SKRIPSI

PENGUKURAN KINERJA *PERSONAL SELLING* AOM MELALUI RESPON NASABAH KUR DI BRI SYARIAH KANTOR CABANG BANDAR LAMPUNG KEDATON

Oleh:

OKVITARIA KURNIA DEWI
NPM. 1502100290

Jurusan S1 Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1441 H / 2020 M

PENGUKURAN KINERJA *PERSONAL SELLING* AOM MELALUI RESPON NASABAH KUR DI BRI SYARIAH KANTOR CABANG BANDAR LAMPUNG KEDATON

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:

OKVITARIA KURNIA DEWI
NPM. 1502100290

Pembimbing I : Hj. Siti Zulaikha, S.Ag, MH
Pembimbing II : Zumaroh, M.E.Sy

Jurusan S1 Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1441 H / 2020 M

NOTA DINAS

Nomor :
Lampiran : 1 (satu) berkas
Hal : **Pengajuan untuk Dimunaqosyahkan Saudara Okvitaria Kurnia Dewi**

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro
Di _
Tempat

Assalammu'alaikum Wr. Wb.

Setelah Kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan seperlunya maka skripsi saudara:

Nama : **OKVITARIA KURNIA DEWI**
NPM : 1502100290
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Judul : **PENGUKURAN KINERJA *PERSONAL SELLING* AOM MELALUI RESPON NASABAH KUR DI BRI SYARIAH KANTOR CABANG BANDAR LAMPUNG KEDATON**

Sudah dapat kami setujui dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro untuk dimunaqosyahkan.

Demikianlah harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terima kasih.

Wassalammu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 2020

Pembimbing I,	Pembimbing II,
Hj. Siti Zulaikha, S.Ag, MH	**Zumaroh, M.E.Sy**
NIP. 19720611 199803 2 001	NIP. 19790422 200604 2 002

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **PENGUKURAN KINERJA *PERSONAL SELLING* AOM MELALUI RESPON NASABAH KUR DI BRI SYARIAH KANTOR CABANG BANDAR LAMPUNG KEDATON**

Nama : **OKVITARIA KURNIA DEWI**

NPM : 1502100290

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : S1 Perbankan Syariah

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Metro, 2020

Pembimbing I,	Pembimbing II,
Hj. Siti Zulaikha, S.Ag, MH	**Zumaroh, M.E.Sy**
NIP. 19720611 199803 2 001	NIP. 19790422 200604 2 002

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

No. 2290 / In.28.3/D / PP.009/07/2020

Skripsi dengan Judul: PENGUKURAN KINERJA PERSONAL SELLING AOM MELALUI RESPON NASABAH KUR DI BRI SYARIAH KANTOR CABANG BANDAR LAMPUNG KEDATON, disusun Oleh: OKVITARIA KURNIA DEWI, NPM: 1502100290, Jurusan: S1 Perbankan Syariah telah diujikan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada Hari/Tanggal: Senin/20 Juli 2020.

TIM PENGUJI:

Ketua/Moderator	: Hj. Siti Zulaikha, S.Ag, MH	(.....)
Penguji I	: Nizaruddin, S.Ag.,M.H	(.....)
Penguji II	: Zumaroh, M.E.Sy	(.....)
Sekretaris	: Ani Nurul Imtihanah, S.H.I.,M.S.I	(.....)

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum
NIP. 19720923 200003 2 002

ABSTRAK

PENGUKURAN KINERJA *PERSONAL SELLING* AOM MELALUI RESPON NASABAH KUR DI BRI SYARIAH KANTOR CABANG BANDAR LAMPUNG KEDATON

Oleh
OKVITARIA KURNIA DEWI

Bank BRI Syariah adalah lembaga yang bergerak di bidang perbankan dengan kegiatan menghimpun dana dan menyalurkan dana dari masyarakat untuk masyarakat. Salah satu produk pembiayaan yang ada di BRI Syariah adalah produk Kredit Usaha Rakyat (KUR). Penyaluran KUR Bank Rakyat Indonesia (BRI) Syariah KC Bandar Lampung Kedaton baru dimulai pada awal Maret 2017. Salah satu promosi penjualan personal (*personal selling*) yang dilakukan oleh Bank BRI Syariah Kantor Cabang Bandar Lampung yaitu strategi *door to door* atau biasa disebut strategi *passing* yang merupakan strategi dimana kita sebagai penyedia jasa atau penjual produk melakukan kegiatan pemasaran secara aktif dengan menghubungi calon pelanggan satu persatu atau datang langsung ke lapangan seperti pasar, plasma (rumah makan), ataupun rumah warga.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengukuran kinerja *personal selling* AOM melalui Respon Nasabah pada Produk Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) di BRI Syariah KC Bandar Lampung Kedaton. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Sedangkan sifat penelitiannya bersifat deskriptif. Sumber data yang digunakan adalah sumber data primer dan sekunder. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik wawancara dan dokumentasi. Data hasil temuan digambarkan secara deskriptif dan dianalisis menggunakan cara berpikir induktif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Bank BRI Syariah Kantor Cabang Bandar Lampung Kedaton melakukan pengukuran kinerja AOM dengan cara memperhitungkan apakah AOM sudah memenuhi target yang ditentukan, target tersebut yaitu sebesar 300juta/bulan untuk semua pembiayaan mikro termasuk produk Kredit Usaha Rakyat (KUR), Target tersebut bisa di capai apabila AOM bisa memasarkan produk tersebut dengan baik, dari segi promosinya, selain itu juga kedisplinan juga dinilai dalam pengukuran kinerja AOM itu bagus atau tidak, dilihat dari absensi dan ketepatan waktu, hubungan yang baik dengan nasabah menjadi salah satu pengukuran kinerja di Bank BRI Syariah, ketika hubungan kurang baik dengan nasabah maka akan menghambat ke hal lain juga. Secara umum strategi *personal selling* yang digunakan AOM adalah dengan menggunakan strategi door to door atau biasa di sebut strategi passing, yaitu strategi dimana *Account Officer Mikro* melakukan kegiatan pemasaran secara aktif. Setiap hari wajib bagi AOM untuk kunjungan pasar atau plasma, ini salah satu bentuk dari strategi door to door juga, dan minimal kunjungan itu 10/hari.

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: OKVITARIA KURNIA DEWI
NPM	: 1502100290
Jurusan	: S1 Perbankan Syariah
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, Juli 2020
Yang Menyatakan,

METERAI TEMPEL
79EB4AHF538285195
6000
ENAM RIBU RUPIAH

Okvitaria Kurnia Dewi
NPM. 1502100290

MOTTO

وَأَن لَّيْسَ لِلْإِنسَٰنِ إِلَّا مَا سَعَىٰ ﴿٣٩﴾ وَأَنَّ سَعْيَهُۥ سَوْفَ يُرَىٰ ﴿٤٠﴾ ثُمَّ يُجْزَىٰهُ ٱلْجَزَآءَ
ٱلْأَوْفَىٰ ﴿٤١﴾ وَأَنَّ إِلَىٰ رَبِّكَ ٱلْمُنتَهَىٰ ﴿٤٢﴾

Artinya: *Dan bahwasanya seorang manusia tiada memperoleh selain apa yang telah diusahakannya, dan bahwasanya usaha itu kelak akan diperlihat (kepadanya). kemudian akan diberi Balasan kepadanya dengan Balasan yang paling sempurna, dan bahwasanya kepada Tuhamulah kesudahan (segala sesuatu)* (Q.S. An-Najm: 39-42)[1]

[1] Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: Diponegoro, 2005), 421-422

PERSEMBAHAN

Dengan kerendahan hati dan rasa syukur kepada Allah SWT, penulis persembahkan skripsi ini kepada:

1. Ayahanda Budiman dan Ibunda Sisilia Suminah yang sangat peneliti sayangi, yang tanpa kenal lelah memberikan kasih sayang, mendo'akan, motivasi serta dukungan demi keberhasilan penulis.
2. Kakakku Agung Kurniawan yang selalu memberikan doa dan dukungan untuk keberhasilan peneliti.
3. Almamater Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, atas taufik hidayah dan inayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan Skripsi ini. Penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan jurusan S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dalam upaya penyelesaian skripsi ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Enizar, M.Ag, selaku Rektor IAIN Metro,
2. Ibu Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
3. Ibu Reonika Puspitasari, M.E.Sy, selaku Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah
4. Ibu Hj. Siti Zulaikha, S.Ag, MH, selaku Pembimbing I pada penelitian ini, yang telah memberikan bimbingan yang sangat berharga kepada peneliti.
5. Ibu Zumaroh, M.E.Sy, selaku Pembimbing II pada skripsi ini, yang telah memberikan bimbingan yang sangat berharga kepada peneliti.
6. Bapak dan Ibu Dosen/Karyawan IAIN Metro yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan sarana prasarana selama peneliti menempuh pendidikan.
7. Pimpinan dan segenap Karyawan di BRI Syariah Kantor Cabang Bandar Lampung Kedaton yang telah memberikan sarana dan prasarana kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Kritik dan saran demi perbaikan skripsi ini sangat diharapkan dan akan diterima dengan kelapangan dada. Dan akhirnya semoga skripsi ini kiranya dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu Perbankan Syariah.

Metro, Juli 2020
Peneliti,

Okvitaria Kurnia Dewi
NPM. 1502100290

DAFTAR ISI

		Hal.
HALAMAN SAMPUL		**i**
HALAMAN JUDUL		**ii**
NOTA DINAS		**iii**
PERSETUJUAN		**iv**
PENGESAHAN		**v**
ABSTRAK		**vi**
ORISINALITAS PENELITIAN		**vii**
MOTTO		**viii**
PERSEMBAHAN		**ix**
KATA PENGANTAR		**x**
DAFTAR ISI		**xii**
DAFTAR GAMBAR		**xv**
DAFTAR LAMPIRAN		**xvi**
BAB I	**PENDAHULUAN**	**1**
	A. Latar Belakang Masalah	1
	B. Pertanyaan Penelitian	5
	C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
	D. Penelitian Relevan	6
BAB II	**LANDASAN TEORI**	**9**
	A. Pengukuran Kinerja *Account Officer* (AO)	9
	1. Pengertian Kinerja	9
	2. Pengertian *Account Officer* (AO)	10
	3. Tugas dan Fungsi Account Officer (AO)	11
	4. Pengukuran Kinerja	12
	5. Indikator Kinerja *Account Officer* (AO)	15
	B. *Personal Selling* (Penjualan Pribadi)	17
	1. Pengertian *Personal selling* (Penjualan Pribadi)	17
	2. Bentuk-Bentuk *Personal selling* (Penjualan Pribadi)	20

3. Keuntungan *Personal selling* (Penjualan Pribadi) 21
4. Kelemahan *Personal Selling* (Penjualan Pribadi) 21
5. Proses *Personal selling* (Penjualan Pribadi)..... 22
C. Respon 23
1. Pengertian Respon/Sikap..... 23
2. Macam-macam Skala Respon/Sikap 25
3. Komponen-Komponen pada Respon/Sikap 26
D. Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR)..... 27
1. Pengertian Kredit Usaha Rakyat (KUR)..... 27
2. Ketentuan Pemberian KUR 28
3. Konsep dan Macam-Macam KUR 29

BAB III METODE PENELITIAN 31
A. Jenis dan Sifat Penelitian..... 31
B. Sumber Data 32
C. Teknik Pengumpulan Data 34
D. Teknik Analisa Data 35

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 37
A. Gambaran PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Bandar Lampung Kedaton..... 37
1. Sejarah Singkat Unit Mikro Bank BRI Syariah Kantor Cabang Bandar Lampung Kedaton 37
2. Struktur Organisasi Unit Mikro Bank BRI Syariah Kantor Cabang Bandar Lampung Kedaton 39
3. Produk Kredit Usaha Rakyat (KUR) PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Bandar Lampung Kedaton 41
B. Kinerja *Personal selling* (Penjualan Pribadi) *Account Officer Mikro* (AOM) Melalui Respon Nasabah Kredit Usaha Rakyat (KUR) di BRI Syariah Kantor Cabang Bandar Lampung Kedaton..... 43

C. Analisis pengukuran kinerja *Personal selling* AOM melalui Respon Nasabah pada Produk Pembiayaan KUR di BRI Syariah KC Bandar Lampung Kedaton 52

BAB V PENUTUP 58

A. Kesimpulan 58

B. Saran 59

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar **Halaman**

4.1. Struktur Organisasi *Account Officer Mikro* (AOM) Bank BRI Syariah Kantor Cabang Bandar Lampung Kedaton 40

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Bimbingan
2. Outline
3. Alat Pengumpul Data
4. Surat Research
5. Surat Tugas
6. Surat Balasan Izin Research
7. Formulir Konsultasi Bimbingan Skripsi
8. Foto-foto Penelitian
9. Surat Keterangan Bebas Pustaka
10. Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Lembaga atau badan keuangan menurut pandangan Islam memiliki permasalahan yang komplek ,dikarenakan lembaga ini selalu mengalami perkembangan baik dari segi kuantitas (banyak produk yang ditawarkan) maupun kualitas (pelayanan yang diberikan) sesuai dengan kebutuhan masyarakat.[1]

Pemasaran merupakan bagian dari manajemen perusahaan dan juga menjadi faktor sangat penting, karena pemasaran akan mempengaruhi secara langsung terhadap kelancaran maupun keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuannya. Mempengaruhi konsumen untuk membeli suatu produk bukan hal yang mudah, apalagi mendapatkan kepercayaannya sehingga konsumen menjadi loyal dengan suatu produk. Oleh sebab itu, perusahaan harus memahami dan dapat mempelajari keinginan konsumen, memprediksikan hal-hal yang ada di dalam pikiran konsumen dan seperti perilakunya konsumen.[2]

Bank BRI Syariah adalah lembaga yang bergerak di bidang perbankan dengan kegiatan menghimpun dana dan menyalurkan dana dari masyarakat untuk masyarakat. Bank BRI Syariah memberikan jasa simpan pinjam dengan berbagai macam produk, salah satu produk pembiayaan yang ada di BRI

---

[1] Suhrawardi. K. Lubis & Farid Wajdi, *Hukum Ekonomi Islam*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2012), 39

[2] M. Mursid, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), 95

Syariah adalah produk Kredit Usaha Rakyat (KUR). Bank yang menjadi pilihan pemerintah yang dapat menjalankan pembiayaan KUR adalah Bank Rakyat Indoesia (BRI), Bank Rakyat Indonesia Syariah (BRIS), Bank Negara Indonesia (BNI), Bank Mandiri, Bank Mandiri Syariah, Bank Tabungan Negaradan Bank Bukopi.[3] Bank BRI Syariah dalam menjalankan aktivitasnya selalu berusaha untuk dapat memberikan pelayanan yang terbaikdan optimal sesuai dengan ketentuan prinsip syariat Islam. Adapun untuk mewujudkan peran penting yang diembannya Bank BRI Syariah harus menerapkan strategi pemasaran agar keberadaannya tetap eksis sebagai suatu lembaga keuangan alternative bagi kalangan masyarakat menengah.

Penyaluran KUR Bank Rakyat Indonesia (BRI) Syariah KC Bandar Lampung Kedaton baru dimulai pada awal Maret 2017 dengan izin penyalurannya diresmikan pada awal Februari, dalam jangka waktu tersebut bank baru bisa menyalurkan pembiayaan sebanyak 60 nasabah (50% pedagang, 30% pengusaha, 20% petani) Tahun 2018 jumlah nasabah meningkat menjadi 140(85% pedagang dan 15% petani) dan pada Tahun 2019 jumlah nasabah mengalami kenaikan tapi tidak jauh dari 2018 yaitu sebanyak 150 nasabah (70% pedagang, 20% pengusaha, 10% petani).Dari selisih jumlah nasabah ketiga tahun tersebut memang mengalami kenaikan, namun kenaikannya tidak signifikan. Dilihat dari letak Kantor Cabang BRI Syariah Bandar Lampung Kedaton kenaikan jumlah nasabah tersebut sangat kecil. Kemungkinannya karena letaknya berdampingan dengan Bank Konvensional

[3] Pimpinan Cabang BRI Syariah KC Kedaton, Wawancara pada tanggal 03 Oktober 2019

yang juga memiliki program yang sama. Secara garis besar adapun kegiatan yang termasuk dalam aktivitas promosi adalah periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), publisitas (*publicity*), dan penjualan pribadi (*personal selling*).[4] Bank BRI Syariah dalam menarik minat masyarakat, juga menerapkan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) baik terkait produk, harga, promosi, maupun tempat. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Bandar Lampung melakukan penekanan strategi pemasaran pada strategi promosi yaitu *personal selling* terkait dengan produk yang di tawarkan. Pada awal pelaksanaan nya KUR disalurkan dalam dua Skema yaitu KUR Kecil ib dan KUR Mikro ib. KUR Kecil ib disalurkan dengan plafon minimum Rp5 juta dan maksimum sebesar Rp25 juta dengan margin 0, 31% . KUR ritel disalurkan dengan plafon diatas Rp25 juta sampai dengan maksimum Rp50juta dengan margin yang sama juga sebesar 0, 31%. Kredit Usaha Rakyat (KUR) adalah pinjaman yang memberikan solusi pembiayaan usaha kecil dan menengah UMKM dari Pemerintah sejak 2017, 2018, 2019, 2020. Keunggulan pembiayaan Kredit Usaha Rakyat BRI Syariah adalah margin yang rendah.

Penjualan Personal ini memerlukan upaya personal untuk mempengauhi permintaan konsumen akan suatu produk. Tenaga penjualan melaksanakan penjualan personal pada basis eceran, basis industry, dan pada basis individual.[5] Penjualan Personal (*Personal selling*) juga merupakan promosi penjualan yang dilakukan melalui pribadi karyawan bank dalam

[4] Account Officer Mikro Cabang BRI Syariah KC Kedaton, *Wawancara*, pada tanggal 03 Oktober 2019

[5] Jeff Madura, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: Salemba Empat, 2011), 166

mempengaruhi konsumen, oleh karena itu tujuan yang diharapkan dari penjualan pribadi adalah menggairahkan minat pelanggan serta memberikan pelayanan purna jual dan pada akhirnya pelanggan tertarik dengan apa yang ditawarkan.

Salah satu promosi penjualan personal (*personal selling*) yang dilakukan oleh Bank BRI Syariah Kantor Cabang Bandar Lampung yaitu strategi *door to door* atau biasa disebut strategi *passing* yang merupakan strategi dimana kita sebagai penyedia jasa atau penjual produk melakukan kegiatan pemasaran secara aktif dengan menghubungi calon pelanggan satu persatu atau datang langsung ke lapangan seperti pasar, plasma (rumah makan), ataupun rumah warga. Sistem *door to door* ini juga merupakan pelayanan langsung yang diberikan oleh Bank BRI Syariah Kantor Cabang Bandar Lampung untuk mempermudah masyarakat sehingga kemudahan ini dapat menumbuhkan minat masyarakat dan sikap loyalitas nasabah terhadap Bank BRI Syariah Kantor Cabang Bandar Lampung.[6]

Peneliti juga melakukan wawancara dengan dua nasabah KUR di Bank BRI Syariah Kantor Cabang Bandar Lampung. Nasabah AF mengenal produk KUR sendiri berawal dari informasi tetangganya yang menjadi nasabah tabungan di Bank BRI Syariah Kantor Cabang Bandar Lampung , lalu saudara AF datang langsung ke Bank BRI Syariah Kantor Cabang Bandar Lampung. Nasabah yang kedua adalah MD, dimana informasi yang didapat MD berbeda dengan AF, MD didatangi oleh salah satu pihak AOM BRI

[6] Account Officer Mikro Cabang BRI Syariah KC Kedaton, *Wawancara*, pada tanggal 15 November 2018

Syariah Kantor Cabang Bandar Lampung lalu ditawarkan produk pembiayaan mikro faedah namun MD merasa berat dengan angsuran produk tersebut, lalu AOM BRI Syariah Kantor Cabang Bandar Lampung menawarkan produk lain yaitu KUR.[7]

Dengan meningkatnya jumlah nasabah KUR, tentunya AOM (*Account Officer Mikro*) BRI Syariah KC Bandar Lampung Kedaton memiliki strategi pemasaran khususnya pada proses penjualan personal untuk menghadapi persaingan dan menarik nasabah terhadap produk-produknya khususnya KUR, Dari permasalahan di atas inilah yang mendorong peneliti untuk melakukan penelitian dengan judul sebagai berikut"Pengukuran Kinerja *Personal Selling* AOM (*Account Officer Mikro*) Melalui Respon Nasabah KUR (Kredit Usaha Rakyat) di BRI Syariah Kantor Cabang Bandar Lampung Kedaton"

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan dari uraian latar belakang di atas, maka pertanyaan penelitian pada penelitian ini adalah: "Bagaimana pengukurankinerja *Personal selling* AOM melalui ResponNasabah pada Produk Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) di BRI Syariah KC Bandar Lampung Kedaton?"

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berkaitan dengan rumusan masalah yang dikemukakan di atas, peneliti bertujuan untuk mengetahui pengukuran kinerja *personal selling*

[7] Nasabah Bank BRI Syariah Kantor Cabang Bandar Lampung

AOM melalui respon nasabah pada produk Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) di BRI Syariah KC Bandar Lampung Kedaton.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat memperkarya khazanah keilmuan serta wawasan praktek perbankan khususnya tentang Pengukuran kinerja *Personal selling* AOM melalui ResponNasabah pada Produk Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) di BRI Syariah KC Bandar Lampung Kedaton.

b. Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai informasi kepada pembaca yaitu praktisi bank untuk bisa menjadi acuan memilih *personal selling* yang akan di terapkanterkait pengetahuan yang di dapat dan juga menjadi informasi peneliti sendiri untuk menjadi lanjutan penelitian mengenai Pengukuran Kinerja *Personal selling* AOM (*Account Officer Mikro*) Melalui Respon Nasabah KUR (Kredit Usaha Rakyat) di BRI Suariah Kantor Cabang Bandar Lampung Kedaton.

D. Penelitian Relevan *(Prior Research)*

Terkait dengan penelitian ini, sebelumnya telah ada beberapa penelitian yang mengangkat tema yang sama dengan penelitian ini, antara lain sebagai berikut:

1. Skripsi karya Widya Marsa Hilda, dengan judul: “Pengaruh Advertising, Sales Promotion, *Personal selling*, Direct Marketing dan Corporate Image Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Ungaran”. Hasil penelitian tersebut menyimpulkan bahwasecara simultan advertising, sales promotion, *personal selling*, direct marketing, dan corporate image secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputisan menabung di Bank Syariah dengan nilai signifikasi sebesar 0.000 ≤ 0.05. hal ini berate semakin tinggi Advertising, sales promotion, *personal selling*, direct marketing, dan corporate image yang dilakukan maka semkin besar besar pula pengaruhnya terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Syariah(BRI Syariah KCP Ungaran).[8]
2. Penelitian karya Dian Surya Aprilia, dengan judul: “Analisis Operasional *Personal selling* dan Advertising pada Perbankan Syariah dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah”. Hasil penelitian tersebut menyimpulkan dalam melakukan penjualan personal Bank NTB KCP Praya mencakup beberapa langkah yaitu : mencari prospek, prapendekatan, pendekatan, presentasi dan demonstrasi, penanganan keberatan, menutup penjualan. Sedangkan dalam pelaksanaan pemasaran melalui periklanan, pihak

[8] Widya Marsa Hilda, “Pengaruh Advertising, Sales Promotion, Personal selling, Direct Marketing dan Corporate Image Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Ungaran” dalam http: //e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id/2682/1/ diakses pada tanggal 10 Oktober 2019

marketing membuat lima keputusan, diantaranya, yaitu : mission, money, messege, media dan measurement.[9]

3. Penelitian karya Nadia Fazira, dengan judul: "Pengaruh Promosi *Personal selling* dan Edukasi Terhadap Minat Nasabah pada Produk Tabungan di PT. BPRS Baiturrahman Ketupang". Hasil uji hipotesa menunjukan variable *personal selling* tidak berpengaruh terhadap minat nasabah pada produk tabungan, sedangkan hasil uji hipotesa variable edukasi berpengaruh secara signifikanterhadap minat. Pihak PT. BPRS Baiturrahman hendaknya harus lebih meningkatkan strategi seperti sosialisasi atau promosi tentang Bank Pembiayaan Rakyat Syariah karena sangat penting untuk menambah pengetahuan yang lebih detail atau merinci tentang perbankan syariah[10]

Beberapa hasil penelitian yang dilakukan di atas, dapat diketahui bahwa penelitian yang akan dilakukan ini memiliki kajian yang berbeda, karena peneliti lebih focus pada pengukuran kinerja *personal selling* AOM (Account Oficer Mikro) pada produk KUR (Kredit Usaha Rakyat) walaupun memiliki focus kajian yang sama pada teman-teman tertentu, karna sama-sama membahas tentang *Personal selling*.

---

[9] Dian Surya Aprilia, "Analisi Operasional Personal Selling dan Advertising pada Perbankan Syariah dalam meningkatkan Junlah Nasabah" dalam http: //etheses.uinmataram. ac.id/220/1/, diakses pada tanggal 03 Oktober 2019

[10] Nadia Fazira, "Pengaruh Promosi Personal Selling dan Edukasi terhadap Minat Nasabah pada Produk Tabungan di PT. BPRS Baitirrahman Keutapang" dalam http: //repository.ar-raniry.ac.id/7479/ diakses pada tanggal 03 Oktober 2019

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pengukuran Kinerja *Account Officer* (AO)

1. Pengertian Kinerja

Kinerja merupakan *performance* atau unjuk kerja.Kinerja dapat pula diartikan sebagai prestasi kerja atau pelaksanaan kerja atau hasil unjuk kerja.Menurut August W. Smith menyatakan bahwa: *"Performance is output derives from processes, human otherwise,"* Kinerja merupakan hasil dari suatu proses yang dilakukan manusia. Berdasarkan hal tersebut, maka kinerja atau prestasi kerja merupakan hasil yang dicapai seseorang menurut ukuran yang berlaku, dalam kurun waktu tertentu, berkenaan dengan pekerjaan serta perilaku dan tindakannya.[1]

Kinerja merupakan suatu fungsi dari motivasi dan kemampuan.Untuk menyelesaikan tugas atau pekerjaan seseorang sepatutnya memiliki derajat kesediaan dan tingkat kemampuan tertentu. Kesediaan dan keterampilan seseorang tidaklah cukup efektif untuk mengerjakan sesuatu tanpa pemahaman yang jelas tentang apa yang akan dikerjakan dan bagaimana mengerjakannya. Kinerja merupakan perilaku nyata yang ditampilkan setiap orang sebagai prestasi kerja yang dihasilkan oleh karyawan sesuai dengan perannya dalam perusahaan.Kinerja

[1] Suwatno & Donni Juni Priansa, *Manajemen SDM dalam Organisasi Publik dan Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 196

karyawan merupakan suatu hal yang sangat penting dalam upaya perusahaan untuk mencapai tujuannya.[2]

Kinerja (*performance*) adalah hasil pekerjaan yang dicapai seseorang berdasarkan persyaratan-persyaratan pekerjaan *(job requirement)*.Suatu pekerjaan mempunyai persyaratan tertentu untuk dapat dilakukan dalam mencapai tujuan yang disebut juga sebagai standar pekerjaan *(job standard).*[3]

Jadi dapat disimpulkan bahwasannya kinerja adalah hasil atau suatu tingkat keberhasilan seorang karyawan secara keseluruhan selama periode tertentu didalam melaksanakan tugas dibandingkan dengan berbagai kemungkinan, seperti standar hasil kerja, target atau sasaran atau kriteria yang telah ditentukan terlebih dahulu dan telah disepakati bersama.

2. Pengertian *Account Officer* (AO)

Menurut Wojowasito *Account Officer*berasal dari bahasa Inggris yaitu *Account* yang berarti menghitung dan *officer* yang berarti pegawai. Menurut Ahmad Subagyo dan Budi Purnomo, *Account Officer*adalah istilah yang diberikan kepada pegawai (staff) bank yang bertugas melayani nasabah baik nasabah yang menyimpan dananya di Bank maupun nasabah yang menggunakan fasilitas kredit dari Bank tersebut. Dalam buku lain,

---

[2] Veithzal Rivai, *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2004), 309

[3] Wilson Bangun, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Erlangga, 2012), 231

menurut Zaenal Arifin *Account Officer* adalah petugas yang melakukan pemasaran pembiayaan, kemudian melakukan analisis pembiayaan.[4]

Di Indonesia, istilah *Account Officer* mulai digunakan sejak deregulasi 1 Juni 1983, sebagai upaya untuk mencapai yang lebih luas dan untuk meningkatkan efesiensi guna meraih profitabilitas yang baik ditengah persaingan yang semakin tajam. Sistem *account officer* menarik bagi para banker, karena keunggulan sistem *account officer* ini yang besar peranannya yang lansung menghubungkan bank dengan nasabahnya.[5]

Dari pemaparan diatas dapat disimpulkan Account Officer (AO) adalah pegawai atau karyawan Bank yang berada pada bagian pembiayaan, yang memiliki tugas dan kewajiban secara umum adalah menglolah pembiayaan nasabahnya.

3. Tugas dan Fungsi Account Officer (AO)

Menurut Jusuf Jopie pada jurnal Malia Vol 1 2017, Tugas seorang Account Officer (AO) pada umumnya sebagai berikut:[6]

a. Mengelola account. Seorang account officer berperan untuk membina nasabah agar mendapatkan efisiensi dan optimalisasi dari setiap transaksi keuangan yang dilakukan tanpa meninggalkan tanggung jawabnya sebagai personil bank.

---

[4] Fuad Riyadi & Sri Wahyuni, "Peran Account Officer di Lembaga Keuangan Syariah" Malia, Vol. 1, 2017, 30

[5] *Ibid.,*

[6] *Ibid*

b. Mengelola produk. Seorang account officer harus mampu menjebatani kemungkinan pemakaian berbagai produk yang paling sesuai dengan kebutuhan nasabahnya.

c. Mengelola kredit. Seorang account officer bertugas untuk melakukan pemantau atas pinjaman yang diberikan kepada nasabah agar nasabah selalu memenuhi komitmen atas pinjamannya, untuk itu account officer harus memiliki pengetahuan tentang bisnis nasabahnya.

d. Mengelola penjualan. Seorang account officer pada dasarnya ujung tombak bank dalam memasarkan produknya. Maka seorang account officer juga harus memiliki salesmanship yang memadai buntuk dapat memasarkan produk yang ditawarkan.

e. Mengelola profitability. Seorang account officer juga bertugas dalam menentukan keuntungan yang diperoleh bank, dengan demikian ia harus yaki n bahwa segala hal yang dilakukannya berada pada suatu kondisi yang memberikan keuntungan pada bank.

4. Pengukuran Kinerja

Tingkat keberhasilan seseorang dalam menyelesaikan pekerjaannya disebut dengan istilah *"level of performance"* atau level kinerja. Karyawan yang memiliki level kinerja yang tinggi merupakan karyawan yang produktifitas kerjannya tinggi, begitupun sebaliknya, karyawan yang memiliki level kinerja tidak sesuai dengan standar yang ditetapkan maka karyawan tersebut merupakan karyawan yang tidak

produktif.[7]Setelah menetapkan standar pengukuran, kemudian mulailah dikumpulkan data-data yang diperlukan.Data-data dapat dikumpulkan dengan melakukan wawancara, survey langsung, atau meneliti catatan pekerjaan dan lain sebagainya. Data-data tersebut dikumpulkan dn dianalisa apakah ada perbedaan antara standar kinerja dengan kinerja actual.[8]

Pengukuran kinerja dapat dilakukan dengan menggunakan sistem penilaian (rating) yang relevan. Rating tersebut harus mudah digunakan sesuai dengan yang akan diukur, dan mencerminkan hal-hal yang memang menentukan kinerja. Menurut Werther dan Davis, menyatakan pengukuran kinerja jyga berate membandingkan antara standar yang telah ditetapkan dengan kinerja sebenarnya yang terjadi. Pengukuran kinerja dapat bersifat subyektif dan obyektif. Obyektif berate pengukuran kinerja dapat juga diterima, diukur oleh pihak lain selain yang melakukan penilaian dan bersifat kuantitatif. Sedangkan pengukuran yang bersifat subyektif berate pengukuran yang berdasarkan pendapat pribadi atau standar pribadi orang yang melakukan penilaian dan sulit untuk diverifikasi oleh orang lain.[9]

Penilain kinerja tidak hanya untuk mengevaluasi SDI, melainkan juga menjadi indikator sebaik apa aktivitas pengelolaan terhadap SDI telah dilakukan. Kinerja yang buruk berati kegiatan seleksi, pelatihan dan pengembangan harus diperbaiki, atau kemungkinan ada masalah dengan

---

[7] Suwatno & Donni Juni Priansa, *Manajemen SDM dalam Organisasi Publik dan Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 196

[8] *Ibid.*, 202

[9] *Ibid.*,

komunikasi dan hubungan interpersonal dalam perusahaan.[10] Salah satu cara yang dapat digunakan untuk melihat perkembangan perusahaan adalah dengan cara melihat hasil penilaian kinerja. Sasaran yang menjadi objek penilaian kinerja adalah kecakapan, kemampuan karyawan dalam melaksanakan suatu pekerjaan atau tugas yang dievaluasi dengan menggunkana tolak ukur tertentu secara objektif dan dilakukan secara berkala.[11]

Standar pekerjaan dapat ditentukan dari isi suatu pekerjaan, dapat dijadikan sebagai dasar penilaian setiap pekerjaan.Untuk memudahkan pengukuran kinerja karyawan, standar pekerjaan harus dapat diukur dan dipahami secara jelas. Suatu pekerjaan dapat diukur melalui jumlah, kualitas, ketepatan waktu mengerjakannya, kehadiran, kemampuan bekerja sama yang dituntut suatu pekerjaan tertentu :[12]

a. Jumlah Pekerjaan, berdasarkan persyaratan pekerjaan tersebut dapat diketahui jumlah karyawan yang dibutuhkan untuk dapat mengerjakannya, atau setiap karyawan dapat mengerjakan berapa unit pekerjaan.
b. Kualitas Pekerjaan, karyawan memiliki kinerja baik bila dapat menghasilkan pekerjaan sesuai persyaratan kualitas yang dituntut pekerjaan tersebut.

---

[10] Jusmaliani, *Pengelolaan Sumber Daya Insani*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2011), 111

[11] Veithzal Rivai, *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2004), 309

[12] Wilson Bangun, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Erlangga, 2012), 233-234

c. Ketepatan waktu, pada dimensi ini karyawan dituntut untuk dapat menyelesaikan pekerjaan tepat waktu.

d. Kehadiran, kinerja karyawan ditentukan oleh tingkat kehadiran karyawan dalam mengerjakannya.

e. Kemampuan kerja sama, kinerja karyawan dapat dinilai dari kemampuannya berkerjasama dengan rekan kerja lainnya.

Penilaian kinerja merupakan struktur yang mengukur, menilai, dan juga mempengaruhi sifat-sifat yang berkaitan dengan pekerjaan, perilaku, dan hasil termasuk tingkat ketidak hadiran. Yang menjadi focus adalah mengetahui seberapa produktif seorang karyawan dan apakah memiliki kinerja yang sama atau lebih efektif pada masa yang akan datang, sehingga karyawan, masyarakat dan organisasi memperoleh manfaat.

5. Indikator Kinerja *Account Officer* (AO)

Account Officer Penyaluran Dana, wajib: [13]

a. Mentaati semua ketentuan yang ditetapkan dalam KKPD

b. Melaksanakan tugas secara jujur, obyektif, cermat dan seksama

c. Menghindari diri dari pengaruh dari pihak-pihak yang berkepentingan dengan pemohon penyaluran dana yang dapat merugikan bank.

Untuk mengukur produktifitas kerja, diperlukan suatu indicator, sebagai berikut: [14]

---

[13] Muhammad, *Sistem & Prosedur Operasional Bank Syariah*, (Yogyakarta: UII Press, 2000), 158

[14] Edy Sutrisno, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: Kencana, 2009), 104-105

a. Kemampuan

Mempunyai kemampuan untuk melaksanakan tugas. Kemampuan seorang katyawan sangat bergantung pada keterampilan yang dimiliki serta profesionalisme mereka dalam berkerja. Ini memberikan daya untuk menyelesaikan tugas-tugas yang diembannya kepada mereka

b. Meningkatkan hasil yang dicapai.

Berusaha untuk meningkatkan hasil yang dicapai.Hasil merupakan salah satu yang dapat dirasakan baik oleh yang mengerjakannya maupun yang menikmati hasil pekerjaan tersebut.Jadi, upaya untuk memanfaatkan produktivitas kerja bagi masing-masing yang terlibat dalam suatu pekerjaan.

c. Semangat kerja.

Ini merupakan usaha untuk lebih baik dari hari kemarin.Indikator ini dapat dilihat dari etos kerja dan hasil yang dicapai dalam satu hari kemudian dibandingkan dengan hari sebelumnya.

d. Pengembangan diri.

Senantiasa mengembangkan diri untuk meningkatkan kemampuan kerja. Pengembangan diri dapat dilakukan dengan melihat tantangan dan harapan dengan apa yang akan dihadapi. Sebab semakin kuat tantangannya, pengembangan diri mutlak dilakukan. Begitu juga harapan untuk menjadi lebih baik pada gilirannya akan sangat

berdampak pada keinginan karyawan untuk meningkatkan kemampuan.

e. Mutu.

Selalu berusaha untuk meningkatkan mutu lebih baik dari yang telah lalu. Mutu merupakan hasil pekerjaan yang dapat menunjukan kualitas kerja seorang pegawai. Jadi, meningkatkan mutu bertujuan untuk memberikan hasil yang terbaik yang pada gilirannya akan sangat berguna bagi perusahaan dan dirinya sendiri.

f. Efisiensi.

Perbandingan antara hasil yang dicapai dengan keseluruhan sumber daya yang digunakan.Masukan dan keluaran merupakan aspek produktivitas yang memberikan pengaruh yang cukup signifikan bagi karyawan.

B. *Personal selling* (Penjualan Pribadi)

1. Pengertian *Personal selling* (Penjualan Pribadi)

Personal selling (penjualan pribadi) adalah komunikasi persuasif seseorang secara individual kepada seseorang saling bertemu muka dengan maksud menimbulkan permintaan (penjualan). Dalam oraktiknya *personal selling* lebih fleksibel dibandingkan dengan sarana promosi lainnya, karena tenaga penjual dapat secara langsung mengetahui keinginan, motif, dan perilaku konsumen, sehingga mereka secara langsung dapat mengadakan penyesuaian seperlunya.[15] Menurut Tjiptono, *Personal*

[15] Mursid, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014), Ed I, Cet.7, 99

selling adalah komunikasi langsung (tatap muka) antara penjual dan calon pelanggan untuk memperkenalkan suatu produk kepda calon pelanggan dan membentuk pemahaman pelanggan terhadap produk sehingga mereka kemudian akan mencoba dan membelinya.[16]

Jadi, *personal selling* adalah penjualan pribadi yang dilakukan secara langsung atau tatap muka kepada calon pembeli yang bersifat persuasif sehingga menimbulkan respon atau umpan balik dari calon pembeli dan berminat untuk melakukan pembelian. Kemudian sifat-sifat *personal selling* antara lain: [17]

a. *Personal confrontation*, yaitu adanya hubungan yang hidup, langsung dan interaktif antara 2 orang atau lebih.
b. *Cultivation*, yaitu sifat yang memungkinkan berkembangnya segala macam hubungan, mulai dari sekedar hubungan jual belisampai dengan suatu hubungan yang lebih akrab.
c. *Response*, yaitu situasi yang seolah-olah mengharuskan pelanggan untuk mendengar, memperhatikan, dan menanggapi.

Kemudian, tujuan *personal selling* (penjualan pribadi) selain untuk meningkatkan penjualan juga mempertahankan loyalitas pelanggan, memberikan pelayanan teknis dan mengkomunikasikan informasi produk sepenuhnya berhubungan dengan sasaran pemasaran terhdap pelanggan

[16] Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi, 2010), 224
[17] *Ibid.*,

sekarang.[18] Dalam aktifitas *personal selling* wiraniaga harus melaksanakan satu atau lebih tugas khusus berikut: [19]

a. Mencari pelanggan, yaitu mencari pembeli dan menjalin hubungan dengan mereka.
b. Menentukan sasaran, yaitu mengalokasikan kelangkaan waktu penjual demi pembeli.
c. Mengomunikasikan, yaitu meberi informasi mengenai produk dan jasa perusahaan kepada pelanggan.
d. Menjual, yaitu mendekati, mempersentasikan, menjawab pertanyaan, mengatasi keberatan, dan menutup penjualan.
e. Melayani, yakni memberikan berbagai jasa dan pelayanan kepada pelanggan.
f. Mengumpulkan informasi, yakni melakukan riset dan intelijen pasar
g. Mengalokasikan, yaitu menentukan pelanggan yang akan dituju.

Kemudian penjual yang ditugaskan untuk melakukan *personal selling* harus memenuhi kriteria-kriteria sebagai berikut: [20]

a. Salesmanship

Penjual harus memiliki pengetahuan produk dan menguasai seni menjual, seperti cara mendekati pelanggan, memberikan persentasi, mengatasi penolakan pelanggan dan mendorong pembelian.

---

[18] Fani Firmansyah dan Dian Nailiyah, "Penerapan Personal Selling dalam Memasarkan Produk Pembiayaan Murabahah", (Malang: UIN Maulana Malik Ibrahim Malang), *Modernisasi* Vol. 9 No. 3 /Oktober 2013, 206-2007

[19] Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, ter. Bob Sabran, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2009), 262

[20] *Ibid.*, 224

b. Negoitating

Penjual harus mempunyai kemampuan untuk bernegoisasi tentang syarat-syarat penjualan.

c. Relationship marketing

Penjual harus tau cara membina dan memelihara hubungan baik dengan para pelanggan.

2. Bentuk-Bentuk *Personal selling* (Penjualan Pribadi)

Berdasarkan tugas dari posisinya, penjual dapat diklasifikasikan menjadi enam tipe yaitu: [21]

a. Pengantar pesanan (*driver sales person*), yaitu penjual yang tugas utamanya mengantar produk ke tempat pembeli.

b. Mengambil pesanan (*ordee taken*), yaitu tenaga penjual yang melakukan penjual diperusahaan.

c. Pengumpul pesanan (*order getter*), yaitu tenaga penjual yang melakukan penjual atau pendekatan di luar perusahaan

d. Penjualan misi (*missionary selling*), yaitu wiraniaga jenis ini yang tidak diharapkan atau diijinkan mengambil pesanan tetapi hanya membangun nama baik dan mendidik pembeli.

e. *Technical specialist*, yaitu penjual yang harus memberikan pengetahuan kepada pelanggan.

f. *Demand creator*, yaitu penjual yang harus memiliki kreativitas dalam menjual produk.

[21] Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, 225

3. Keuntungan *Personal selling* (Penjualan Pribadi)

Penjualan secara *personal selling* akan memberikan beberapa keuntungan, yaitu antara lain: [22]

a. Operasinya lebih fleksibel karena penjual dapat mengamati reaksi pelanggan dan menyesuaikan pendekatannya.
b. Usaha yang sia-sia dapat diminimalkan.
c. Pelanggan yang berminat biasanya langsung membeli
d. Penjual dapat membina hubungan jangka panjang dengan pelanggannya.

4. Kelemahan *Persoanl Selling* (Penjualan Pribadi)

Pemasaran dengan cara ini akan banyak mengeluarkan energi kita dan kemungkinan untuk berhasilnya rendah. Karena menggunakan armada penjual yang relative besar, maka metode ini biasanya mahal.Disamping itu, spesifikasi penjual yang diinginkan perusahaan mungkin sulit dicari.[23]

a. Biaya perkontrak relatif tinggi, karena pesan yang disampaikan perusahaan tidak secara massal, tapi bersifat pribadi hanya kepada calon pembeli yang dikunjungi.
b. Sulit mencari tenaga penjual yang benar-benar ahli dalam bidang ini.
c. Dalam pelaksanan aktifitasnya, *personal selling* membutuhkan waktu yang cukup lama mulai dari mengadakan kontak awal sampai terjadinya transaksi.

---

[22] *Ibid,*
[23] *Ibid,*

d. *Personal selling*, mempunyai keterbatasan dalam menjangkau serta menemui calon pelanggan.

5. Proses *Personal selling* (Penjualan Pribadi)

Telah diketahui bahwa face to face selling merupakan salah satu aspek dari *personal selling*. Berikut tahap-tahapan *personal selling*: [24]

a. Prospecting (Mecari Calon Pelanggan)

Tahapan ini yaitu untuk menemukan calon pelanggan dan menanam benih untuk mendapatkan pelanggan yang berkualitas.Calon pelanggan dapat dicari melalui telepon, asosiasi, yellowpages, relasi dan lain-lain.

b. Pre-Approach (Melakukan Pendekatan Awal)

Tahapan ini yaitu tahapan dengan melihat ekspresi dari calon-calon pelanggan yang telah diprospekkan.

c. Approach (Melakukan Pendekatan)

Yaitu proses *personal selling* dimana wiraniaga bertemu dan menyapa pembeli maka seorang penjual harus meberikan kesan yang baik kepada calon konsumen, dan mengadakan perjanjian presentasi dan pertemuan.

d. Presentation (Melakukan Presentasi)

Tujuan presentasi yaitu memperkenalkan riwayat produk kepada pembeli, menunjukkan keuntungan atau kelebihan suatu produk wiraniaga juga harus mempunyai kemampuan mendengarkan yang

[24] Hendro, *Dasar-Dasar Kewirausahaan*, (Jakarta: Erlangga, 2011), 419-423

baik dan memecahkan masalah dengan baik. Berhati-hati dalam proses presentasi, jangan emosi, dan tetaplah focus pada saat anda melakukan presentasi.

e. Questioning (Bertanya)

Kesuksesan tahapan eksplorasi dan presentasi adalah bagaimana cara bertanya untuk menfapatkan data dan hal apa yang bermanfaat agar tujuan kunjungan bisa sukses, yaitu konsumen termotivasi untuk membeli.

f. Handling Response (Menyimak dan Menjawab Tanggapan)

Setelah dilakukan presentasi dan bertanya kemudian akan terjadi respon yang berbeda-beda yaitu respon negative, respon positif, dan pelanggan yang tidak meberikan respon apapun.

g. Clossing (Menutup Penjualan)

Merupakan proses *personal selling* dimana wiraniaga menanyakan apa yang hendak dipesan oleh pelanggan. Sering dihadapkan pada keadaan tawar-menawar harga produk, biaya pengiriman, permintaan, potongan harga, potongan biaya dan lain-lain.Seorang penjual harus pandai agar margin keuntungan yang ditargetkan oleh perusahaan bisa terjaga dan tetap terpenuhi.

C. Respon

1. Pengertian Respon/Sikap

Mengenai definisi respon/sikap, banyak ahli yang mengemukakannya dengan sudut pandang masing-masing, menurut

pandanga Fishbein, pada buku Mohammad Ali dan Mohammad Asrori mendefinisikan sikap adalah predisposisi emosiaonal yang dipelajari untuk merespons secara konsisten terhadap suatu objek. Sikap merupakan variable laten yang mendasari, mengarahkan, dan memengaruhi prilaku. Sikap tidak identic dengan respons dalam benuk prilaku, tidak dapat diamati secara langsung tetapi dapat disimpulkan dari konsistensi prilaku yang dapat diamati.Secara oprasional, sikap dapat diekspresikan dalam bentuk kata-kata atau tindakan yang merupakan respons reaksi dari sikapnya terhadap objk, baik berupa orang, peristiwa, atau situsi.[25]

Sementara itu, Chaplin dalam Dictionary of Psychology menyamakan sikap dengan pendirian. Lebih lanjut dia mendefinisikan sikap sebagai predisposisi atau kecenderungan yang relatf stabil dan berlangsung terus menerus untuk bertingkah laku atau bereaksi dengan cara tertentu terhadap orang lain, objek, lembaga, atau persoalan tertentu. Dilihat dari sudut pandang yang agak berbeda, sikap merupakan kecenderungan untuk bereaksi terhadap orang, lembaga, atau peristiwa, baik secara positif maupun negatif.Sikap itu secara khas mencakup suatu kecenderungan untuk melakukan klasifikasi dan kategorisasi.[26]

Adapun definisi dari sikap keagamaan, merupakan suatu keadaan yang ada dalam diri seseorang yang mendorong sisi orang untuk bertingkah laku yang berkaitan dengan agama. Sikap keagamaan terbentuk karena adanya konsistensi antara kepercayaan terhadap agama sebagai

---

[25] Mohammad Ali dan Mohammad Asrori, *Psikologi Remaja*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2010), 141

[26] *Ibid.*,

komponen kognitif perasaan terhadap agama sebagai komponen efektif dan prilaku terhadap agama sebagai komponen kognatif.Di dalam sikap keagamaan antara komponen kognitif, efektif, dan kognatif saling berintegrasi sesamanya secara komplek.[27]

Jadi dapat dipahami bahwasannya sikap adalah salah satu aspek psikologis individu yang sangat penting karena sikap merupakan kecenderungan untuk berprilaku sehingga akan banyak mewarnai prilaku seseorang. Sikap setiap orang berbeda atau bervariasi, baik kualitas maupun jenisnya sehingga prilaku individu menjadi bervariasi.

2. Macam-macam Skala Respon/Sikap[28]

Beberapa teknik atau skala sikap yang dapat digunakan, ada dua skala ikap yang utama dan dikenal sangat luas, yaitu:

a. Skala Likert

Dalam skala Likert disajikan satu seri pertanyaan-pertanyaan sederhana. Kemudian responden diuku sikapnya untuk menjawab dengan cara memilih salah satu pilihan jawaban di antara lima pilihan jawaban yang telah disediakan, yaitu:

1) Sangat setuju
2) Setuju
3) Ragu-ragu/netral
4) Tidak setuju
5) Sangat tidak setuju

[27] Ramayulis, *Psikologi Agama,* (Jakarta: Kalam Mulia, 2002), 97-98

[28] Mohammad Ali dan Mohammad Asrori, *Psikologi Remaja,* (Jakarta: PT Bumi Aksara), 143

b. Skala Thurstone

Dalam skala Thurtone terdapat sejumlah pernyataan derajat-derajat kekuatan yang berbeda-beda dan responden/subjek yang bersangkutan dapat menyatakan persetujuan atau penolakan terhadap pernyataan-pernyataan tersebut.Butir-butir pernyataannya dipilih sedemikian rupa sehingga tersusun sepanjang satu skala interval-sama, dari yang sangat menyenangi sampai dengan yang sangat tidak menyenangi.

3. Komponen-Komponen pada Respon/Sikap

Menurut Crites, Fabrigar, dan juga Petty pada buku Shelley E. Taylor Sikap memiliki 3 komponen yaitu :[29]

a. Affective Component (komponen afektif), terdiri dari emosi dan persaan seseorang terhadap suatu stimulu, khususnya evaluasi positif atau negative.
b. Behavioral Component (komponen behavioral), adalah cara orang bertindak dalam merespons stimulus.
c. Cognitive Component (komponen kognitif), terdiri dari pemikiran seseorang tentang objek tertentu, seperti fakta, pengetahuan dan keyakinan.

Ada beberapa Teori yang membantu kita untuk memahami bagaimana sikap dibentuk dan bagaimana sikap dapat berubah.Pendekatan belajar menganggap sikap sebagai kebiasaan, suatu yang dipelajari. Prinsip

[29] Sheleyy E. Taylor, Letitia Anne Peplau, David O. Scars, *Psikologi Sosial Edisi Kedua Belas*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2009). 165

yang berlaku untuk bentuk proses belajar lain juga berlaku untuk pembentukan sikap. Pendekatan motivasional didasarkan pada prinsip konsistensi kognitif yang menyatakan bahwa kita mencari konsistensi antar sikap-sikap kita dan antara sikap dan perilaku.Pendekatan ini menekankan pada penerimaan sikap yang sesuai dengan struktur kognitif keseluruhan.Pendekatan ekspektasi nilai menyatakan bahwa kita mengadopsi sikap yang bisa memaksimalkan pencapaian tujuan kita. Masing-masing sikap punya keuntungan dan kekurangan, pendekatan ekspektasi nilai menyatakan bahwa kita akan mengambil sikap yang lebih menguntungkan kita. Dan terakhir, teori respons kognitif membahas kondisi-kondisi yang menyebabkan kita menolak atau menerima bujukan yang dimaksudkan untuk mengubah sikap kita. Pendekatan-pendekatan tersebut tidak selalu bertentangan satu sama lain.[30]

D. Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR)

1. Pengertian Kredit Usaha Rakyat (KUR)

Secara sederhana Kredit Usaha Rakyat (KUR) dapat dipahami sebagai kredit/pembiayaan kepada usaha Mikro Kecil Menengah Koperasi (UMKM-K) dalam bentuk pemberian modal kerja dan investasi yang didukung fasilitas penjaminan untuk usaha produktif.[31]

KUR ini disediakan hanya terbatas oleh bank-bank yang ditunjuk oleh pemerintah saja, yaitu: Bank Rakyat Indoesia (BRI), Bank Rakyat

---

[30] *Ibid*., 167

[31] Dewi Anggraini dan Syahrir Hakim Nasution, *Peranan Kredit Usaha Rakyat (KUR) bagi pengembangan UMKM Di Kota Medan (Studi Kasus Bank BRI)*, Jurnal Ekonomi dan Keuangan Vol. 1, No. 3, Februari 2013

Indonesia Syariah (BRIS), Bank Negara Indonesia (BNI), Bank Mandiri, Bank Mandiri Syariah, Bank Tabungan Negara dan Bank Bukopin.[32]

2. Ketentuan Pemberian KUR

Ketetuan-ketentuan umum yang harus dipenuhi oleh calon nasabah KUR baik di bank Syariah maupun bank Konvensional adalah sebagai berikut:

a. Tidak sedang menerima kredit modal kerja/investasi dari perbankan dan sedang tidak menerima kredit program dari pemerintah, dibuktikan dari hasil SID Bank Indonesia.
b. Dalam hal calon debitur/masih memiliki kredit dari perbankan. Sepanjang kredit tersebut adalah kredit konsumtif seperti KPR, kredit kendaraan bermotor, kartu Kredit dan Lain-lain, calon debitur tetap dapat mengajukan permohonan KUR.
c. Dalam hal UMKM, masih memiliki baki debit yang tercatat pada SID bank Indonesia tetapi yang bersangkutan sudah melunasi pinjamannya, diperlukan surat keterangan lunas/roya dengan lampiran catatan rekening dari bank pemberi kredit sebelumnya.[33]

Ketentuan khusus yang harus dipenuhi oleh calon nasabah adalah sebagai berikut: [34]

---

[32] Firmansyah Deckiyanto, "Efektifitas Kebijakan Pemberian Kredit Usaha Rakyat (KUR) Mikro Berdasarkan Surat Edaran Direksi Nose: S.09c-DIR/ADK/03/2010 atas Ketentuan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Mikro (Study Kasus di Bank Rakyat Indonesia Unit Sleko Cabang Madiun)". Skripsi Universitas Brawijaya Fakultas Hukum Tahun 2013, 11

[33] Departemen Komunikasi & Informatika, Badan Informasi Publik, Pusat Informasi Perekonomian, *Kredit Usaha Rakyat (KUR),* (Jakarta. Departemen Komunikasi, 2008), 30-31

[34] Chivita Arumsari Sulistiyaningsih, "Analisis Pemberian KUR pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk KCP Solo", Skripsi Universitas Sebelas Maret Surakarta Fakultas Ekonomi.

a. Menyerahkan surat permohonan KUR yang ditandatangani pemohon dan istri/suami (apabila telah menikah).
b. Menyerahkan KTP dan KK.
c. Surat nikah apabila telah menikah.
d. NPWP untuk Kredit di atas Rp1 juta.
e. Perizinan usaha
f. Legalitas tempat usaha.
g. Rincian peruntukan kredit.
h. Catatan keuangan usaha.
i. Agunan tambahan, jika dipersyaratkan.

3. Konsep dan Macam-Macam KUR[35]

Konsep Kredit Usaha Rakyat (KUR) dilaksanakan dalam 3 macam skim. Adapun yang membedakan konsep satu dengan yang lainnya adalah jumlah *plafond.*

a. KUR Ritel: *plafond* sampai dengan Rp500 juta dilayani di Kantor Cabang pembantu.
b. KUR Mikro: *plafond* kredit sampai dengan Rp25 juta per debitur.
c. Dapat diberikan tambahan sumplesi, restrukturisasi sampai dengan Rp75 juta per debitur.
d. KUR Penempatan Tenaga Kerja Indonesia (TKI): *plafond* Kredit sampai dengan Rp25 juta per debitur. Jangka waktu kredit paling lama

[35] Anya Kurniadi Putri, "Analisis Kelayakan Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) pada PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang BSD City", Skripsi, (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2018), 35

sama dengan masa kontrak kerja dan tidak melebihi jangka waktu tahun.

Prosedurnya adalah sebagai berikut. Nasabah yang membutuhkan pembiayaan Kredit Usaha Rakyat dapat menghubungi Kantor Cabang atau Kantor Cabang pembantu bank pelaksana terdekat lalu calon nasabah memenuhi persyaratan dokumentasi yang sesuai dengan yang telah ditetapkan oleh bank pelaksana. Setelah itu, calon nasabah mengajukan surat permohonan pembiayaan yang kemudian bank pelaksana akan melakukan penilaian kelayakan. Setelah semua proses dilalui maka bank pelaksana berwenang memberikan persetujuan atau menolak kredit tersebut.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian adalah suatu proses atau kegiatan yang dilakukan secara sistematis, logis, dan berencana untuk mengumpulkan, mengolah, menganalisis data, serta menyimpulkan dengan menggunakan metode, atau teknik tertentu untuk mencari jawaban atas permasalahan.[1]

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian jenis lapangan (*field research*). Penelitian lapangan adalah suatu penelitian yang dilakukan secara intensif, terperinci, dan mendalam terhadap suatu objek tertentu dengan mempelajari sebagai suatu kasus.[2] Penelitian ini adalah Pengukuran kinerja *Personal selling* AOM melalui ResponNasabah pada Produk Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR). Penelitian ini dilakukan di BRI Syariah KC Bandar Lampung Kedaton.Peneleti melakukan penelitian di BRI Syariah KC Bandar Lampung Kedaton dikarenakan peneliti menemukan permasalahan yang ingin diteliti untuk menemukan penyelesaiannya.

---

[1] Moh. Kasiram, *Metodologi Penelitian Kualitatif-Kuantitatif*, (Yogyakarta: Sukses Offset, 1998), 37.

[2] Kartini Kartono, *Pengantar Metode Riset Sosial*, (Bandung: CV Mandar Maju, 1996), 32.

2. Sifat Penelitian

Sifat penelitian dalam skripsi ini bersifat deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, kejadian yang terjadi saat sekarang.[3] Sedangkan penelitian kualitatif merupakan riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis dengan pendekatan induktif.[4]

Adapun penulisannya adalah deskriptif kualitatif, yaitu memberikan gambaran dan keterangan-keterangan mengenai Pengukuran kinerja *Personal selling* AOM melalui ResponNasabah pada Produk Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) di BRI Syariah KC Bandar Lampung Kedaton.

B. Sumber Data

Dikarenakan sumber data merupakan salah satu hal yang sangat menentukan keberhasilan suatu penelitian. Sumber data dalam penelitian ini diteliti guna memperoleh data mengenai Pengukurankinerja *Personal selling* AOM melalui ResponNasabah pada Produk Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) di BRI Syariah KC Bandar Lampung Kedaton. Sumber data penelitian dibagi menjadi dua, yaitu:

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.[5] Sumber data primer yang

---

[3] Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Kharisma Putra Utama, 2011), 34.
[4] *Ibid*, 34.
[5] Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 225.

peneliti temui di lapangan adalah Pimpinan cabang BRI Syariah KC Bandar Lampung Kedaton, AOM*(Account Officer Miro)* BRI Syariah KC Bandar Lampung Kedaton yang berjumlah 3 AOM dan Nasabah Bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung yang berjumlah 5 Nasabah.

Penentuan nasabah sebagai sumber data dalam penelitian ditentukan melalui teknik *random sampling.* Teknik *random sampling,* diberi nama demikian karena di dalam pengambilan sampelnya, peneliti mencampur subjek-subjek dalam populasi sehingga semua subjek dianggap sama. Dengan demikian maka peneliti memberi hak yang sama kepada setiap subjek untuk memperoleh kesempatan (*chance*) dipilih menjadi sampel. Oleh karnea hak setiap subjek sama, maka peneliti terlepas dari perasaan ingin mengistimewakan satu atau beberapa subjek untuk dijadikan sampel.[6]

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder, yaitu sumber data yang telah tersusun dalam bentuk dokumen-dokumen.[7] Sumber data sekunder diharapkan dapat menunjang peneliti dalam mengungkap data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, sehingga sumber data primer menjadi lengkap. Adapun yang menjadi acuan sumber data sekunder dalam penelitian adalah buku (buku terkait tentang *personal selling*, promosi, dan juga perilaku konsumen) jurnal, artikel, sumber-sumber tertulis.

---

[6] Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik,* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2013), 177

[7] Sugiyono, *Metodologi Penelitian.*, 39.

C. Teknik Pengumpulan Data

Selain mengumpulkan data lapangan (*field research*), dalam penelitian ini dibutuhkan data pelengkap yang diambil melalui kepustakaan, peneliti mengumpulkan data dengan bantuan buku-buku, dokumen-dokumen dan lain-lain yang ada kaitannya dengan penelitian ini. Dalam penelitian lapangan, peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, antara lain.

1. Wawancara/*interview*

Wawancara yaitu teknik untuk mengumpulkan data yang akutrat untuk keperluan proses pemecahan masalah tertentu, yang sesuai dengan data.[8] Cara yang digunakan peneliti adalah *interview* bebas terpimpin, karena untuk menghindari pembicaraan yang menyimpang dari permasalahan yang akan diteliti.

Guna memperoleh data yang ada kaitannya dengan peneliti ini, maka peneliti mencari informasi yang diperlukan tentang Pengukurankinerja *Personal selling* AOM melalui ResponNasabah pada Produk Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) di BRI Syariah KC Bandar Lampung Kedaton dengan melakukan wawancara kepada Bapak Bardani selaku Pimpinan Cabang BRI Syariah KC Bandar Lampung Kedaton, Bapak Rio, Bapak Umar, dan Bapak Agung Selaku *Account Officer Mikro* (AOM), Saudara AF,MD,MK, dan SC selaku Nasabah BRI Syariah KC Bandar Lampung Kedaton.

---

[8] Muhamad, *Metodelogi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), 151.

2. Dokumentasi

Merupakan cara yang digunakan untuk mengumpulkan data berupa data tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan serta pemikiran tentang fenomena yang masih aktual dan sesuai dengan masalah penelitian.[9]

Teknik ini digunakan sebagai penunjang data penelitian yang dilakukan melalui interview bersama Pimpinan Cabang, *Account Officer Mikro* (AOM), dan Nasabah BRI Syariah KC Bandar Lampung Kedaton untuk memberikan informasi terkait permasalahan yang peneliti temukan di BRI Syariah KC Bandar Lampung Kedaton, dan membantu proses lanjutan penelitian.

D. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah "proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah di baca dan diinterprestasikan".[10] Data yang diperoleh dari wawancara dan dokumentasi dari Bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung akan diolah dengan menggunakan teknik deskriptif kualitatif.

Metode kualitatif maksudnya data yang diperoleh diuraikan sedemikian rupa dan disertai pembahasan dan kemudian hasil analisa tersebut dilaporkan dalam bentuk laporan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif karena penelitian ini bertujuan untuk menjabarkan keterangan dengan mengacu pada berbagai teori dengan pokok masalah.

---

[9] *Ibid*, 152.

[10] Masri Singarimbun dan Sofian Efendi, *Metode Penelitian Survei*, (Jakarta: LP3ES, 1995), 263.

Sedangkan data hasil dokumen digunakan untuk menunjang hasil wawancara. Untuk menganalisis data, peneliti menggunakan cara berfikir induktif. Nana Sudjana mengemukakan bahwa "berfikir induktif berangkat dari data-data khusus dan fakta empiris dilapangan disusun, diolah, dikaji kemudian ditarik maknanya dalam bentuk pernyataan atau kesimpulan yang bersifat umum".[11]

Cara berfikir induktif ini di gunakan pada penelitian ini guna mengetahui apakah sudah berperan dengan baik *personal selling Account Officer Mikro* (AOM) terkait respon nasabah di BRI Syariah KC Bandar Lampung Kedaton.

[11] Nana Sudjana, *Tuntunan Penyususnan Karya Ilmiah*, (Bandung: Sinar Baru Algensindo, 2011), 7.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Bandar Lampung Kedaton

1. Sejarah Singkat Unit Mikro Bank BRI Syariah Kantor Cabang Bandar Lampung Kedaton

Aktivitas PT Bank BRI Syariah Tbk semakin kokoh setelah pada 19 Desember 2008 ditandatangani akta pemisahan Unit Usaha Syariah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., untuk melebur kedalam PT Bank BRI Syariah Tbk (prosess pin off) yang berlaku efektif pada tangga l1 Januari 2009. Penandatanganan dilakukan oleh Bapak Sofyan Basir selaku Direktur Utama PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., dan Bapak Ventje Rahardjo selaku Direktur Utama PT Bank BRI SyariahTbk.[1]

Saat ini PT Bank BRI Syariah Tbk menjadi bank syariah ketiga terbesar berdasarkan aset. PT Bank BRI Syariah Tbk tumbuh dengan pesat baik dari sisi aset, jumlah pembiayaan dan perolehan dana pihak ketiga. Dengan berfokus pada segmen menengah bawah, PT Bank BRI Syariah Tbk menargetkan menjadi bank ritel modern terkemuka dengan berbagai ragam produk dan layanan perbankan.[2]

---

[1]www.brisyariah.com, Dokumentasi Sejarah Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Bandar Lampung, Diunduh pada tanggal 15 April 2020

[2]www.brisyariah.com, Dokumentasi Sejarah Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Bandar Lampung, Diunduh pada tanggal 15 April 2020

Sesuai dengan visinya, saat ini PT Bank BRI Syariah Tbk merintis sinergi dengan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., dengan memanfaatkan jaringan kerja PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., sebagai Kantor Layanan Syariah dalam mengembangkan bisnis yang berfokus kepada kegiatan penghimpunan dana masyarakat dan kegiatan konsumer berdasarkan prinsip Syariah.[3]

Lalu kehadiran Unit Mikro BRI Syariah Kantor Cabang Bandar Lampung Kedaton sudah ada sejak Bri Syariah hadir di dunia Perbankan. Kehadiran Unit Mikro di tengah-tengah panasnya persaingan antar bank syariah maupun konvensional, seorang Account Officer harus benar-benar memiliki skil yang baik dalam dunia pemasaran.Pembiayaan ke sektor mikro menjadi salah satu fokus pembiayaan BRI Syariah. Pembiayaan terhadap segmen mikro tetap menjadi salah satu fokus perseroan sebagaimana yang dilakukan induk usaha PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Pembiayaan mikro pada Bank BRI Syariah berkisar Rp 5 juta sampai Rp. 500 juta dengan 3 pilihan plafon pembiayaan, yaitu 25 juta-75 juta, 75 juta-200 juta, 200 juta- 500 juta. Dilaporkan bahwa 75 persen pembiayaan mikro BRI Syariah iB disalurkan pada pedagang pasar dengan komposisi terbesar pedagang sembilan bahan pokok (sembako) dan pedagang pakaian, sedangkan sisanya sebesar 25 persen di salurkan ke komunitas usaha lainnya atau biasa disebut plasma.Pembiayaan mikro adalah pembiayaan yang disediakan oleh bank syariah kepada pengusaha

[3]www.brisyariah.com, Dokumentasi Sejarah Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Bandar Lampung, Diunduh pada tanggal 15 April 2020

kecil dan mikro serta masyarakat berpenghasilan rendah yang tidak terlayani oleh lembaga keuangan formal dan yang telah berorientasi pasar untuk tujuan bisnis. Pembiayaan yang paling dominan di Bank BRI Syariah KC Bandar Lampung adalah pembiayaan akad murabahah, dan di dalam akad murabahah ini termasuk pembiayaan mikro.[4]

Sejak munculnya pembiayaan mikro, Pihak Bank BRI Syariah memecah belah Account Offier untuk di khususkan menjadi *Account Officer Mikro*, sebenarnya tugas mereka masih sama, sama-sama mencari nasabah, sama-sama mempunyai tugas untuk mempromosikan produk. Tapi *Account Officer Mikro* memiliki tugas khusus untuk bagian pembiayaan Mikro.Terbentuknya *Account Officer Mikro* berbarengan dengan awal masuknya Kredit Usaha Rakyat di BRI Syariah Kantor Cabang Bandar Lampung Kedaton yaitu pada Tahun 2017.[5]

2. Struktur Organisasi Unit Mikro Bank BRI Syariah Kantor Cabang Bandar Lampung Kedaton[6]

Struktur Organisasi Unit Mikro Bank BRI Syariah Kantor Cabang Bandar Lampung Kedaton sebagai berikut:

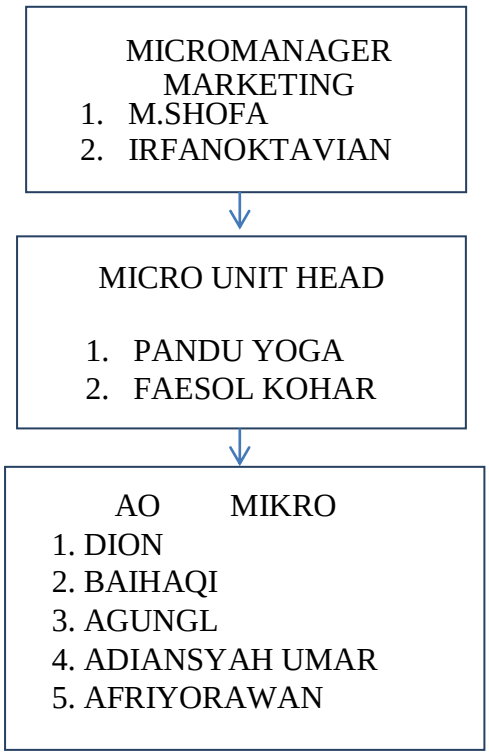
---

[4] Wawancara dengan Bapak Bardani selaku Pimpinan Cabang Bank BRI Syariah Kantor Cabang Bandar Lampung Kedaton pada tanggal 07 Januari 2020

[5] Wawancara dengan Bapak Bardani Pimpinan Cabang Bank BRI Syariah Kantor Cabang Bandar Lampung Kedaton pada tanggal 07 Januari 2020

[6] Dokumentasi Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Bandar Lampung

Gambar 4.1.
Struktur Organisasi *Account Officer Mikro* (AOM)
Bank BRI Syariah Kantor Cabang Bandar Lampung Kedaton



Keterangan: [7]

a. Micro Marketing Manager

Micro marketing atau pemasaran mikro merupakan menciptakan penawaran layanan pada kelompok-kelompok konsumen. Seiring dengan perkembangan zaman, konsumen pun saat ini menjadi semakin komplek sedangkan kebutuhan dan permintaan yang berbeda-beda satu sama lain sehingga perlu diterapkan pemasaran mikro. Manajer yang meletakkan orientasinya pada marketing melihat

[7] Wawancara dengan Bapak Bardani selaku Pimpinan Cabang Bank BRI Syariah Kantor Cabang Bandar Lampung Kedaton pada tanggal 07 Januari 2020

konsemen berbeda satu sama lainnya yang menyebabkan ia akan menerapkan micro marketing dalam pemasarannya.

b. *Micro Unit Head*

Bertanggung jawab untuk melaksanakan dan memastikan bisnis mikro pada unit tersebut berjalan sesuai dengan target yang diberikan dan tidak melanggar *syariah comply* maupun P3 Mikro.

c. *Account OfficerMicro*

Account Officer Micro bertugas untuk melakukan penjualan produk-produk mikroserta melakukan *pre-screening* untuk calon-calon nasabah sebelum dokumen-dokumen pembiayaan diberikan kepada UH untuk verifikasi lebih lanjut.

3. Produk Kredit Usaha Rakyat (KUR) PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Bandar Lampung Kedaton

Kredit Usaha Rakyat (KUR) adalah pembiayaan modal kerjaatau investasi kepada debitur, individu/Perorangan, Badan Usaha atau Kelompok Usaha yang produktif dan layak namun belum memiliki agunan tambahan atau agunan tambahan belum cukup. Akad yang digunakan oleh BRI Syariah Kantor Cabang Bandar Lampung Kedaton adalah *murabahah bil wakalah* yaitu jual beli yang diwakilkan. Pada awal pelaksanaan nya KUR disalurkand alam dua Skema yaitu KUR Kecil ib dan KUR Mikro ib. KUR Kecil ib disalurkan dengan plafon minimum Rp5 juta dan maksimum sebesar Rp25 juta dengan margin 0, 31% . KUR ritel disalurkan dengan plafon diatas Rp25 juta sampai dengan maksimum Rp50juta dengan

margin yang sama juga sebesar 0, 31%. Kredit Usaha Rakyat (KUR) adalah pinjaman yang memberikan solusi pembiayaan usaha kecil dan menengah UMKM dari Pemerintah sejak 2017, 2018, 2019, 2020. Keunggulan pembiayaan Kredit Usaha Rakyat BRI Syariah adalah margin yang rendah.[8]

Adapun Manfaat yang didapat ketika melakukan Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat di Bank BRI Syariah Kantor Cabang Bandar Lampung Kedaton[9]

a. Sebagai Kredit Modal Kerja
b. Sebagai Sumber Kredit Investasi

Ketentuan khusus yang harus dipenuhi oleh calon nasabah adalah sebagai berikut:

a. E-KTP calon nasabah dan pasangan (suami/istri) yang masih berlaku
b. Kartu keluarga dan akta nikah.
c. Akta Cerai/ surat kematian (untuk janda/dida)
d. Surat ijin usaha/ Surat Keterangan usaha (SKU Asli)
e. NPWP wajib ada limit pembiayaan≥50 Juta

Penyaluran KUR Bank Rakyat Indonesia (BRI) Syariah KC Bandar Lampung Kedaton baru dimulai pada awal Maret 2017 dengan izin penyalurannya diresmikan pada awal Februari, dalam jangka waktu tersebut bank baru bisa menyalurkan pembiayaan sebanyak 60 nasabah

[8] Wawancara dengan Bapak Dion selaku Account Officer Mikro Bank BRI Syariah Kantor Cabang Bandar Lampung Kedaton pada tanggal 07 Januari 2020

[9]Wawancara dengan Bapak Dion selaku Account Officer Mikro Bank BRI Syariah Kantor Cabang Bandar Lampung Kedaton pada tanggal 07 Januari 2020

(50% pedagang, 30% pengusaha, 20% petani) Tahun 2018 jumlah nasabah meningkat menjadi 140 (85% pedagang dan 15% petani) dan pada Tahun 2019 jumlah nasabah mengalami kenaikan tapi tidak jauh dari 2018 yaitu sebanyak 150 nasabah (70% pedagang, 20% pengusaha, 10% petani).

B. Kinerja *Personal selling* (Penjualan Pribadi) *Account Officer Mikro* (AOM) Melalui Respon Nasabah Kredit Usaha Rakyat (KUR) di BRI Syariah Kantor Cabang Bandar Lampung Kedaton

Kinerja merupakan *performance* atau unjuk kerja. Kinerja dapat pula diartikan sebagai prestasi kerja atau pelaksanaan kerja atau hasil unjuk kerja. Lalu Pengukuran kinerja AOM di Bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton akan dihitung dan dipertimbangkan, pengukuran yang utama di ukur oleh bank kepada AOM adalah target pembiayaannya. Namun tentu dalam evaluasi pengukuran kinerja AOM ini sudah tersedia standar-standar yang dapat menentukan seberapa berhasilkah kinerja *Account Officer Mikro*(AOM) itu sendiri. Karyawan yang memiliki level kinerja yang tinggi merupakan karyawan yang produktifitas kerjannya tinggi, begitupun sebaliknya, karyawan yang memiliki level kinerja tidak sesuai dengan standar yang ditetapkan maka karyawan tersebut merupakan karyawan yang tidak produktif. Dengan mengevaluasi strategi *personal selling* organisasi, maka

manajemen akan mendapatkan feedback dan mengidentifikasi masalah-masalah yang terjadi yang perlu dilakukan tindakan korektif.[10]

Pengukuran kinerja *Account Officer Mikro* yang paling utama adalah pencapaian target AOM itu sendiri, dimana target yang ditetapkan oleh Bank BRI Syariah Bandar Lampung Kedaton adalah 300 Juta untuk semua produk Mikro, jadi apabila AOM ingin mendapatkan penilai kinerja yang baik AOM harus mampu mencapai target yang di tentukan, untuk bisa mencapai target tersebut AOM harus melakukan strategi yang baik termasuk strategi *personal selling*nya, bagaimana dapat menarik nasabah tersebut. Adapun penilaian absensi, penilaian absensi tidak hanya ditujukan kepada Account Officer saja tapi untuk keseluruhan karyawan yang ada di BRI Syariah Kantor Cabang Bandar Lampung Kedaton. Kemudian kedisiplinan, Jika karyawan tidak disiplin secara otomatis ketika dia akan dipromosikan namun penilaian disiplin kurang maka karyawan tersebut tidak akan dipromosikan .Dimana maksud dari dipromosikan ini adalah dijadikan sebagai karyawan tetap Bank BRI Syariah Kantor Cabang Bandar Lampung Kedaton. Adapun penilain tentang bagaimana hubungan AOM dengan nasabah, bagaimana proses pembayaran nasabah, apakah nasabah lancar dalam mengangsur pembiayaan, apakah nasabah ada keluhan terkait tindakan prilaku AOM. [11]

---

[10] Wawancara dengan Bapak Bardani selaku Pimpinan Cabang Bank BRI Syariah Kantor Cabang Bandar Lampung Kedaton pada tanggal 07 Januari 2020

[11] Wawancara dengan Bapak Bardani selaku Pimpinan Cabang Bank BRI Syariah Kantor Cabang Bandar Lampung Kedaton pada tanggal 07 Januari 2020

Adapun Tugas seorang Account Officer (AO) di Bank BRI Syariah Bandar Lampung Kedaton :[12]

1. Mengelola account. Seorang account officer berperan untuk membina nasabah agar mendapatkan efisiensi dan optimalisasi dari setiap transaksi keuangan yang dilakukan tanpa meninggalkan tanggung jawabnya sebagai personil bank.
2. Mengelola produk. Seorang account officer harus mampu menjebatani kemungkinan pemakaian berbagai produk yang paling sesuai dengan kebutuhan nasabahnya.
3. Mengelola kredit. Seorang account officer bertugas untuk melakukan pemantau atas pinjaman yang diberikan kepada nasabah agar nasabah selalu memenuhi komitmen atas pinjamannya, untuk itu account officer harus memiliki pengetahuan tentang bisnis nasabahnya.
4. Mengelola penjualan. Seorang account officer pada dasarnya ujung tombak bank dalam memasarkan produknya. Maka seorang account officer juga harus memiliki salesmanship yang memadai buntuk dapat memasarkan produk yang ditawarkan.
5. Mengelola profitability. Seorang account officer juga bertugas dalam menentukan keuntungan yang diperoleh bank, dengan demikian ia harus yaki n bahwa segala hal yang dilakukannya berada pada suatu kondisi yang memberikan keuntungan pada bank.

[12] Wawancara dengan Bapak Bardani selaku Pimpinan Cabang Bank BRI Syariah Kantor Cabang Bandar Lampung Kedaton pada tanggal 07 Januari 2020

Indikator keberhasilan AOM dapat di buktikan bagiamana kemampuan AOM dalam bekerja, mampukah AOM melakukan pekerjaan yang sudah menjadi kewajiban AOM itu sendiri, sebagaimana tugasnya yaitu mencari nasabah, AOM harus professional dalam melakukan tugas yang di emban. Selain itu AOM harus meningkatkan hasil, kembali lagi pada target, AOM dapat dikatakan sukses ketika mereka dapat memenuhi target yang sudah di tentukan. Atau justru mereka bisa melebihi target yang di tetapkan, pimpinan Bank pun akan memberikan penghargaan karna sudah berusaha sebaik mungkin. Mempunyai semangat yang tinggi juga menjadi indikator seorang AOM, disampingkan dengan pekerjaannya yang begitu berat, mereka harus mempunyai semangat untuk membawa diri mereka lebih dan lebih baik lagi dan tidak mudah putus asa. [13]

Adapun kebijakan yang diberikan oleh pimpinan ketika AOM bisa memenuhi target, salah satu kebijakan pimpinan saat ini adalah target 3 bulan, yaitu ketika dimana AOM mampu memberikan pencapaian terbaik selama 3 bulan, lalu akan di ranking dan mendapatkan bingkisan berupa helm ataupun jaket. Kemudian ketika AOM tersebut adalah karyawan kontrak, adapun kebijakan lain ketika mereka mampu memenuhi target 300jta/bulan selama satu tahun berturut-turut maka AOM tersebut akan dipromosikan menjadi karyawan tetap, dan ketika dia sudah menjadi karyawan tetap lalu berhasil memenuhi target tersebut, AOM akan mendapatkan intensif tenaga pemasar

[13] Wawancara dengan Bapak Bardani selaku Pimpinan Cabang Bank BRI Syariah Kantor Cabang Bandar Lampung Kedaton pada tanggal 07 Januari 2020

berupa penghargaan sejumlah uang tunai lalu bisa di promosikan untuk naik jabatan.[14]

Untuk memperoleh infromasi yang dibutuhkan, peneliti juga melakukan wawancara terhadap proses strategi *personal selling* pada produk kredit usaha rakyar (KUR) yang dilakukan oleh *Account Officer Mikro (AOM).* Secara umum strategi yang digunakan adalah dengan menggunakan strategi door to door atau biasa di sebut strategi passing, yaitu strategi dimana *Account Officer Mikro* melakukan kegiatan pemasaran secara aktif. Setiap hari wajib bagi AOM untuk kunjungan pasar atau plasma, ini salah satu bentuk dari strategi *door to door* juga, dan minimal kunjungan itu 10/hari. Tugas *personal selling* dalam kaitannya dengan produk perusahaan yaitu sebagai *procreator stage*, yaitu aktifitas penjualan yang berusaha memahami masalah atau kebutuhan calon nasabah dan solusinya melalui kolaborasi antara AOM dan calon nasabah, kemudian menciptakan hasil dari produk tersebut secara unik disesuaikan dengan permintaan calon nasabah[15] Adapun strategi lain yang di gunakan sebagai berikut: [16]

1. Strategi Periklanan

   Pemasaran yang dilakukan oleh pihak *Account Officer Mikro* (AOM) Bank BRIS yariah Kantor Cabang Kedaton menggunakan beberapa media promosi, seperti pengenalan produk melalui brosur yang dibagikan

[14] Wawancara dengan Bapak Bardani selaku Pimpinan Cabang Bank BRI Syariah Kantor Cabang Bandar Lampung Kedaton pada tanggal 07 Januari 2020

[15] Wawancara dengan Bapak Rio selaku Account Officer Mikro (AOM) pada tanggal 07 Januari 2020

[16]Wawancara dengan Bapak Dion selaku Account Officer Mikro (AOM) pada tanggal 07 Januari 2020

atau ditawarkan kepada masyarakat, selain itu menggunakan media elektronik seperti radio dan media sosial dalam mengenalkan produk-produk Bank BRI Syariah. Karena pihak Bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton menganggap bahwa sebaik apapun produknya, jika tidak dikenal masyarakat akan sulit. Dan inilah menjadi alasan mengapa pemasaran sangat lah penting.

2. Strategi *sales promotion*

Account Officer Mikro (AOM) BankBRI Syariah dalam memikat nasabah baru dan mempertahankan nasabah lainnya selalu memberikan produk-produk yang terbaik. Salah satu caranya adalah menggunakan sales promotion dalam mempromosikan produk-produk pembiayaannya. Pemberian kupon hadiah kepada nasabah agar nasabah tertarik dan memiliki kesan di Bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton.

3. Strategi*Publisitas*

Strategi *publisitas* yang digunakan BRIS yariah Kantor Cabang Kedaton, sebagaimana penuturan dari Ibu Yuniar yaitu biasanya ikut event *Car Free Day*, Lampung Fair, dan acara-acara lainnya dengan mendirikan stand. Dari hal-hal publisitas tersebut ternyata juga menambah banyak tentang pengetahuan masyarakat tentang bankBRI Syariah Kantor Cabang Kedaton dan itu sangat membantu perkembangan bank, karena banyak pula nasabah-nasabah yang sudah percaya dengan pihak BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton yang merekomendasikan kepada masyarakat lain mengenai apa yang dimiliki dan keunggulan apa yang ada

di produk-produk bank BRI Syariah, khususnya produk Pembiayaan KUR.

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Rio Selaku *Account Officer Mikro*, keuntungan yang diperoleh dari *personal selling* sediri bisa menambah teman atau keluarga, dengan sikap yang sopan dan publik speeking yang menarik, tidak hanya dapat menarik nasabah 1 orang tapi bisa juga menarik nasabah yang lain karena kita sudah berperan baik kepada nasabah sebelumnya, jadi otomatis nasabah tersebut juga akan menawarkan kepada keluarganya atau temannya yang membutuhkan modal usaha untuk menggunkan produk Kredit Usaha Rakyat (KUR) dari BRI Syariah Kantor Cabang Bandar Lampung Kedaton. Namun ada kelemahan juga, dimana proses *personal selling* ini membutuhkan waktu yang cukup lama, karna prosesnya yang berawal dari tidak mengenal satu sama lain jadi membutuhkan proses pendekatan dan rasa percaya nasabah pada pihak *Account Officer Mikro*.[17]

Setiap pekerjaan itu pasti ada kelebihan/keuntungan dan juga kekurangan, sama halnya AOM. Ketika menjadi AOM ada keuntungan dan juga kekurangan yang mereka dapatkan. Keuntungan yang bisa mereka dapatkan yaitu dari strategi yang mereka lakukan maka mereka akan mendapatkan data-data dari nasabah untuk kemudian hari akan menjadi nasabah, kerugian nya atau kekurangannya yaitu saat pertama kali AOM datang untuk menawarkan pembiyaaan jarang sekali nasabah yang

[17] Wawancara dengan Bapak Rio selaku Account Officer Mikro (AOM) pada tanggal 07 Januari 2020

langsung berminat untuk menjadi nasabah, butuh waktu untuk AOM dan nasabah menjalin hubungan untuk bisa saling percaya satu dengan yang lain agar nasabah berminat dengan produk pembiayaan yang ditawarkan AOM. Namun kerugian yang dialami AOM biasanya hanya berkisar satu atau dua bulan saja. Karena bagi AOM ketika datang pertama kali kunjungan ke nasabah lalu nasabah langsung berminat dengan produk yang ditawarkan itu namanya keberuntungan, beda halnya dengan selling skill, dimulai dari perkenalan lalu kemudian nasabah yang awalnya merasa tidak butuh lalu jadi merasa butuh.[18]

Berdasaakan wawancara dengan Bapak Umar selaku *Account Officer Mikro* (AOM), respon masyarakat saat ditawarkan produk Kredit Usaha Rakyat bermacam-macam respon ada yang menolak ada yang merasa ingin tahu dan ada pula yang merasa cuek, tapi tak jarang juga respon masyarakat begitu antusias menanggapi *Account Officer Mikro* saat menawarkan produk kredit usaha rakyar (AOM), tapi ada juga beberapa masyarakat yang benar-benar menolak ketika *Account Officer Mikro* (AOM) menawarkan Produk pembiayaan tersebut.[19]

Berdasarkan wawancara dengan dua nasabah berinisial AF dan MD, dua nasabah tersebut memberi keterangan bahwasannya kegiatan Acount Officer Mikro (AOM) dari awal sampai dengan saat ini AF dan MD masih menajdi nasabah di Bank BRI Syariah Kantor Cabang Bandar

---

[18] Wawancara dengan Bapak Agung selaku Account Officer Mikro (AOM) pada tanggal 07 Januari 2020

[19] Wawancara dengan Bapak Umar selaku Account Officer Mikro (AOM) pada tanggal 07 Januari 2020

Lampung Kedaton pelayanan yang diberikan cukup memuaskan, karyawan-karyawan dinilai ramah dan sabar saat memberikan pelayanan. Ketika AF dan MD pun belum memiliki uang untuk pembayaran saat jatuh tempo, pihak *Account Officer Mikro* pun sabar dan tidak mudah marah. Dan untuk nasabah BD dan MK memberi keterangan yang tidak beda jauh dengan AF dan MD bahwa AOM BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung , pihak AOM memiliki sikap ramah dan baik. Begitu juga tanggapan dari nasabah SC yang merasa senang dengan sikap AOM yang begitu sangat ramah dan pengertian, dari awal perkenalan AOM sudah memberika kesan baik kepada SC, oleh sebab itu SC percaya dan memilih untuk mengambil pembiayaan dari BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung.[20] Berdasarkan wawancara dari bapak AF, MD, BD, MK, dan SC selaku nasabah , keuntungan yang mereka dapat adalah mereka sangat terbantu dengan adanya produk KUR dan beruntung juga bertemu dengan AOM karena memberikan pelayanan yang sangat baik sehingga nasabah merasa nyaman dan tidak merasa khawatir, setelah itu juga mereka menjelaskan alasan memilih untuk menjadi nasabah di Bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung karena fasilitas yang lengkap dan pelayanan yang diberikan cukup baik.

Berdasarkan wawancara di atas dapat diketahui bahwa respon nasabah kepada AOM adalah respon yang diharapkan, menurut Nasabah pun kinerja AOM Bank BRI Syariah cukup baik, pelayanan juga

[20] Wawancara nasabah AF, MD, BD, MK & SC pada tanggal 07 Januari 2020/21 Juli 2020

memuaskan, selalu membantu ketika nasabah merasa kurang mengerti tentang prosedur Bank. Memiliki semangat yang tinggi dan mempunyai mutu kerja yang baik menjadi indikator kinerja di Bank BRI Syariah Bandar Lampung Kedaton. Pengukuran kinerja AOM yang paling utama adalah dengan memenuhi target pencapaian sebesar 300juta/bulan untuk semua jenis pembiayaan mikro, namun tidak hanya target, kedisiplinan juga menjadi perhitungan pimpinan kepada AOM dapat dikatakan mempunyai kinerja baik.

C. Analisis pengukuran kinerja *Personal selling* AOM melalui Respon Nasabah pada Produk Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) di BRI Syariah KC Bandar Lampung Kedaton

Bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton adalah salah satu lembaga keuangan syariah yang menjalankan aktifitasnya dengan prinsip Syariah, yang berorientasi dalam pengembangan masyarakat tingkat menengah kebawah, sebisa mungkin mengoptimalkan peran dan kinerjanya dalam melayani nasabah. Pada umumnya orang-orang yang berkecimpung dalam manajemen sumber daya manusia sependapat bahwa pengukuran kinerja pegawai merupakan bagian penting dari seluruh proses kekaryaan pegawai yang bersangkutan, guna mengetahui kelemahan dan kelebihan karyawan sebagai landasan untuk memperbaiki kelemahan dan menguatkan kelebihan,

Berdasarkan hasil wawancara yang telah peneliti lakukan, dari landasan teori dan pembahasan sebelumnya peneliti menyajikan hasil tetang pengukuran kinerjan *personal selling* AOM di bank BRI Syariah Kantor

Cabang Kedaton. Menurut August W. Smith menyatakan bahwa: *"Performance is output derives from processes, human otherwise,"* Kinerja merupakan hasil dari suatu proses yang dilakukan manusia. Berdasarkan hal tersebut, maka kinerja atau prestasi kerja merupakan hasil yang dicapai seseorang menurut ukuran yang berlaku, dalam kurun waktu tertentu, berkenaan dengan pekerjaan serta perilaku dan tindakannya. Pengukuran kinerja merupakan struktur yang mengukur, menilai, dan juga mempengaruhi sifat-sifat yang berkaitan dengan pekerjaan, perilaku, dan hasil termasuk tingkat ketidak hadiran. Pengukuran kinerja harus ada di setiap perusahaan, karna dengan begitu bisa menjadi koreksi-koreksi setiap karyawan apabila karyawan tersebut memiliki efektifitas kerja yang kurang maka bisa diperbaiki.

Bank BRI Syariah Kantor Cabang Bandar Lampung Kedaton sebagai lembaga keuangan yang menerapkan *personal selling* sebagai salah satu strategi yang di gunakan untuk menarik nasabah adalah salah satu strategi yang menjadi penilaian setiap karyawannya. Sebagaimana telah di fokuskan dalam penelitian ini akan dipaparkan hasil wawancara yang peneliti lakukan yang berhubungan dengan Pengukuran kinerja *personal selling* Account Oficer Mikro .

"Menurut Werther dan Davis, menyatakan pengukuran kinerja juga berati membandingkan antara standar yang telah ditetapkan dengan kinerja sebenarnya yang terjadi."

Pengukuran kinerja/Penilaian Kinerja *Account Officer Mikro* yang dilakukan oleh bank BRI Syariah Kantor Cabang Bandar Lampung Kedaton diketahui sebagai berikut, pencapaian target AOM itu sendiri, dimana target yang ditetapkan oleh Bank BRI Syariah Bandar Lampung Kedaton adalah 300 Juta untuk semua produk Mikro, jadi apabila AOM ingin mendapatkan penilai kinerja yang baik AOM harus mampu mencapai target yang di tentukan, untuk bisa mencapai target tersebut AOM harus melakukan strategi yang baik termasuk strategi *personal selling*nya, bagaimana dapat menarik nasabah tersebut. Karyawan yang memiliki level kinerja yang tinggi merupakan karyawan yang produktifitas kerjannya tinggi, begitupun sebaliknya, karyawan yang memiliki level kinerja tidak sesuai dengan standar yang ditetapkan maka karyawan tersebut merupakan karyawan yang tidak produktif. Adapun penilaian absensi, penilaian absensi tidak hanya ditujukan kepada Account Officer saja tapi untuk keseluruhan karyawan yang ada di BRI Syariah Kantor Cabang Bandar Lampung Kedaton. Kemudian kedisiplinan, Jika karyawan tidak disiplin secara otomatis ketika dia akan dipromosikan namun penilaian disiplin kurang maka karyawan tersebut tidak akan dipromosikan . Dimana maksud dari dipromosikan ini adalah dijadikan sebagai karyawan tetap Bank BRI Syariah Kantor Cabang Bandar Lampung Kedaton. Adapun penilain tentang bagaimana hubungan AOM dengan nasabah, bagaimana proses pembayaran nasabah, apakah nasabah lancar dalam mengangsur pembiayaan, apakah nasabah ada keluhan terkait tindakan prilaku AOM. Pengukuran kinerja dapat dilakukan dengan menggunakan

sistem penilaian (rating) yang relevan. Rating tersebut harus mudah digunakan sesuai dengan yang akan diukur, dan mencerminkan hal-hal yang memang menentukan kinerja.

Target pencapaian ini merupakan dasar yang dijadikan pengukuran kinerja *Account Officer Mikro* yang memang sifatnya bisa terukur dan terlihat, ketika *Account Officer Mikro* ini mendapatkan target yang sesuai dengan rencana Bank BRI Syariah Kantor Cabang kedaton atau bahkan melebihi dari rencana maka dapat dikatakan bahwa kinerja dari *Account Officer Mikro* itu baik. Bagi *Account Officer Mikro* yang memperoleh target lebih dari pencapaian maka *Account Officer Mikro* tersebut mendapatkan tunjangan prestasi.

Adapun indikator kinerja *Account Officer Mikro* untuk mengukur produktifitas kerja, sebagai berikut :

1. Kemampuan
2. Meningkatkan hasil yang dicapai.
3. Semangat kerja.
4. Pengembangan diri.
5. Mutu.
6. Efisiensi

Indikator keberhasilan AOM (*Account Officer Mikro*) di Bank BRI Syariah dapat di buktikan bagiamana kemampuan AOM (*Account Officer Mikro*) dalam bekerja, mampukah AOM (*Account Officer Mikro*) melakukan

pekerjaan yang sudah menjadi kewajiban AOM (*Account Officer Mikro*) itu sendiri, sebagaimana tugasnya yaitu mencari nasabah, AOM (*Account Officer Mikro*) harus professional dalam melakukan tugas yang di emban. Selain itu AOM (*Account Officer Mikro*) harus meningkatkan hasil, kembali lagi pada target, AOM (*Account Officer Mikro*) dapat dikatakan sukses ketika mereka dapat memenuhi target yang sudah di tentukan. Atau justru mereka bisa melebihi target yang di tetapkan, pimpinan Bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton akan memberikan penghargaan karna sudah berusaha sebaik mungkin. Mempunyai semangat yang tinggi juga menjadi indikator seorang AOM (*Account Officer Mikro*), disampingkan dengan pekerjaannya yang begitu berat, mereka harus mempunyai semangat untuk membawa diri mereka lebih dan lebih baik lagi dan tidak mudah putus asa.

Penilain kinerja tidak hanya untuk mengevaluasi SDI (sumber daya insani), melainkan juga menjadi indikator sebaik apa aktivitas pengelolaan terhadap SDI (sumber daya insani) di Bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton yang telah dilakukan. Kinerja yang buruk berati kegiatan seleksi, pelatihan dan pengembangan harus diperbaiki, atau kemungkinan ada masalah dengan komunikasi dan hubungan interpersonal dalam perusahaan. Salah satu cara yang dapat digunakan untuk melihat perkembangan perusahaan adalah dengan cara melihat hasil penilaian kinerja. Sasaran yang menjadi objek penilaian kinerja adalah kecakapan, kemampuan karyawan dalam melaksanakan suatu pekerjaan atau tugas yang dievaluasi dengan

menggunakan tolak ukur tertentu secara objektif dan dilakukan secara berkala.

Kendala dalam penilaian kinerja karyawan ini, proses penilaian/pengukuran yang dilakukan oleh manusia yang tidak pernah luput dari kesalahan-kesalahan, yang dapat diakibatkan keterbatasan manusia dalam melihat sesuatu. Semaksimal mungkin mengesampingkan subyektifitas tingkat emosional kita atau hubungan personal kita dengan karyawan untuk mencapai penilaian yang benar-benar objektif. Adanya salah satu karyawan yang masih ada hubungan keluarga dengan pimpinan dalam penilaian tetap professional. Kontrak kerja juga mengharuskan agar bisa mensukseskan perusahaan dengan usaha masing-masing.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah di lakukan, maka dapat disimpulkan bahwa Bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung melakukan pengukuran kinerja AOM berdasarkan respon nasabah, dapat dilihat dari aspek respon yang di terima dengan baik oleh para nasabah untuk melakukan pembiayaan KUR di BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung. Sehingga AOM pun menerima keuntungan untuk bisa mencapai target. Ketika AOM dapat memenuhi target yang ditentukan tidak hanya mendapat penilaian kinerja baik tetapi juga akan mendapakan reward atau bonus. Begitu juga dengan pegawai kontrak, apabila mereka mampu mencapai target yang ditentukan maka akan di angkat menjadi pegawai tetap.

Secara umum strategi *personal selling* yang digunakan AOM adalah dengan menggunakan strategi door to door atau biasa di sebut strategi passing, yaitu strategi dimana *Account Officer Mikro* melakukan kegiatan pemasaran secara aktif. Setiap hari wajib bagi AOM untuk kunjungan pasar atau plasma, ini salah satu bentuk dari strategi door to door juga, dan minimal kunjungan itu 10/hari.

B. Saran

1. Untuk meningkatkan kompetensi AOM atau *Account Officer Mikro*, pemimpin lebih pengawasan dan pembinaan yang dilakukan. Sehingga kualitas kerja adan akan membawa dampak yang positif bagi bank terlebih mengingat berkempesatnya perbankan syariah di Indonesia.
2. Sebaiknya dalam rangka pemenuhan karyawan melalui rekrutmen lebih diperketat lagi.

DAFTAR PUSTAKA

Ali, Mohammad dan Mohammad Asrori. *Psikologi Remaja.* Jakarta: PT Bumi Aksara, 2010

Anggraini, Dewi dan Syahrir Hakim Nasution. *Peranan Kredit Usaha Rakyat KUR bagi pengembangan UMKM Di Kota Medan Studi Kasus Bank BRI*. Jurnal Ekonomi dan Keuangan Vol. 1. No. 3. Februari 2013

Aprilia, Dian Surya. "Analisi Operasional *Personal selling* dan Advertising pada Perbankan Syariah dalam meningkatkan Junlah Nasabah" dalam http: //etheses.uinmataram. ac.id/220/1/.

Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik.* Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2013

Bangun, Wilson. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Erlangga, 2012.

Deckiyanto, Firmansyah. "Efektifitas Kebijakan Pemberian Kredit Usaha Rakyat KUR Mikro Berdasarkan Surat Edaran Direksi Nose: S.09c-DIR/ADK/03/2010 atas Ketentuan Kredit Usaha Rakyat KUR Mikro Study Kasus di Bank Rakyat Indonesia Unit Sleko Cabang Madiun". Skripsi Universitas Brawijaya Fakultas Hukum Tahun 2013.

Departemen Komunikasi & Informatika. Badan Informasi Publik. Pusat Informasi Perekonomian. *Kredit Usaha Rakyat KUR.* Jakarta. Departemen Komunikasi, 2008.

Fazira, Nadia. "Pengaruh Promosi *Personal selling* dan Edukasi terhadap Minat Nasabah pada Produk Tabungan di PT. BPRS Baitirrahman Keutapang" dalam http: //repository.ar-raniry.ac.id/7479/

Firmansyah, Fani dan Dian Nailiyah. "Penerapan *Personal selling* dalam Memasarkan Produk Pembiayaan Murabahah". Malang: UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Modernisasi Vol. 9 No. 3 /Oktober 2013

Hendro. *Dasar-Dasar Kewirausahaan*. Jakarta: Erlangga, 2011.

Hilda, Widya Marsa. "Pengaruh Advertising. Sales Promotion. *Personal selling*. Direct Marketing dan Corporate Image Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Ungaran" dalam http: //e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id/2682/1/

Jusmaliani. *Pengelolaan Sumber Daya Insani*. Jakarta: Bumi Aksara, 2011.

Kartono, Kartini. *Pengantar Metode Riset Sosial*. Bandung: CV Mandar Maju, 1996.

Kasiram, Moh. *Metodologi Penelitian Kualitatif-Kuantitatif*. Yogyakarta: Sukses Offset, 1998.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. ter. Bob Sabran. Jakarta: Penerbit Erlangga, 2009.

Lubis, Suhrawardi K. & Farid Wajdi. *Hukum Ekonomi Islam.* Jakarta: Sinar Grafika, 2012.

Madura, Jeff. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat, 2011.

Muhamad. *Metodelogi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008.

Muhammad. *Sistem & Prosedur Operasional Bank Syariah*. Yogyakarta: UII Press, 2000.

Mursid, M. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara, 2014.

Noor, Juliansyah. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kharisma Putra Utama, 2011.

Putri, Anya Kurniadi. "Analisis Kelayakan Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat KUR pada PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang BSD City". Skripsi. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2018

Ramayulis. *Psikologi Agama.* Jakarta: Kalam Mulia, 2002.

Rivai, Veithzal. *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2004.

Riyadi, Fuad & Sri Wahyuni. "Peran Account Officer di Lembaga Keuangan Syariah" Malia. Vol. 1, 2017.

Singarimbun, Masri dan Sofian Efendi. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES, 1995.

Sudjana, Nana. *Tuntunan Penyususnan Karya Ilmiah.* Bandung: Sinar Baru Algensindo, 2011.

Sugiyono. *Metodologi Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta, 2012.

Sulistiyaningsih, Chivita Arumsari. "Analisis Pemberian KUR pada PT. Bank Tabungan Negara persero Tbk KCP Solo". Skripsi Universitas Sebelas Maret Surakarta Fakultas Ekonomi.

Sutrisno, Edy. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Kencana, 2009.

Suwatno & Donni Juni Priansa. *Manajemen SDM dalam Organisasi Publik dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2014.

Taylor, Sheleyy E. dkk. *Psikologi Sosial Edisi Kedua Belas*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2009.

Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi, 2010.

www.brisyariah.com

LAMPIRAN-LAMPIRAN

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id; *email:* iainmetro@metrouniv.ac.id

Nomor : 1467/In.28.3/D.1/PP.00.9/06/2019 — 11 Juni 2019
Lampiran : -
Perihal : **Pembimbing Skripsi**

Kepada Yth:
1. Siti Zulaikha, S.Ag., MH.
2. Zumaroh, S.E.I.,ME.Sy.
di – Tempat

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dalam rangka membantu mahasiswa dalam penyusunan Proposal dan Skripsi, maka Bapak/Ibu tersebut diatas, ditunjuk masing-masing sebagai Pembimbing I dan II Skripsi mahasiswa :

Nama : OKVITARIA KURNIA DEWI
NPM : 1502100290
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : S1 Perbankan Syariah (S1-PBS)
Judul : DAMPAK PERSONAL SELLING AOM (ACCOUNT OFFICER MIKRO) TERHADAP RESPON DAN MINAT NASABAH PADA PRODUK PEMBIAYAAN KUR DI BRI SYARIAH KC BANDAR LAMPUNG KEDATON)

Dengan ketentuan :
1. Pembimbing, membimbing mahasiswa sejak penyusunan Proposal sampai selesai Skripsi:
   a. Pembimbing I, mengoreksi out line, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi setelah pembimbing II mengoreksi.
   b. Pembimbing II, mengoreksi proposal, out line, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi, sebelum ke Pembimbing I.
2. Waktu penyelesaian Skripsi maksimal 4 (empat) semester sejak SK bimbingan dikeluarkan.
3. Diwajibkan mengikuti pedoman penulisan karya ilmiah yang dikeluarkan oleh LP2M Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
4. Banyaknya halaman Skripsi antara 40 s/d 70 halaman dengan ketentuan :
   a. Pendahuluan ± 2/6 bagian.
   b. Isi ± 3/6 bagian.
   c. Penutup ± 1/6 bagian.

Demikian disampaikan untuk dimaklumi dan atas kesediaan Bapak/Ibu Dosen diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Wakil Dekan Bidang Akd &
Kelembagaan

MUHAMMAD SALEH

OUTLINE

PENGUKURAN KINERJA PERSONAL SELLING AOM MELALUI RESPON NASABAH KUR DI BRI SYARIAH KANTOR CABANG BANDAR LAMPUNG KEDATON

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PENGESAHAN

ABSTRAK

ORISINILITAS PENELITIAN

MOTTO

PERSEMBAHAN

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

B. Pertanyaan Penelitian

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

D. Penelitian Relevan

BAB II LANDASAN TEORI

A. Pengukuran Kinerja Account Officer Mikro (AOM)

1. Pengertian Kinerja
2. Pengertian Account Officer (AO)
3. Tugas dan Fungsi Account Officer Mikro (AOM)
4. Pengukuran Kinerja
5. Indikator Kinerja Account Officer Mikro (AOM)

B. *Personal Selling* (Penjualan Pribadi)

1. Pengertian *Personal Selling* (Penjualan Pribadi)
2. Bentuk-bentuk *Personal Selling* (Penjualan Pribadi)
3. Keuntungan *Personal Selling* (Penjualan Pribadi)
4. Kelemahan *Personal Selling* (Penjualan Pribadi)
5. Proses *Personal Selling* (Penjualan Pribadi)

C. Respon/Sikap

1. Pengertian Respon/Sikap
2. Macam-macam Skala Respon/Sikap
3. Komponen-komponen Pada Respon/Sikap

D. Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR)

1. Pengertian Kredit Usaha Rakyat (KUR)
2. Ketentuan Pemberian Kredit Usaha Rakyat (KUR)

BAB III LANDASAN PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

B. Sumber Data

C. Teknik Pengumpulan Data

D. Tenik Analisa Data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran PT. Bank Bri Syariah Kantor Cabang Kedaton

1. Sejarah Singkat Account Officer Mikro (AOM) di Bank Bri Syariah Kantor abang Kedaton
2. Struktur Organisasi Account Officer Mikro (AOM) di Bank Bri Syariah Kantor Cabang Kedaton
3. Produk-Produk PT. Bank Bri Syariah Kantor Cabang Kedaton

B. Kinerja *Personal selling* (Penjualan Pribadi) *Account Officer Mikro* (AOM) Melalui Respon Nasabah Kredit Usaha Rakyat (KUR) di BRI Syariah Kantor Cabang Bandar Lampung Kedaton

C. Analisis pengukuran kinerja *Personal selling* AOM melalui Respon Nasabah pada Produk Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) di BRI Syariah KC Bandar Lampung Kedaton

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

B. Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Metro, Desember 2019
Mahasiswa Ybs.

Okvitaria Kurnia Dewi
NPM. 1502100290

Menyetujui,

Pembimbing I	Pembimbing II
Hj. Siti Zulaikha, S.Ag, MH	**Zumaroh, M.E.Sy**
NIP. 19720611 199803 2 001	NIP. 19790422 200604 2 002

ALAT PENGUMPUL DATA (APD)

PENGUKURAN KINERJA *PERSONAL SELLING* AOM MELALUI RESPON NASABAH KUR DI BRI SYARIAH KANTOR CABANG BANDAR LAMPUNG KEDATON

A. Metode Wawancara

1. Wawancara dengan Pimpinan Cabang Bank BRI Syariah Kantor Cabang Bandar Lampung Kedaton
   a. Bagaimana pengukuran kinerja personal selling AOM di BRI Syariah Kantor Cabang Bandar Lampung kedaton?
   b. Apa saja indikator kinerja AOM yang ada di BRI Syariah Kantor Cabang Bandar Lampung Kedaton?
   c. Bagaimana kebijakan pimpinan pada saat AOM bisa memenuhi target yang ditentukan?
2. Wawancara dengan Account Officer Mikro (AOM)
   a. Bagaimana strategi Personal Selling yang dilakukan AOM dalam menarik masyarakat untuk menggunakan produk pembiayaan khususnya produk KUR di Bank BRI Syariah Kantor Cabang Bandar Lampung Kedaton?
   b. Apa keuntungan dan kelemahan AOM saat melakukan personal selling untuk produk KUR di BRI Syariah Kantor Cabang Bandar Lampung Kedaton?

c. Bagaimana respon masyarakat terhadap AOM saat menawarkan produk KUR Bank BRI Syariah Kantor Cabang Bandar Lampung Kedaton?

3. Wawancara dengan Nasabah

a. Bagaimana Pelayanan Personal Selling AOM saat mempromosikan produk pembiayaan KUR kepada nasabah ?

b. Adakah keuntungan yang didapatkan nasabah setelah menggunakan produk pembiayaan KUR di Bank BRI Syariah Kantor Cabang Bandar Lampung Kedaton?

c. Mengapa nasabah memilih untuk melakukan pembiayaan KUR di Bank BRI Syariah Kantor Cabang Bandar Lampung Kedaton?

B. MetodeDokumentasi

1. Sejarah dan perkembangan Bank BRI Syariah Kantor Cabang Bandar Lampung Kedaton?
2. Struktur organisasi data nama karyawan dan jabatan Unit Mikro Bank BRI Syariah Kantor Cabang Bandar Lampung Kedaton?
3. Tugas dan wewenang Unit Mikro Bank BRI Syariah Kantor Cabang Bandar Lampung Kedaton?
4. Profil produk KUR di Bank BRI Syariah Kantor Cabang Bandar Lampung Kedaton?

5. Buku tentang kinerja dan respon?

Metro, Desember 2019
Mahasiswa Ybs.

Okvitaria Kurnia Dewi
NPM. 1502100290

Menyetujui,

Pembimbing I	Pembimbing II
Hj. Siti Zulaikha, S.Ag, MH	**Zumaroh, M.E.Sy**
NIP. 19720611 199803 2 001	NIP. 19790422 200604 2 002

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Kl. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; *Website*: www.febi.metrouniv.ac.id; *e-mail*: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : 3782/In.28/D.1/TL.00/12/2019
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
Direktur BRI Syari`ah K.C Kedaton
Bandar Lampung
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: 3781/In.28/D.1/TL.01/12/2019, tanggal 31 Desember 2019 atas nama saudara:

Nama	: **OKVITARIA KURNIA DEWI**
NPM	: 1502100290
Semester	: 9 (Sembilan)
Jurusan	: S1 Perbankan Syari`ah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di BRI Syari`ah K.C Kedaton Bandar Lampung, dalam rangka meyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PENGUKURAN KINERJA PERSONAL SELLING ACCOUNT OFFICER MIKRO (AOM) MELALUI RESPON NASABAH KREDIT USAHA RAKYAT (KUR) DI BRI SYARIAH KANTOR CABANG BANDAR LAMPUNG KEDATON".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 31 Desember 2019
Wakil Dekan I,

Drs. H. M. Saleh MA.
NIP. 19650111 199303 1 001

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; *Website*: www.febi.metrouniv.ac.id; *e-mail*: febi.iain@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: 3781/In.28/D.1/TL.01/12/2019

Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama	:	**OKVITARIA KURNIA DEWI**
NPM	:	1502100290
Semester	:	9 (Sembilan)
Jurusan	:	S1 Perbankan Syari`ah

Untuk :

1. Mengadakan observasi/survey di BRI Syari`ah K.C Kedaton Bandar Lampung, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka meyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PENGUKURAN KINERJA PERSONAL SELLING ACCOUNT OFFICER MIKRO (AOM) MELALUI RESPON NASABAH KREDIT USAHA RAKYAT (KUR) DI BRI SYARIAH KANTOR CABANG BANDAR LAMPUNG KEDATON".
2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 31 Desember 2019

Mengetahui,
Pejabat Setempat

Wakil Dekan I,

Drs. H.M. Saleh MA
NIP 19650111 199303 1 001

BRIsyariah
Solusi Keuangan yang Amanah

Nomor : B.1945 –KC-BDL/06/2020 Bandar Lampung, 26 Juni 2020

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Metro Lampung
Di -
Metro

Perihal : **Jawaban Permohonan Izin Research**

Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh

Teriring salam dan do'a semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan Rahmat, Taufik, dan Hidayah-Nya kepada kita semua dalam menjalankan tugas dan amanah sehari-hari. Amin.

Sehubungan dengan Surat Nomor: 3782/In.28/D.1/TL.01/12/2019, mengenai Permohonan Izin Research Mahasiswa/i IAIN Metro Lampung pada Bank BRIsyariah KC Bandar Lampung Kedaton, maka dengan ini Kami menyetujui permohonan tersebut.
Adapun mahasiswa/i tersebut adalah:

No.	Nama Mahasiswa/NPM	Perguruan Tinggi/Jurusan	Judul Penelitian	Jenis Penelitian
1.	Okvitaria Kurnia Dewi/ 1502100290	IAIN Metro/ S1 Perbankan Syariah	Pengukuran Kinerja Personal Selling Account Oficer Mikro (AOM) Melalui Respon Nasabah Kredit Usaha Rakyat (KUR) di BRISyariah Kantor Cabang Bandar Lampung Kedaton	Kualitatif Lapangan

Demikian persetujuan Izin Research ini Kami sampaikan, atas perhatian dan kerja sama yang baik diucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh

PT BANK BRI SYARIAH,Tbk
KC BANDAR LAMPUNG KEDATON

Bank BRISyariah
BANDAR LAMPUNG KEDATON

Bardani
Pemimpin Cabang

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15Airingmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Tlp. (0725)41507; Fax. (0725) 47296; Website www.Syariah.metrouniv.ac.id
e-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Okvitaria Kurnia Dewi
NPM : 1502100290

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/S-1PBS
Semester/TA : IX/2019/2020

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing	Bimbingan yang dibicarakan
	09/03 2020	Acc Bab I - III lanjutkan	ke Bab 2 AMD

Dosen Pembimbing I

Hj. Siti Zulaikha, S.Ag., MH
NIP. 19720611 199803 2 001

Mahasiswa Ysb,

Okvitaria Kurnia Dewi
NPM. 1502100290

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15Airingmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Tlp. (0725)41507; Fax. (0725) 47296; Website www.Syariah.metrouniv.ac.id
e-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Okvitaria Kurnia Dewi
NPM : 1502100290

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/S-1PBS
Semester/TA : IX/2019/2020

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing	Bimbingan yang dibicarakan
4.	Senin / 30 des 19		~ APD pada wawancara Pimpinan diganti dengan yang terkait pengukuran kinerja Personal Selling ~ Metode dokumentasi ditambah dengan profil produk KUR & Buku ttg kinerja & Respon ~ Sesuaikan teori kecuali definisi
5.	24 / 2020 Jan	✓	- ACC APD

Dosen Pembimbing II

Zumaroh, S.E.I., M.E.Sy
NIP. 19790422 200604 2 002

Mahasiswa Ysb,

Okvitaria Kurnia Dewi
NPM. 1502100290

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507; faksimili (0725)47296; website: www.syariah.metrouniv.ac.id;E-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Okvitaria Kurnia Dewi** Fakultas / Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam / S1 PBS
NPM : 1502100290 Semester / TA : X / 2019-2020

No	Hari / Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	29/3 2020		ACC APD → lanjutkan penelitian dan pembuatan wawancara dpt di buat dg mengirimkan email atau via WA atau via media lain seri lengkapkan.	

Dosen Pembimbing I

Mahasiswa Ybs.

Hj. Siti Zulaikha, S.Ag, MH
NIP. 19720611 199803 2 001

Okvitaria Kurnia Dewi
NPM. 1502100290

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507; faksimili (0725)47296; website: www.syariah.metrouniv.ac.id;E-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Okvitaria Kurnia Dewi** Fakultas / Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam / S1 PBS
NPM : 1502100290 Semester / TA : X / 2019-2020

No	Hari / Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	4 / mei 2020	✓	- Profil disederhanakan - Penyajian hasil wawancara jangan zig-zag, lebih teratur.	
	22 / mei 2020		- Pertanyaan penelitian harus dijawab secara rinci. - membandingkan data lapangan dan teori BAB 2	

Dosen Pembimbing II

Zumaroh, M.E.Sy
NIP. 19790422 200604 2 002

Mahasiswa Ybs.

Okvitaria Kurnia Dewi
NPM. 1502100290

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507; faksimili (0725)47296; website: www.syariah.metrouniv.ac.id;E-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Okvitaria Kurnia Dewi** Fakultas / Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam / S1 PBS
NPM : 1502100290 Semester / TA : X / 2019-2020

No	Hari / Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	14/ 2020 Juni		- Analisis dipertajam sandingkan fakta lapangan dg teorinya. supaya kuat argumen yg dibangun. - Kesimpulan adalah jawaban sederhana dari pertanyaan penelitian	
	23/ 2020 Juni		Acc bab IV-V, lanjutkan konsultasi ke pembimbing I	

Dosen Pembimbing II

Zumaroh, M.E.Sy
NIP. 19790422 200604 2 002

Mahasiswa Ybs.

Okvitaria Kurnia Dewi
NPM. 1502100290

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507; faksimili (0725)47296; website: www.syariah.metrouniv.ac.id;E-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Okvitaria Kurnia Dewi** Fakultas / Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam / S1 PBS
NPM : 1502100290 Semester / TA : X / 2019-2020

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1	Senin/28 juni 2020		- Belum terlihat jelas tentang kinerja AOM, tiba-tiba ada mencapai target 300 itu dari mana? Lalu untuk mengetahui tercapai atau tidaknya dari mana? Personal selling yang di gunkana sejak awal dikatakan door to door, seperti apa implementasinya? - Bagiam C, analisis belum mendalam - Perhatikan format pengetikan	

Dosen Pembimbing I Mahasiswa Ybs.

Hj. Siti Zulaikha, S.Ag, MH **Okvitaria Cahaya Dewi**
NIP. 19720611 199803 2 001 NPM. 1502100290

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507; faksimili (0725)47296; website: www.syariah.metrouniv.ac.id;E-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Okvitaria Kurnia Dewi** Fakultas / Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam / S1 PBS
NPM : 1502100290 Semester / TA : X / 2019-2020

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1	Jumat/03 Juli 2020		- Format margin belum diperbaiki, masih banyak yang belum sesuai dengan buku pedoman - Kesimpulan diberi prolog, kemudian menjawab pertanyaan penelitian. Deskriptif sistematis boleh secara insuktif atau deduktif sesuai metode, tentu dengan kalimat yang tepat, agar tidak kebolak balik. - Lengkapi unsur-unsurnya - Susun lengkap	

Dosen Pembimbing I Mahasiswa Ybs.

Hj. Siti Zulaikha, S.Ag, MH **Okvitaria Cahaya Dewi**
NIP. 19720611 199803 2 001 NPM. 1502100290

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507; faksimili (0725)47296; website: www.syariah.metrouniv.ac.id;E-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Okvitaria Kurnia Dewi** Fakultas / Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam / S1 PBS
NPM : 1502100290 Semester / TA : X / 2019-2020

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1	Minggu/ 12 Juli 2020		- Lengkapi meterai dan tanda tangan - Hasil penelitian dalam abstrak disederhanakan lagi, jangan muter-muter atau bolak-balik - ACC BAB IV & V, ajukan untuk dimunaqosyahkan.	

Dosen Pembimbing I Mahasiswa Ybs.

Hj. Siti Zulaikha, S.Ag, MH **Okvitaria Cahaya Dewi**
NIP. 19720611 199803 2 001 NPM. 1502100290

FOTO DOKUMENTASI

Foto 1. Dokumentasi dengan Manajer Operasional Bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung

Foto 2. Dokumentasi dengan *Account Officer Mikro* (AOM) BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung

Foto 3. Wawncara dengan *Account Officer Mikro* (AOM) BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung

Foto 4. Wawncara dengan *Account Officer Mikro* (AOM) BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung

Foto 5. Dokumentasi dengan Nasabah Produk KUR Mikro BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung

Foto 6. Dokumentasi dengan Nasabah Produk KUR Mikro BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN
IAIN METRO
Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-656/In.28/S/U.1/OT.01/07/2020

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama	: OKVITARIA KURNIA DEWI
NPM	: 1502100290
Fakultas / Jurusan	: Ekonomi dan Bisnis Islam/ S1. Perbankan Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2019 / 2020 dengan nomor anggota 1502100290.

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas dari pinjaman buku Perpustakaan dan telah memberi sumbangan kepada Perpustakaan dalam rangka penambahan koleksi buku-buku Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 09 Juli 2020
Kepala Perpustakaan

Drs. Mokhtaridi Sudin, M.Pd
NIP.195808311981030100 1

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Peneliti bernama Okvitaria Kurnia Dewi, lahir pada tanggal 11 Oktober 1997 di Batu Raja, dari pasangan Bapak Budiman dan Ibu Sisilia Suminah. Peneliti merupakan anak kedua dari dua bersaudara.

Peneliti menyelesaikan pendidikan formalnya di SD Negeri 1 Adiwarno Batanghari Lampung Timur, lulus pada tahun 2009, kemudian melanjutkan pada SMP Negeri 7 Metro, lulus pada tahun 2012, kemudian melanjutkan pada SMA Kartikatama Metro, lulus pada tahun 2015. Selanjutnya peneliti melanjutkan pendidikan pada Program Studi S1 Perbankan Syariah Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Jurai Siwo Metro dimulai pada Semester I Tahun Ajaran 2015/2016, yang kemudian pada Tahun 2017, STAIN Jurai Siwo Metro beralih status menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.