Kiat Andalas Cabang Payakumbuh yang pertama yaitu produk Tabungan, pada 5 tahun terakhir jumlah nasabah produk tabungan mengalami peningkatan setiap tahunnya dengan persentase kenaikan jumlah nasabah naik-turun. Selanjutnya produk Deposito, pada 5 tahun terakhir jumlah nasabah deposito naik turun dan masih minim peminatnya dengan persentase kenaikan jumlah nasabah naik-turun. Untuk perkembangan jumlah dana produk funding dapat dilihat bahwa perkembangan jumlah dana produk tabungan dan deposito mengalami penurunan pada tahun terakhir yang signifikan. Berdasarkan tabel .1 disimpulkan bahwa jumlah nasabah pada produk tabungan meningkat setiap tahunnya, dan pada produk deposito jumlah nasabahnya

berfluktuasi dan masih sedikit peminatnya dengan persentase kenaikan jumlah nasabah produk funding keduanya naik-turun. Sedangkan perkembangan jumlah dana produk tabungan dan deposito mengalami persentase yang menurun pada tahun terakhir.

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Mustopa Ahmad Pimpinan Cabang PT. BPR Syariah Carana Kiat Andalas Cabang Payakumbuh mengatakan bahwa strategi *personal selling* yang diterapkan pada produk funding belum maksimal karena belum tercapainya target sesuai dengan yang diharapkan. Target yang diharapkan PT. BPR Syariah Carana Kiat Andalas Cabang Payakumbuh sebesar Rp. 500.000.000/bulan atau sama dengan Rp. 6.000.000.000/tahun. (Mustopa Ahmad,2021) Berdasarkan tabel dapat kita lihat bahwa jumlah dana funding tahun terakhir yaitu pada produk tabungan wadiah Rp. 1.416.028.317 dan deposito tahun terakhir Rp. 13.000.000, jika ditotalkan dana funding baru mencapai Rp. 1.429.028.317. Untuk itu perusahaan terus mendukung bagian marketing untuk mendapatkan nasabah baru yang potensial, karena dengan meningkatnya jumlah nasabah maka dana funding juga akan meningkat.

Hal yang menyebabkan belum tercapainya target dana funding di PT. BPR Syariah Carana Kiat Andalas Cabang Payakumbuh berdasarkan wawancara dengan Bapak Mustopa Ahmad selaku pimpinan cabang yaitu adanya persaingan dengan bank syariah lainnya dalam merebut nasabah yang ada di Payakumbuh, diantaranya yaitu BPRS Al-Makmur dimana lokasi bank antara PT. BPR Syariah Carana Kiat Andalas Cabang Payakumbuh dengan BPRS Al-Makmur sangat dekat, lokasi yang dekat dengan pesaing ini akan mempengaruhi minat calon nasabah di daerah Payakumbuh untuk bergabung. Bank syariah lainnya di Payakumbuh yaitu: Bank Syariah Indonesia, Bank Muamalat, BPRS Haji Miskin, PT. BPR Syariah Ampek Angkek Canduang, Bank Nagari Syariah, BMT Al Fataya dan juga bank-bank konvensional lainnya di Payakumbuh. (Mustopa Ahmad,2021)

Terkait target pasar untuk melakukan promosi *personal selling* diantaranya yaitu Pasar Buah dan pasar Payakumbuh, dijumpai beberapa tenaga funding dari bank syariah dan bank konvensional di daerah Payakumbuh dimana mereka juga memiliki nasabah di tempat yang sama dengan PT. BPR Syariah Carana Kiat Andalas Cabang Payakumbuh. Dalam hal ini tentunya tenaga promosi dari PT. BPR Syariah Carana Kiat Andalas Cabang Payakumbuh bersaing secara kompetitif dengan tenaga funding dalam

mendapatkan nasabah baru untuk bergabung menggunakan produk penghimpunan dana baik itu tabungan maupun deposito. (Mustopa Ahmad,2021)

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini adalah penelitian yang bersifat deskriptif kualitatif. Yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara menggambarkan kejadian yang terjadi di lapangan atau penelitian yang mencoba menggambarkan, menunjukkan dan menafsirkan fenomena yang berkembang pada masa sekarang. Penelitian deskriptif kualitatif ini memusatkan perhatian pada Analisis Strategi Personal Selling pada Produk Funding di PT. BPR Syariah Carana Kiat Andalas Cabang Payakumbuh.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **A. Strategi *Personal Selling* pada Produk Funding di PT. BPR Syariah Carana Kiat Andalas Cabang Payakumbuh**

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan dengan Bapak Mustopa Ahmad selaku Pimpinan PT. BPR Syariah Carana Kiat Andalas Cabang Payakumbuh mengatakan bahwa: dalam meningkatkan jumlah nasabah untuk mencapai target funding yaitu dilakukan dengan strategi *personal selling* dengan sistem *door to door* atau jemput bola, yang mana *door to door* adalah cara Marketing Funding untuk mendapatkan nasabah baru dengan mendatangi rumah ke rumah, sekolah, toko, dan pasar-pasar untuk melakukan promosi. Pihak marketing funding akan melakukan komunikasi langsung (tatap muka) untuk mempengaruhi nasabah sehingga mereka berminat menggunakan produk funding yang disediakan di PT. BPR Syariah Carana Kiat Andalas Cabang Payakumbuh.

Untuk melakukan *personal selling* terdiri dari beberapa tahap yaitu tahap mencari prospek dan kualifikasi, tahap pra-pendekatan, tahap pendekatan, tahap presentasi, tahap menangani keberatan, tahap menutup penjualan, dan tahap tindak lanjut. Berikut adalah kesimpulan tahap strategi *personal selling* yang diterapkan oleh PT. BPR Syariah Carana Kiat Andalas Cabang Payakumbuh yang penulis peroleh berdasarkan pedoman wawancara bersama pihak marketing funding yang melakukan *personal selling*.

### 1. Tahap Mencari Prospek

Langkah pertama dalam *personal selling* yaitu mencari prospek dengan mengidentifikasi calon pelanggan potensial. Dalam mencari nasabah produk funding di PT. BPR Syariah Carana Kiat Andalas Cabang Payakumbuh adalah dengan sistem *door to door* dimana pihak marketing funding langsung mendatangi rumah-rumah nasabah, pasar, toko dan sekolah. Pada saat melakukan promosi *personal selling* dengan nasabah pihak marketing funding juga mendapat rujukan/preferensi calon nasabah baru dari pihak nasabah yang telah bergabung sebelumnya seperti tetangga/keluarga dari nasabah lama yang ingin menitipkan dana di bank, lalu nasabah lama akan menyarankan untuk bergabung dengan PT. BPR Syariah Carana Kiat Andalas Cabang Payakumbuh. di Payakumbuh terdapat pasar Ibuah dan pasar Payakumbuh yang merupakan target PT. BPR Syariah Carana Kiat Andalas Cabang Payakumbuh, pihak marketing funding diberikan support oleh pihak pimpinan cabang pada setiap melakukan *breefing* untuk terus mencari nasabah baru di pasar maupun sekolah yang baru dibangun di Payakumbuh.

### 2. Tahap Pra-Pendekatan

Sebelum mendekati calon pembeli, tenaga penjual harus mempelajari latar belakang pelanggan, atau perusahaan calon pembeli yang disebut dengan pra-pendekatan. Pra-pendekatan di PT. BPR Syariah Carana Kiat Andalas Cabang Payakumbuh tidak diterapkan, karena perusahaan langsung melakukan pendekatan dengan nasabah pada saat melakukan *personal selling* dengan sistem *door to door* tanpa harus mempelajari latar belakangnya terlebih dahulu.

Dengan tidak diterapkannya tahap pra-pendekatan ini sering sekali nasabah yang sudah bergabung dinilai tidak potensial untuk menitipkan dananya di bank. Seringkali awalnya nasabah menabung, setelah itu mereka tidak menabung lagi di waktu berikutnya. Dan nasabah tersebut sulit ditemui, ketika pihak marketing funding mengunjungi ke rumah nasabah berpura-pura tidak mendengarkan akan datangnya pihak bank ke rumahnya.

### 3. Tahap Pendekatan

Langkah berikutnya adalah pendekatan, disini tenaga penjual sudah mengetahui bagaimana cara untuk menyapa dan membangun hubungan baik. Tahap pendekatan yang dilakukan oleh pihak Marketing Funding di PT. BPR Syariah

Carana Kiat Andalas Cabang Payakumbuh yaitu dengan langsung mendatangi calon nasabah dengan kesan yang baik dengan menerapkan salam, senyum, sapa dan melakukan basa-basi lain yang akan membuat nasabah merasa berminat dan tertarik untuk mendengarkan penawaran/promosi terkait produk funding. Selanjutnya pihak marketing funding akan menanyakan terkait apakah nasabah sudah pernah bertransaksi di bank syariah atau belum.

#### 4. Tahap Presentasi

Pada langkah selanjutnya yaitu menjelaskan “cerita” dari produk yang ditawarkannya, memberikan penekanan bahwa produk yang ditawarkannya memberikan manfaat kepada calon pembeli. Tahap presentasi yang dilakukan oleh pihak Marketing Funding di PT. BPR Syariah Carana Kiat Andalas Cabang Payakumbuh yaitu menjelaskan produk dengan ringkas dan persyaratan yang mudah seperti pada produk tabungan dengan syarat setoran pertama Rp. 10.000 selanjutnya bisa menabung sebanyak Rp. 5000 dan penyetoran/ penarikannya bisa dilakukan dirumah tanpa harus pergi ke bank. Pada produk deposito jumlah deposito minimal yaitu Rp 2.000.000 baik untuk perorangan atau badan. Pada saat presentasi produk tenaga marketing funding hanya fokus mempresentasikan produk funding tabungan, dan produk deposito jarang dipresentasikan kepada nasabah. Sebagaimana hasil wawancara dengan tenaga funding mengatakan bahwa untuk produk deposito sangat jarang ditanyakan oleh pihak nasabah. Berdasarkan hal tersebut disimpulkan bahwa pada tahap presentasi produk masih belum maksimal dan hendaknya tenaga marketing funding untuk antusias memperkenalkan produk funding kepada perorangan ataupun pengusaha yang sekitarnya memiliki dana berlebih dan tidak digunakan dalam jangka waktu tertentu. Dalam melakukan presentasi produk funding membutuhkan waktu yang lebih banyak untuk dapat membujuk nasabah bergabung dengan PT. BPR Syariah Carana Kiat Andalas Cabang Payakumbuh di tengah-tengah ketatnya persaingan antar bank pada target/segmen pasar yang sama.

Tidak sejalannya waktu yang dimiliki pada saat melakukan presentasi dengan nasabah sehingga penyampaian informasi untuk produk funding kurang optimal. Dan waktu nasabah pada saat tenaga marketing funding melakukan presentasi juga terbatas karena nasabah memiliki aktivitas lain sehingga tidak tercerna akan informasi yang disampaikan.

#### 5. Tahap Menangani Keberatan

Pada saat melakukan presentasi, calon pelanggan hampir setiap kali memiliki keberatan ketika proses presentasi atau ketika hendak membeli/ mencoba produk. Tahap menangani keberatan yang diterapkan di PT. BPR Syariah Carana Kiat Andalas Cabang Payakumbuh pada saat melakukan *personal selling* kepada nasabah yaitu dengan bertanya kepada calon nasabah secara langsung untuk mengklarifikasi keberatan, dan memberikan informasi tambahan terkait produk funding. Produk funding tabungan memiliki kelemahan yaitu tidak adanya ATM, nasabah mengeluhkan bagaimana nanti jika nasabah memerlukan uang sewaktu-waktu untuk keperluan mendesak. Pihak marketing funding menjelaskan dan memberikan solusi terkait keberatan nasabah tersebut dengan menjelaskan bahwa penyetoran dan penarikan dapat dilakukan di rumah, dimana pihak nasabah jika memiliki keperluan mendesak nantinya bisa menghubungi pihak marketing funding lewat WA bahwa akan menarik. Pihak marketing funding akan menyediakan uang untuk nasabah dan diantar kerumah tanpa perlu nasabah pergi ke bank.

Nasabah juga memiliki keberatan akan persyaratan seperti perlunya tanda tangan di formulir pendaftaran jika menjadi nasabah produk funding, pihak marketing funding kemudian menjelaskan bahwa formulir akan diantarkan ke alamat nasabah untuk ditandatangani tanpa harus pergi ke kantor.

#### 6. Tahap Penutupan

Setelah menyelesaikan keberatan nasabah, selanjutnya yaitu menutup penjualan. Dimana tenaga penjual menangkap sinyal dari calon pembeli bahwa dia akan melakukan pembelian atau mencoba produk, menanyai produk dan syarat-syarat yang perlu disediakan terkait produk yang ditawarkan. Tahap penutupan yang dilakukan oleh tenaga Marketing Funding di PT. BPR Syariah Carana Kiat Andalas Cabang Payakumbuh yaitu setelah berhasil memberikan informasi terkait keberatan calon nasabah sebelum bergabung menjadi nasabah, disini nasabah memberikan gestur bahwa setuju untuk menggunakan produk funding dengan menanyakan berapa setoran awal, dan bagaimana sistem menggunakan produk jika sudah bergabung menjadi nasabah produk funding di PT. BPR Syariah Carana Kiat Andalas Cabang Payakumbuh.

#### 7. Tahap Tindak Lanjut

Langkah terakhir yaitu tindak lanjut, penting untuk tenaga penjual memastikan kepuasan pelanggan. Perlu menjadwalkan kunjungan lanjutan dengan pelanggan ketika nasabah telah bersedia menggunakan produk. Penerapan tindak lanjut tenaga Marketing Funding di PT. BPR Syariah Carana Kiat Andalas Cabang Payakumbuh yaitu menyelesaikan persyaratan yang belum lengkap kepada nasabah yang telah setuju bergabung, dimana tenaga marketing funding akan menjadwalkan pertemuan kembali untuk meminta tanda tangan nasabah dan fotocopy persyaratan dan pemberian buku tabungan serta menjemput dana nasabah yang ingin menabung selanjutnya setelah menyetor dana awal dengan layanan jemput bola. Tindak lanjut lainnya strategi *personal selling* pada produk funding, tenaga marketing funding melakukan *follow up* seperti tetap menjalin silaturahmi dengan nasabah lama agar terciptanya kerjasama jangka panjang nantinya.

#### **B. Kendala Strategi *Personal Selling* pada Produk Funding di PT. BPR Syariah Carana Kiat Andalas Cabang Payakumbuh**

Kendala yang dihadapi oleh tenaga *personal selling* (marketing funding) dalam melakukan promosi *personal selling* pada produk funding berdasarkan hasil wawancara yaitu sebagai berikut:

1. Masih kurangnya SDM untuk melakukan *personal selling*, dimana jumlah tenaga *personal selling* pada produk funding hanya 2 orang sehingga hal ini menyebabkan masih adanya wilayah/ segmen pasar yang belum terjangkau secara optimal dan terkadang *job description* sering berhimpitan.
2. Tidak sejalannya waktu dengan nasabah, seringkali pada saat tenaga marketing datang ke rumah nasabah ternyata nasabah tidak ada dirumahnya. Dan pada saat melakukan presentasi menjadi kurang optimal karena nasabah memiliki aktivitas lain dan waktu yang terbatas sehingga menjadikan nasabah tidak tercerna akan informasi yang disampaikan.
3. Membutuhkan waktu yang lebih banyak dalam membujuk nasabah, dalam melakukan *personal selling* membutuhkan waktu yang lebih untuk menjadikan nasabah potensial untuk menitipkan dananya di bank dengan karakter nasabah yang berbeda-beda yang harus dipahami oleh tenaga *personal selling* (marketing funding) yang membutuhkan pendekatan berulang.

4. Adanya BPR dan BPRS saingan, dengan adanya persaingan dari bank lain hal ini menjadi kendala sekaligus ancaman bagi PT. BPR Syariah Carana Kiat Andalas Cabang Payakumbuh dalam melakukan *personal selling* pada produk funding, dimana bank lain yang memiliki strategi promosi yang lebih menarik, dan produk yang dipasarkan sama dengan bank pesaing.
5. Memiliki target pasar yang sama dengan pesaing, dimana pada saat melakukan *personal selling* pada produk funding di pasar sasaran ditemukan tenaga funding dari bank lain yang melakukan promosi.

Berikut adalah strategi yang dapat digunakan untuk meningkatkan strategi *personal selling* pada produk funding di PT. BPR Syariah Carana Kiat Andalas Cabang Payakumbuh:

- a. Memaksimalkan *personal selling* dengan sistem *door to door* untuk mendapatkan nasabah baru pada wilayah/ segmen pasar yang belum terjangkau

Masih adanya wilayah/ segmen pasar yang belum terjangkau menjadi peluang bagi PT. BPR Syariah Carana Kit Andalas Cabang Payakumbuh dalam mempromosikan produk funding kepada calon nasabah guna tercapainya target yang diharapkan oleh perusahaan. Dengan adanya strategi promosi melalui *personal selling* dengan sistem *door to door* yaitu memperkenalkan produk yang ada di bank kepada nasabah melalui komunikasi secara langsung atau tatap muka akan memudahkan calon nasabah dalam memahami informasi akan produk yang ditawarkan oleh pihak bank.

Dengan *personal selling* terdapat pengaruh secara langsung yang timbul pada saat pertemuan tatap muka antara pihak bank dengan nasabah. Dimana terdapat pengkomunikasian fakta yang diperlukan untuk mempengaruhi keputusan nasabah dalam rangka membujuk nasabah untuk menggunakan produk yang ada pada bank. Dengan demikian *personal selling* dinilai efektif terutama dalam membangun keyakinan, preferensi dan tindakan nasabah terkait produk yang ditawarkan terutama pada wilayah/segmen pasar yang belum terjangkau.

- b. Meningkatkan kemudahan dan kecepatan dalam transaksi produk funding untuk menarik minat nasabah pekerja/ pelaku usaha di Payakumbuh

Pada saat sekarang ini lembaga perbankan harus meningkatkan kemudahan dan kecepatan dalam transaksi produk funding atau penghimpunan dana dari masyarakat. Sehingga hal tersebut akan menarik minat para pekerja/ pelaku usaha di Payakumbuh untuk menempatkan dananya di bank. Transaksi produk funding (penghimpunan dana) yang lama akan mempengaruhi minat nasabah untuk menempatkan dananya pada lembaga perbankan.

Target calon nasabah PT. BPR Syariah Carana Kiat Andalas Cabang Payakumbuh dominan pada daerah pasar terutama pasar Payakumbuh dan pasar Ikuah. Calon nasabah yang ada di pasar yang ingin dan berminat menitipkan dananya di bank terbatas oleh profesi sebagai seorang pedagang atau pelaku usaha lainnya sehingga tidak bisa meninggalkan aktivitasnya untuk pergi ke bank. Kondisi ini memberikan peluang bagi PT. BPR Syariah Carana Kiat Andalas Cabang Payakumbuh untuk menerapkan strategi jemput tabungan sebagai bentuk dalam upaya kemudahan dalam bertransaksi produk funding. Tidak hanya itu melengkapi persyaratan produk funding tidak perlu datang ke kantor, melainkan dapat dilakukan pada saat tenaga marketing funding melakukan *personal selling* dengan sistem *door to door*.

- c. Memaksimalkan *briefing* kepada tenaga *personal selling* sebagai evaluasi dan peningkatan kinerja untuk terjun ke lapangan

*Briefing* atau pengarahan sendiri merupakan salah satu bentuk komunikasi tatap muka yang digunakan sebagai sarana penyampaian informasi atau kebutuhan yang dalam hal ini dikhususkan pada lingkungan organisasi kerja. Adanya *briefing* dapat menjadi salah satu wadah bertukar pikiran antara sesama karyawan atau dengan pimpinan. Komunikasi yang berlangsung didalamnya dapat berupa dialog yang singkat, jelas, dan terukur sehingga interaksi karyawan dengan pimpinan dapat menjadikan sebuah ruang untuk menguatkan kinerja. *Briefing* menjadikan hubungan kerja terasa dekat, menyatukan semua elemen yang berada di dalam organisasi sehingga terbentuk soliditas bersama dalam rangka peningkatan kualitas kinerja. *Briefing* juga berfungsi sebagai sarana untuk saling mengingatkan prioritas bersama yang mungkin beberapa karyawan lalai akibat rutinitas kerja yang padat.

Memaksimalkan briefing kepada tenaga *personal selling* sangat diperlukan untuk evaluasi dan peningkatan kinerja untuk terjun ke lapangan. Dan sebagai bentuk komunikasi tatap muka antara pimpinan cabang PT. BPR Syariah Carana Kiat Andalas Cabang Payakumbuh dengan tenaga marketing funding terkait strategi *personal selling* dan target funding yang harus dicapai dalam jangka tertentu. *Briefing* juga bermanfaat sebagai wadah bertukar pikiran dan menemukan solusi atas masalah dan kendala yang ditemukan di lapangan bersama pimpinan sehingga tenaga marketing funding dapat menentukan langkah/strategi menghadapi hal tersebut sebagai peningkatan kinerja dalam melakukan *personal selling* pada produk funding di PT. BPR Syariah Carana Kiat Andalas Cabang Payakumbuh.

- d. Mempertahankan keramahan pelayanan pada saat melakukan pendekatan *personal selling* dengan nasabah sehingga dapat menjadi kerjasama jangka panjang

Keramahan merupakan salah satu faktor untuk membangun kedekatan dengan nasabah. Keramahan merupakan bentuk personalisasi yang akan membuat nasabah merasa akrab, senang dan bersahabat. Keramahan pelayanan adalah bagian yang terpenting karena dapat berdampak pada kepuasan maupun kedekatan karyawan dengan nasabah. Karyawan yang ramah merupakan satu aspek kunci dari satu hubungan pelayanan jasa yang dilakukan oleh lembaga perbankan.

Keramahan pelayanan diperlukan dalam melakukan *personal selling* kepada nasabah dimana nantinya di lapangan tenaga marketing funding akan menemukan nasabah dengan berbagai karakter. Keramahan dalam pelayanan yang diberikan oleh tenaga marketing funding selalu menjadi nilai penting di mata calon nasabah/nasabah lama. Jadi sebagai seorang marketing funding harus ramah kepada nasabah sehingga nantinya nasabah akan merasa nyaman dan puas akan pelayanan yang diberikan oleh tenaga marketing yang akan berdampak pada kerjasama jangka panjang untuk terus menempatkan dananya di PT. BPR Syariah Carana Kiat Andalas Cabang Payakumbuh dan menggunakan produk lain yang disediakan oleh PT. BPR Syariah Carana Kiat Andalas Cabang Payakumbuh.

- e. Selalu cepat tanggap dalam menghadapi keluhan nasabah sehingga terciptanya kesan baik dari nasabah dan mendapatkan preferensi nasabah baru dari nasabah lama

Menghadapi keluhan atau keberatan yang datang dari nasabah juga memerlukan strategi khusus, dalam menghadapi keluhan dan keberatan nasabah akan

mempertaruhkan citra perusahaan itu sendiri dan bisa berdampak negatif. Dengan merespon keluhan atau cepat tanggap terhadap komplain akan menghambat penyebaran citra negatif akan perusahaan. Tenaga marketing funding dalam menghadapi keluhan nasabah harus memberikan rasa empati kepada nasabah, dan berpikir bahwa apa yang dialami nasabah juga menyimpannya. Dengan memiliki rasa empati maka tenaga marketing funding akan mengetahui bagaimana cara menangani keluhan nasabah. Tenaga marketing funding dalam menghadapi keluhan nasabah harus bersikap tenang dan sopan dalam mendengarkan keluhan yang dirasakan oleh nasabah.

Sebagai seorang tenaga marketing funding harus menanamkan sikap untuk selalu mengucapkan maaf terlebih dahulu meskipun tidak salah kepada nasabah. Dan juga tidak lupa untuk berterimakasih kepada nasabah . Dengan cepat tanggap dalam menghadapi keluhan nasabah akan memunculkan kesan positif dari nasabah sehingga nantinya akan mendapatkan preferensi nasabah baru dari nasabah lama. Contohnya saja, jika terjadi kesalahan pencatatan oleh tenaga marketing funding atau kelupaan oleh nasabah dalam menarik uang . Maka tenaga marketing harus cepat tanggap dalam menghadapi keluhan tersebut sehingga tidak terjadi kesalahpahaman dengan nasabah dengan mengutamakan sikap sopan dan tidak lupa meminta maaf kepada nasabah. Agar nasabah tersebut merasa puas dengan tenaga marketing funding dan memberikan citra yang positif terhadap perusahaan dan menghambat penyebaran citra negatif.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi yang dapat digunakan untuk meningkatkan strategi *personal selling* pada produk funding di PT. BPR Syariah Carana Kiat Andalas Cabang Payakumbuh yaitu strategi SO:

- a. Memaksimalkan *personal selling* dengan sistem *door to door* untuk mendapatkan nasabah baru pada wilayah/ segmen pasar yang belum terjangkau
- b. Meningkatkan kemudahan dan kecepatan dalam transaksi produk funding untuk menarik minat nasabah pekerja/ pelaku usaha di Payakumbuh
- c. Memaksimalkan *briefing* kepada tenaga *personal selling* sebagai evaluasi dan peningkatan kinerja untuk terjun ke lapangan

- d. Mempertahankan keramahan pelayanan pada saat melakukan pendekatan *personal selling* dengan nasabah sehingga dapat menjadi kerjasama jangka panjang
- e. Selalu cepat tanggap dalam menghadapi keluhan nasabah sehingga terciptanya kesan baik dari nasabah dan mendapatkan preferensi nasabah baru dari nasabah lama.

Kendala yang dihadapi pada saat melakukan *personal selling* pada produk funding yaitu: masih kurangnya SDM untuk melakukan *personal selling*, Tidak sejalannya waktu dengan nasabah, membutuhkan waktu yang lebih banyak untuk membujuk nasabah, adanya BPR dan BPRS saingan, memiliki target pasar yang sama dengan pesaing.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Ainulyaqin, Muhammad Hamdan. 2021. Analisis Peranan Strategi Marketing Funding dalam Peningkatan Jumlah Nasabah dan Dana Pihak Ketiga. *Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Bisnis Syariah*. 3(1):146
- Andrianto, dan M Anang Firmansyah. 2019. *Manajemen Bank Syariah*. Jakarta: CV Penerbit Qiara Media
- Anggito, Albi dan Johan Setiawan. 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jawa Barat: CV Jejak
- Astuti, Tri Yuli. 2017. *Analisis Strategi Personal Selling dalam Perkembangan Jumlah Tabungan Anggota di BMT Al-Fath Mandiri Karongwotan Pati*. Kudus: STAIN Kudus
- Banjarnahor, Astri Rumondang dkk. 2021. *Manajemen Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Yayasan Kita Menulis
- Budiarta, Kustoro. 2009. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Mitra Wacana Media
- Caroline dan dkk. 2021. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Cirebon: Insania
- DF, Fajar Nur'aini. 2016. *Teknik Analisis SWOT*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia
- Febiola, Nimas Ayu Putri. 2019. *Analisis Strategi Pemasaran Personal Selling pada Produk Syariah Pembiayaan dalam Meningkatkan Penjualan Polis Asuransi*. Lampung: UIN Raden Intan Lampung
- Firmansyah, Anang. 2020. *Komunikasi Pemasaran*. Jawa Timur: CV Penerbit Qiara Media
- Haryanto, Rudy. 2020. *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*. Pamekasan: Duta Media Publishing
- Huda, Nurul, dkk. 2017. *Pemasaran Syariah Teori dan Aplikasi*. Depok: KENCANA
- Ibrahim, Muh Nur Eli. 2021. *Produk Kreatif dan Kewirausahaan*. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET
- Ikit. 2018. *Manajemen Dana Bank Syariah*. Yogyakarta: Gava Media

Kaluku, Firliyanti. 2018. Analisis Bauran Promosi terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Unggulan pada Bank Syariah Mandiri Cabang Manado. *Jurnal EMBA*. 6(2): 890

Kasmir. 2004. *Pemasaran Bank*. Jakarta: KENCANA

Kurniawan, Muhammad. 2021. *Bank dan Lembaga keuangan Syariah*. Jawa Barat: Cv Adanu Abitama

Melati. 2020. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CV Budi Utama

Nasional, Departemen Pendidikan. 2008. *Kamus Bahasa Indonesia*. Jakarta: Pusat Bahasa

Putri, Sintia Anggriani. 2021. *Analisis Strategi Personal Selling pada Produk Tabungan Impian Ib di Bank Syariah Indonesia KCP Mojokerto Majapahit 2 Dimasa Pandemic Covid 19*. Ponorogo: IAIN Ponorogo

Rahim, Abd Rahman. 2016. *Manajemen Strategi*. Makassar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar