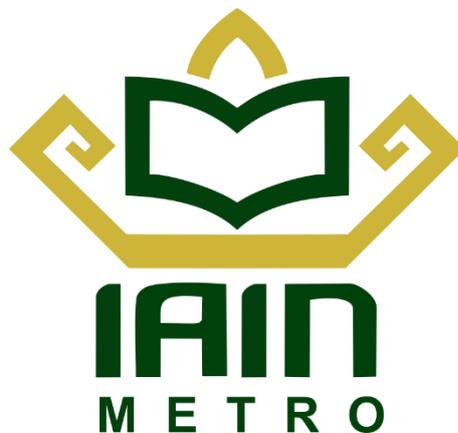


SKRIPSI

**STRATEGI *PERSONAL SELLING* DALAM PERSPEKTIF
ETIKA BISNIS ISLAM
(STUDY KASUS: KSPPS DANA PURNAMA MANDIRI 21 D,
YOSOMULYO, KOTA METRO)**

Disusun Oleh :

**WIWIK KURNIA
NPM. 1804100109**



**Jurusan S1 Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1444 H / 2022 M**

**STRATEGI *PERSONAL SELLING* DALAM PERSPEKTIF
ETIKA BISNIS ISLAM
(STUDY KASUS: KSPPS DANA PURNAMA MANDIRI 21 D,
YOSOMULYO, KOTA METRO)**

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

Oleh:

Wiwik Kurnia

NPM. 1804100109

Pembimbing: Muhammad Ryan Fahlevi, M.M

Jurusan S1 Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1444 H / 2022 M**



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
(IAIN) METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo, Metro Timur Kota Metro Telp. (0725) 41507
Fax. (0725) 47296

NOTA DINAS

Nomor : -
Lampiran : 1 (satu) berkas
Perihal : **Pengajuan Permohonan untuk di Munaqosyahkan**

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Metro
Di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah kami adakan pemeriksaan dan bimbingan seperlunya maka Skripsi yang disusun oleh:

Nama : WIWIK KURNIA
NPM : 1804100109
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Judul Skripsi : STRATEGI *PERSONAL SELLING* DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (STUDY KASUS: KSPPS DANA PURNAMA MANDIRI 21 D, YOSOMULYO, KOTA METRO)

Disetujui dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam untuk di Munaqosyahkan. Demikian harapan kami dan atau penerimaannya, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Metro, Juli 2022
Dosen Pembimbing

Muhammad Ryan Fahlevi, M.M
NIP. 199208292019031007

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : STRATEGI *PERSONAL SELLING* DALAM
PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (STUDY
KASUS: KSPPS DANA PURNAMA MANDIRI 21 D,
YOSOMULYO, KOTA METRO)

Nama : WIWIK KURNIA

NPM : 1804100109

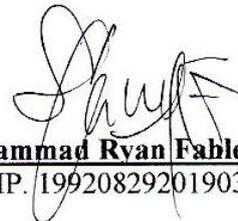
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : S1 Perbankan Syariah

MENYETUJUI

Untuk di Munaqosyahkan dalam sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro.

Metro, Juli 2022
Dosen Pembimbing



Muhammad Ryan Fablevi, M.M
NIP. 199208292019031007



**KEMENTERIAN AGAMA REPULIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 Alringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

No. B-2959 / In. 28.3 / D / PP. 00.9 / 08 / 2022

Skripsi dengan Judul: STRATEGI *PERSONAL SELLING* DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (STUDY KASUS: KSPPS DANA PURNAMA MANDIRI 21 D, YOSOMULYO, KOTA METRO), disusun oleh: WIWIK KURNIA, NPM: 1804100109, Jurusan: S1 Perbankan Syariah, telah diujikan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/tanggal: Kamis/07 Juli 2022.

TIM PENGUJI:

Ketua/Moderator : Muhammad Ryan Fahlevi, M.M

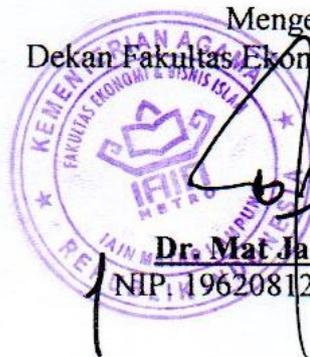
Penguji I : Yuyun Yunarti, M.Si

Penguji II : Atika Ria Sari, M.B.A

Sekretaris : Yudhistira Ardana, M.E.K

()
()
()
()

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Mat Jalil, M.Hum

NIP. 19620812 199803 1 001

ABSTRAK

STRATEGI *PERSONAL SELLING* DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM

(Study Kasus: KSPPS Dana Purnama Mandiri 21 D, Yosomulyo, Kota Metro)

Oleh:

Wiwik Kurnia

Strategi yang digunakan didalam KSPPS tersebut, yang pertama pihak marketing menawarkan berupa produk-produk yang ada didalam KSPPS tersebut kepada calon anggota dengan cara mendatangi rumah masing masing anggota. Seorang karyawan yang menawarkan produk kepada calon anggota harus mempunyai etika yang baik dan sesuai dengan etika bisnis Islam. Karyawan muslim yang menawarkan atau menjual produk kepada anggota perlu memiliki sikap-sikap yang baik dalam menjalankan kegiatan-kegiatan yang ada di KSPPS. Namun pada pelaksanaannya masih ada beberapa karyawan yang kurang ramah, kurang jujur dan kurang bertanggungjawab atas penjelasan mengenai produk.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan penelitian lapangan (*field research*), penelitian bersifat deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan wawancara dan dokumentasi.

Berdasarkan hasil analisis maka peneliti menyimpulkan bahwa strategi personal selling yang diterapkan di KSPPS Dana Purnama Mandiri yang kurang memenuhi prinsip-prinsip etika bisnis Islam yaitu mengenai prinsip tanggung jawab dan prinsip kebenaran (kebahjikan dan kejujuran). Dimana seorang tenaga marketing dalam melakukan personal selling harus jujur dan bertanggung jawab atas segala perbuatan dan ucapannya terhadap anggota, karena hal itu mempengaruhi tingkat kepercayaan anggota. Kurangnya pelatihan terhadap karyawan menyebabkan karyawan bersikap kurang ramah kepada anggota serta kurang bertanggung jawab atas menjelaskan produk-produk dengan melebih-lebihkan dan membanding-bandingkan.

Kata Kunci: Strategi Personal Selling, Etika Bisnis Islam, Tanggung Jawab

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Wiwik Kurnia

NPM : 1804100109

Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Syariah

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

Metro, Juli 2022



Wiwik Kurnia

1804100109

MOTTO

كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِينَةٌ

Artinya: Setiap orang bertanggung jawab atas apa yang telah dilakukannya,

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur peneliti hanturkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Dengan rendah hati peneliti persembahkan keberhasilan studi dan do'a ini kepada:

1. Kedua orang tua saya, Bapak Samsuri dan Ibu Dewi Astuti yang sangat saya hormati dan saya sayangi yang telah mengasuh, mendidik, membimbing, serta senantiasa tulus dan ikhlas mendoakan saya demi keberhasilan saya dan memberikan dukungan materil serta moril demi pendidikan saya.
2. Untuk diri saya sendiri saya ucapkan terimakasih yang telah mampu mencapai titik ini dengan rasa senang haru dan bahagia.
3. Untuk kakak dan adik saya yang telah mendukung dan mendo'akan keberhasilan saya.
4. Bapak Muhammad Ryan Fahlevi, M.M selaku pembimbing skripsi saya yang selalu memberi bimbingan dan arahan untuk peneliti menyelesaikan skripsi ini.
5. Kepada pimpinan, manager, serta karyawan KSPPS Dana Purnama Mandiri yang telah membantu memfasilitasi selama melakukan penelitian.
6. Para sahabat seperjuangan selama kuliah yang terbaik, terimakasih selalu memotivasi dan menyemangati untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Almamater IAIN Metro Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Perbankan Syariah menjadi tempat menuntut ilmu dan mempelajari ilmu Perbankan Syariah.

Terimakasih saya ucapkan atas keikhlasan dan ketulusan dalam mencurahkan do'a untuk saya. Semoga kita semua selalu termasuk orang-orang yang dapat meraih kesuksesan dan kebahagiaan dunia akhirat.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT, atas taufik dan hidayah dan inayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini dengan baik. Penelitian skripsi ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan Pendidikan 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 terimakasih kepada:

1. Ibu Dr. Siti Nurjanah, M.Ag selaku Rektor IAIN Metro
2. Bapak Dr. Mat Jalil, M.Hum selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Muhammad Ryan Fahlevi, M.M selaku Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah.
4. Bapak Muhammad Ryan Fahlevi, M.M selaku Pembimbing Skripsi yang telah mengarahkan dan memberikan bimbingannya yang baik kepada peneliti.
5. Bapak dan Ibu Dosen serta Karyawan IAIN Metro yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan sarana prasarana selama peneliti menempuh pendidikan.

6. Teman-teman S1 Perbankan Syariah yang telah bersama-sama mencari ilmu dan saling memotivasi peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini di IAIN Metro.

Kritik dan saran peneliti diharapkan demi memperbaiki penulisan skripsi ini. Dan akhirnya peneliti berharap semoga hasil penelitian dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu Perbankan Syariah dan bagi pihak-pihak yang terkait.

Metro, Juni 2022



Wiwik Kurnia
NPM. 1804100109

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
NOTA DINAS.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
HALAMAN ORISINILITAS PENELITIAN	vii
HALAMAN MOTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	ix
HALAMAN KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Pertanyaan Penelitian	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
D. Penelitian Relevan.....	7
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Persoal Selling.....	9
1. Pengertian Personal Selling.....	9
2. Tujuan Personal Selling	11
3. Karakteristik Personal Selling.....	11
4. Prinsip Dasar Personal Selling.....	12
5. Tugas Personal Selling.....	13
6. Peran Personal Selling.....	15

B. Etika Bisnis Dalam Islam.....	16
1. Pengertian Etika Bisnia Islam	16
2. Prinsip Prinsip Dalam Etika Bisnis Islam	17
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Sifat Penelitian	22
B. Sumber Data.....	22
C. Teknik Sampling	23
D. Teknik Pengumpulan Data.....	24
E. Analisis Data	25
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Profil KSPPS Dana Purnama Mandiri	27
B. Strategi Personal Selling Di KSPPS Dana Purnama Mandiri...	33
C. Analisis Strategi <i>Personal Selling</i> Di KSPPS Dana Purnama Mandiri Dalam Prespektif Etika Bisnis Islam.....	38
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	42
B. Saran.....	43
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Produk KSPPS Dana Purnama Mandiri.....	5
--	---

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Bimbingan
2. Surat Izin Prasurey
3. Surat Balasan Izin Prasurey
4. Alat Pengumpul Data (APD)
5. Blanko Bimbingan
6. Surat Izin Research
7. Surat Balasan Izin Research
8. Surat Tugas
9. Surat Bebas Pustaka
10. Surat Keterangan Lulus Plagiasi
11. Dokumentasi

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

KSPPS merupakan lembaga keuangan berbasis syariah yang berkembang, dengan adanya persaingan yang ketat, mengharuskan pihak manajemen KSPPS untuk selalu berorientasi pada konsep pemasaran dan strategi pemasaran yang tepat agar dapat merebut pasar atau anggota sebanyak mungkin. Untuk itu diperlukan usaha salah satunya dengan melakukan kegiatan promosi.

Menurut Indriyono Gitosudarmo, promosi merupakan kegiatan yang ditunjukkan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat mengetahui produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka tertarik untuk memakai produk tersebut.¹

KSPPS yang ingin memperluas usahanya dalam persaingan haruslah memandang promosi sebagai kunci utama dalam mencapai tujuan perusahaan. Pemasaran diarahkan untuk mengetahui kebutuhan pembeli kemudian memuaskan kebutuhan tersebut. Dalam hal ini, perlu menggunakan strategi promosi salah satunya yaitu dengan *personal selling*. Langkah ini digunakan sebagai media penyampaian pesan atau informasi kepada publik terutama pelanggan mengenai keberadaan suatu produk atau jasa dapat dilakukan.

¹ Danang Sunyoto, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: CAPS, 2014), h.155

Personal Selling merupakan salah satu unsur yang paling penting dalam berpromosi. *Personal selling* adalah penyajian secara lisan oleh perusahaan kepada satu atau beberapa calon pembeli dengan tujuan agar barang dan jasa yang ditawarkan bisa terjual.² Sehingga *personal selling* merupakan alat yang paling efektif dalam proses pembelian lebih lanjut. Terutama dalam hal membangun keyakinan dan tindakan pembeli.

Personal selling merupakan kegiatan KSPPS untuk melakukan kontak langsung dengan para calon konsumennya.³ *Personal selling* juga merupakan alat promosi untuk menyampaikan pesan produk kepada calon anggota. Dalam kegiatan berpromosi Islam melarang melebihi-lebihkan pesan produk dengan maksud untuk memikat anggota.

Sebagaimana firman Allah mengenai larangan dusta di dalam Al-Qur'an yang berbunyi:⁴

إِنَّ الَّذِينَ يَشْتَرُونَ بِعَهْدِ اللَّهِ وَأَيْمَانِهِمْ ثَمَنًا قَلِيلًا أُولَٰئِكَ لَا خَلَاقَ لَهُمْ
فِي الْآخِرَةِ وَلَا يُكَلِّمُهُمُ اللَّهُ وَلَا يَنْظُرُ إِلَيْهِمْ يَوْمَ الْقِيَامَةِ وَلَا يُزَكِّيهِمْ

وَلَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ ﴿٧٧﴾

Artinya:

Sesungguhnya orang-orang yang memperjual belikan janji Allah dan sumpah-sumpah mereka dengan harga murah, mereka itu tidak memperoleh bahagian (pahala) di akhirat, Allah tidak akan menyapa

² Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2001), h.277

³ Danang Suyonto, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: CAPS, 2012), h.160

⁴ Mahmud Yunus, *Terjemahan Qur'an Karim*, (Kudus: Menara Kudus, 2006), h. 59

*mereka, tidak akan memperhatikan mereka pada hari kiamat, dan tidak akan mensucikan mereka. Bagi mereka azab yang pedih.*⁵

Berdasarkan arti ayat diatas, menjelaskan bahwa Allah tidak memperbolehkan untuk menjual janji-janji dan bersumpah palsu hanya untuk menyakinkan orang lain untuk menjadi tertarik

Promosi melalui *personal selling* yang diterapkan lebih ditekankan pada peran *personal selling* yang dirasa lebih memberikan kebebasan dan kenyamanan bagi calon anggota. Setiap marketing harus mampu untuk menguasai perannya sebagai marketing dengan menggunakan *personal selling* yang telah diterapkan oleh lembaga seperti menghubungi dan mendekati calon anggota, melakukan presentasi dengan mengenalkan produk-produk KSPPS dengan menggunakan etika bisnis islam, menjawab pertanyaan-pertanyaan, menutup presentasi dan melakukan tindak lanjut apabila terjadi kesepakatan dengan calon anggota.

Keadaan yang terjadi dimasyarakat masih ada karyawan KSPPS dalam mempresentasikan produknya terindikasi memberikan janji-janji palsu dan tidak sesuai dengan etika bisnis islam agar konsumen tertarik untuk menggunakan produk yang ditawarkan.

Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) Dana Purnama Mandiri merupakan salah satu lembaga keuangan mikro syariah yang berdiri pada hari kamis, tanggal 05-11-2015 dibuatkan akta koperasi di Kota Metro, Sertifikat Nomor : 1561/Sert./M.KUMK/IX?2005. Terletak di Jalan Wolter Mongonsidi, 21 D Yosomulyo, Kota Metro, Metro Pusat,

⁵ QS. Ali-Imran (3): 77

Provinsi Lampung. Koperasi syariah ini mempunyai dua produk pembiayaan yaitu simpanan dan pinjaman.

Hasil wawancara ibu Sumilah anggota KSPPS Dana Purnama Mandiri, pendekatan yang dilakukan pihak marketing kepada nasabah ada beberapa pihak marketingnya kurang ramah dan dalam presentasi menyampaikannya masih ada yang kurang memahami. Hasil wawancara tersebut belum sesuai dengan prinsip etika bisnis islam yang kebenaran bagian kebajikan yaitu dalam berbisnis ditunjukkan dengan sikap kerelaan dan keramahan, sedangkan didalam hasil wawancara tersebut pihak marketing masih kurang ramah.⁶

Hasil wawancara kepada ibu Windarsih anggota KSPPS Dana Purnama Mandiri dalam pendekatannya sudah baik tetapi dalam presentasinya ada yang lebih-lebihkan. Sedangkan hasil wawancara dalam prinsip etika bisnis islam belum sesuai dikarenakan tidak jujur karena masih lebih-lebihkan.⁷

Strategi yang digunakan didalam KSPPS tersebut, yang pertama pihak marketing menawarkan berupa produk-produk yang ada didalam KSPPS tersebut kepada calon anggota dengan cara mendatangi rumah masing masing anggota. Beberapa produk produk di KSPPS Dana Purnama Mandiri :

⁶ Sumilah, Anggota KSPPS Dana Purnama Mandiri, wawancara pada tanggal 1 November 2021

⁷ Windarsih, Anggota KSPPS Dana Purnama Mandiri, wawancara pada tanggal 1 November 2021

Tabel 1.1**Tabel Produk KSPPS Dana Purnama Mandiri**

No.	Tahun	Produk	Jumlah Anggota
1.	2021 (Januari-Desember)	Simpanan Sukarela (SIRELA)	750
2.	2021 (Januari-Desember)	Musyarakah	160
3.	2021 (Januari-Desember)	Murabahah	105

Sumber: KSPPS Dana Purnama Mandiri

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa ada 3 produk yang ditawarkan pada KSPPS Dana Purnama Mandiri. Dapat diketahui 3 produk tersebut merupakan produk yang banyak diminati. Dan yang paling banyak diminati adalah produk Simpanan Sukarela (SIRELA) sebanyak 750 anggota.

Menurut peneliti strategi *personal selling* terhadap produk Simpanan Sukarela (SIRELA) itu sangat dominan karena pihak marketingnya yang secara langsung promosi kepada anggota-anggota dan merupakan strategi yang telah diatur oleh pihak marketing sedemikian rupa.

Selanjutnya tingkat keberhasilannya di *personal selling* ini lebih besar karena pihak marketing nya langsung menjelaskan kepada calon

anggotanya agar memudahkan anggota menentukan produk apa yang akan dipilih dan sesuai kebutuhan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai peranan *personal selling* yang diterapkan pada KSPPS Dana Purnama Mandiri dalam perspektif etika bisnis islam. Peneliti ingin mengetahui lebih jauh tentang adanya pengaruh keberadaan strategi personal selling dan peranannya dalam etika bisnis islam untuk menjelaskan kepada anggota, maka peneliti mewujudkan dalam proposal skripsi “Strategi *Personal Selling* Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus: KSPPS Dana Purnama Mandiri 21 D, Yosomulyo, Kota Metro)”.

B. Pertanyaan Penelitian

Pertanyaan penelitian ini berisi pertanyaan-pertanyaan yang akan dijawab dalam penelitian. Adapun permasalahan yang akan menjadi fokus penelitian ini adalah:

Bagaimana Strategi Personal Selling di KSPPS Dana Purnama Mandiri dalam Etika Bisnis Islam?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan peneliti yaitu : Untuk mengetahui Strategi Personal Selling Di KSPPS Dana Purnama Mandiri dalam Etika Bisnis Islam

2. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Manfaat teoritis, memberikan sumbangsih pemikiran, pengetahuan, informasi sebagai sarana pembelajaran mengenai personal selling dan etika bisnis islam bagi mahasiswa dan pihak pihak yang melakukan penelitian dibidang ini.
- b. Manfaat praktis, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan referensi praktis untuk penerapan personal selling di KSPPS Dana Purnama Mandiri khususnya dan umumnya pada Lembaga Keuangan Syariah pada umumnya.

D. Penelitian Relevan

Penelitian terkaitan yang telah dibahas pada karya-karya ilmiah terdahulu adalah:

Penelitian yang dilakukan oleh Khoirun Nisa dengan judul skripsi “Strategi Personal Selling Produk Tabungan SIMASTER (Simpanan Masyarakat Sejahtera) Pada BMT Mandiri Sejahtera Kantor Cabang Banjarwati Lamongan” tahun 2018.⁸ Penelitian ini berfokus kepada penjualan pada produk SIMASTER. Persamaan dengan peneliti sama-sama berfokus pada Strategi Personal Selling. Perbedaan dengan peneliti terdapat pada titik fokusnya, peneliti membahas penjelasan personal selling dalam etika bisnis islam.

⁸ Khoirun Nisa, *Strategi Personal Selling Produk Tabungan SIMASTER (Simpanan Masyarakat Sejahtera) Pada BMT Mandiri Sejahtera Kantor Cabang Banjarwati Lamongan*, (UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, 2018)

Penelitian kedua dilakukan oleh Lutfiatun Zakiyah dengan judul “Implementasi Strategi Personal Selling Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Di KSPPS BMT Hanada Quwaish Kebasen” tahun 2019.⁹ Penelitian ini berfokus pada meningkatkan jumlah nasabah. Persamaan dengan yang dilakukan peneliti sama-sama berfokus pada strategi personal selling. Perbedaan dengan peneliti yaitu pada titik fokusnya, peneliti membahas bagaimana tenaga marketing dapat menyapaikan sesuai dengan etika bisnis islam.

Peneliti ketiga dilakukan oleh Fani Firmansyah dan Dian Nailiya dengan judul jurnal “Penerapan Personal Selling dalam Memasarkan Produk Pembiayaan Murabahah Pada PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mitra Harmoni Kota Malang” tahun 2013.¹⁰ Penelitian ini berfokus memasarkan pembiayaan murabahah. Persamaan dengan yang dilakukan peneliti yaitu sama-sama berfokus pada personal selling. Perbedaan dengan peneliti yaitu pada titik fokusnya, peneliti hanya membahas strategi personal selling yg sesuai dengan etika bisnis islam.

⁹ Lutfiatun Zakiyah, Implementasi Strategi Personal Selling Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Di KSPPS BMT Hanada Quwaish Kebasen, (IAIN Puwarkerto, 2019)

¹⁰ Fani Firmansyah dan Dian Nailiyah, *Penerapan Personal Selling dalam Memasarkan Produk Pembiayaan Murabahah Pada PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mitra Harmoni Kota Malang*, Modernisasi Vol. 9, No. 3 (Oktober 2013)

BAB II

LANDASAN TEORI

A. *Personal Selling*

1. *Pengertian Personal Selling*

Personal selling memiliki beberapa pengertian, diantaranya:

- a. *Personal selling* adalah proses penyampaian informasi kepada konsumen untuk membujuk mereka agar membeli produk melalui komunikasi pribadi.¹
- b. *Personal selling* adalah penyajian secara lisan oleh perusahaan kepada satu atau beberapa calon pembeli dengan tujuan agar barang dan jasa yang ditawarkan bisa terjual.²
- c. *Personal selling* adalah interaksi antar individu, saling tatap muka dengan tujuan untuk menciptakan, memperbaiki, dan mempertahankan hubungan pertukaran yang saling menguntungkan.³
- d. *Personal selling* merupakan kegiatan perusahaan untuk melakukan kontak langsung dengan para calon konsumennya.⁴

Berdasarkan pemaparan di atas dapat dipahami bahwa pengertian *personal selling* merupakan suatu proses penyampaian informasi kepada

¹ Mahmud Machfoedz, *Komunikasi Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: Cakra Ilmu, 2010), h.42

² Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2009), h. 277.

³ Suyadi Prawiro Sentono, *Pengantar Bisnis Modern*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2002), h. 227.

⁴ Danang Sunyoto, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta:CAPS, 2014), h.160.

konsumen secara tatap muka yang kemudian menimbulkan hubungan timbal-balik dalam rangka membuat, mengubah, menggunakan dan atau membina hubungan komunikasi antara penjual dan konsumen dengan tujuan barang atau jasa yang ditawarkan bisa terjual.

2. Tujuan *Personal Selling*

Personal selling ini merupakan bentuk komunikasi yang menggunakan media individu dimana sistem komunikasi antara perusahaan dengan konsumen menggunakan tenaga penjual atau wiraniaga.

Menurut Hendro tujuan *personal selling* meliputi:

- a. Menginformasikan produk secara langsung ke calon konsumen.
- b. Mengenalkan manfaat produk secara langsung.
- c. Membuat calon pelanggan mengetahui, mengenal, dan mengerti cara serta fungsi produk yang ditawarkan oleh perusahaan.
- d. Melakukan persuasi kepada calon pelanggan untuk membeli produk.
- e. Meyakinkan dan membuat calon pelanggan agar percaya akan keunggulan produk yang ditawarkan.⁵

Berdasarkan uraian di atas dapat dipahami bahwa tujuan dari *personal selling* adalah menginformasikan, mengenalkan, dan membuat calon konsumen untuk mengetahui produk secara langsung. Kemudian meyakinkan calon konsumen untuk percaya akan keunggulan dan manfaat yang dimiliki oleh

⁵ Hendro, *Dasar-dasar Kewirausahaan*, (Jakarta: PT. Gelara Aksara Pratama, 2011), h. 393.

produk, yang kemudian membuat calon konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan.

Personal selling juga menjelaskan tentang produk dan membujuk calon pembeli, menampung keluhan dan saran dari para pembeli, sebagai umpan balik bagi perusahaan. Penjualan ini memerlukan upaya *personal* untuk mempengaruhi permintaan konsumen akan suatu produk. *Personal selling* merupakan komunikasi yang dilakukan antara penjual dan pembeli secara individual dengan cara komunikasi dua arah. Jadi, dalam *personal selling* terdapat kontak langsung antara penjual dan pembeli.

Dengan *personal selling* terdapat suatu pengaruh secara langsung yang timbul dalam pertemuan tatap muka, dimana terdapat pengkomunikasian fakta yang diperlukan untuk mempengaruhi keputusan pembelian, atau menggunakan faktor psikologis, dalam rangka membujuk dan memberi keberanian pada waktu pembuatan keputusan. Jadi *personal selling* dilakukan secara lisan atau tatap muka dalam bentuk percakapan antara penjual dan calon pembeli dengan tujuan agar terjadi transaksi penjualan yang saling menguntungkan.

3. Karakteristik *Personal Selling*

Personal selling merupakan suatu metode promosi yang efektif pada tahap-tahap terakhir dalam proses pembelian, terutama dalam membentuk preferensi, keyakinan, dan aksi. Ada tiga sifat *personal selling* yaitu:

- a. *Personal confrontation*, memungkinkan kontak langsung dan interaktif antara dua atau lebih orang. Setiap orang dapat menelaah kebutuhan pihak lain secara langsung dan membuat keputusan dengan segera.
- b. *Cultivation*, memungkinkan bertumbuhnya hubungan antar pribadi, mulai dari hubungan bisnis sampai pada hubungan pribadi yang dekat.
- c. *Response*, mengkondisikan pembelian dalam situasi wajib mendengarkan penjelasan *sale representative*.⁶

Berdasarkan uraian tersebut dapat dipahami bahwa karakteristik *personal selling* terbagi menjadi tiga yaitu melakukan kontak langsung secara interaktif antara dua orang atau lebih, memungkinkan tumbuhnya hubungan antar pribadi dan munculnya respon dari calon konsumen.

4. Prinsip Dasar *Personal Selling*

Prinsip dasar *personal selling* yaitu:

- a. Persiapan yang matang.
- b. Mendapatkan atau menentukan tempat pembeli.
- c. Merealisasikan penjualan.
- d. Menimbulkan *goodwill* setelah penjualan terjadi.⁷

Berdasarkan uraian di atas dapat dipahami bahwa sebagai *personal selling* harus memiliki prinsip dasar di atas. Dimana sebagai *personal selling* harus mempunyai persiapan yang matang dengan penguasaan akan produk

⁶ Philip Kotler dan Keller Levin Lane, *Manajemen Pemasaran*, diterjemahkan oleh Benyamin Molan. (Jakarta: PT. Mancanan Gaya Cemerlang, 2008), h. 230.

⁷ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa.*, (Bandung: Alfabeta, 2009), h.186.

yang akan ditawarkan ketika memberikan informasi dan mengenalkan produk kepada calon konsumen. Kemudian mencari tempat-tempat yang strategis untuk melakukan penjualan langsung dengan calon konsumen dan dilanjutkan dengan proses penjualan dan mampu menjadikan pembeli baru untuk menjadi pelanggan tetap.

5. Tugas *Personal Selling*

Tugas dasar *personal selling* yaitu:

- a. Mencari calon pelanggan. Melakukan pencarian calon pembeli atau penjual.
- b. Menetapkan sasaran. Memutuskan bagaimana mengalokasikan waktu mereka di antara calon dan pelanggan.
- c. Berkomunikasi. Mengkomunikasikan informasi tentang produk dan jasa perusahaan tersebut.
- d. Menjual. Mendekati, melakukan presentasi, menjawab keberatan-keberatan, dan menutup penjualan.
- e. Melayani. Menyediakan berbagai layanan kepada pelanggan--memberikan konsultasi tentang masalah, memberikan bantuan teknis, merencanakan pembiayaan, dan melakukan pengiriman.
- f. Mengumpulkan informasi. Melakukan riset pasar dan melaksanakan tugas intelijen.

- g. Mengalokasikan. Memutuskan pelanggan mana yang akan memperoleh produk, sehingga mampu mencukupi selama masa-masa kekurangan produk.⁸

Berdasarkan pemaparan di atas dapat dipahami bahwa *personal selling* memiliki berbagai tugas seperti mencari calon pelanggan bisnis baru yang kemudian dijadikan sebagai pelanggan bisnis potensial bagi perusahaan, menetapkan sasaran dan berkomunikasi untuk memberikan informasi yang dibutuhkan oleh pelanggan bisnis tentang produk yang jelas dan tepat. Kemudian *personal selling* harus tahu seni menjual, mendekati pelanggan bisnis sasaran, mempresentasikan produk, menjawab keberatan-keberatan, menutup penjualan. Melayani calon konsumen yaitu dengan melakukan pelayanan kepada pelanggan bisnis, mengkomunikasikan masalah pelanggan bisnis, memberikan bantuan teknis dan melakukan pengiriman. Mengumpulkan informasi dengan melakukan riset pasar sehingga mendapatkan informasi tentang pelanggan bisnis dan keadaan pasar serta membuat laporan kunjungan baik yang akan dilakukan maupun yang telah dilakukan, dan mengalokasikan pelanggan untuk memutuskan produk yang akan diberikan kepada pelanggan bisnis mana yang akan lebih dulu memperoleh produk bila terjadi kekurangan produk pada produsen.

⁸ Philips Kotler dan Keller Levin Lane, *Manajemen Pemasaran.*, diterjemahkan oleh Benyamin Molan. (Jakarta: PT. Mancanan Gaya Cemerlang, 2008), h.305

6. Fungsi *Personal Selling*

Personal selling menekankan aspek penjualan melalui proses *person-to-person*. Peranan *personal selling* cenderung bervariasi antar perusahaan, tergantung pada jumlah faktor, seperti karakteristik produk dan jasa yang dipasarkan, ukuran organisasi, dan tipe industri, *personal selling* memainkan peran penting dominan dalam perusahaan industrial.⁹

Perusahaan yang memproduksi produk tidak tahan lama dan berharga murah, peranan *personal selling* cenderung minimal. Kendati demikian, *personal selling* merupakan komponen integral dalam komunikasi pemasaran terintegrasi dan bukan merupakan substitusi bagi unsur bauran promosi lainnya.

Menurut Fandy Tj. Iptono dan Gregorius Chandra dalam bukunya “Pemasaran Strategik”, peran *personal selling* yang menggunakan wiraniga (*salepeople*) dan menekankan *dyadic communication* (komunikasi timbal-balik antara dua orang atau kelompok) memungkinkan perancangan pesanan secara lebih spesifik dan *customized*, komunikasi yang personal, dan pengumpulan umpan balik secara langsung dari para pelanggan.¹⁰

Personal selling mempunyai peranan yang sangat penting dalam pemasaran jasa, karena interaksi secara *personal* antara penyedia jasa dan konsumen sangat penting. Dimana pemasaran jasa tersebut disediakan oleh orang bukan mesin dan orang merupakan bagian dari produk jasa. Personal

⁹ Fandy Tj. Iptono dan Gregorius Chandra, *Pemasaran strategik*, (Yogyakarta: Andi, 2012), edisi 2, h. 376.

¹⁰ *Ibid*, h. 376.

selling disini harus menawarkan produknya menggunakan etika bisnis islam yang baik dan tepat.

Berdasarkan pemaparan diatas dapat dipahami bahwa *personal selling* yang islami merupakan kegiatan promosi yang dilakukan melalui tatap muka dengan dengan tidak melanggar etika bisnis Islam dan sesuai dengan etika bisnis islam. *Personal selling* Islam tidak menerima praktek yang menghalalkan berbagai cara untuk menarik calon konsumen atau anggota. Seseorang yang menerapkan *personal selling* Islam tidak akan melakukan tindakan-tindakan yang dapat merugikan orang lain, melainkan harus melakukan langkah-langkah yang sesuai dengan syari'ah Islam. Etika yang harus dilakukan *personal selling* seperti tidak melakukan janji-janji atau sumpah palsu, melakukan promosi dengan simpatik dan membangun kepercayaan calon konsumen.

B. Etika Bisnis Dalam Islam

1. Pengertian Etika Bisnis Islam

Etika berasal dari bahasa latin 'etos' yang berarti kebiasaan. Sedangkan dalam bahasa arabnya 'akhlak' bentuk jamak dari mufradnya 'khuluq' artinya budi pekerti.¹¹

Al-Ghazali dalam bukunya Ihya 'Ulumudin menjelaskan pengertian *khuluq* (etika) adalah suatu sifat yang tetep dalam jiwa, yang dari padanya timbul perbuatan-perbuatan dengan mudah, dan tidak

¹¹ Ali Hasan, *Manajemen Bisnis syari'ah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), h. 171.

membutuhkan pikiran.¹² Secara terminologi akhlak atau *khuluq* adalah sifat yang tertanam dalam jiwa manusia, sehingga dia akan muncul dengan seponatan bilamana diperlukan, tanpa memerlukan pemikiran/pertimbangan lebih dahulu, serta tidak memerlukan dorongan dari luar.¹³

Bisnis dalam bahasa Inggris dikenal dengan istilah “*business*” yang berarti kesibukan. Bisnis adalah suatu organisasi yang menyediakan barang dan jasa yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan.¹⁴

Etika bisnis Islam adalah studi tentang seseorang atau organisasi dalam melakukan usaha atau kontrak bisnis yang saling menguntungkan sesuai dengan ajaran Islam.¹⁵

2. Prinsip-prinsip dalam Etika Bisnis Islam

Prinsip-prinsip dalam etika bisnis Islam ada lima yaitu:

a. Ke-Esaan

Ke-Esaan, seperti dicerminkan dalam konsep tauhid, merupakan dimensi vertikal Islam. Konsep keesaan menggabungkan ke dalam sifat homogen semua aspek yang berbeda-beda dalam kehidupan seorang muslim.¹⁶

Penerapan prinsip ke-Esaan tidak dapat dipaksa untuk berbuat tidak etis, karena ia hanya takut dan cinta kepada Allah Swt. Ia selalu mengikuti aturan perilaku yang sama dan satu, dimana pun apakah itu

¹² Ali Hasan, *Manajemen Bisnis syari'ah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009). h. 171.

¹³ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 22.

¹⁴ *Ibid*, h. 28.

¹⁵ *Ibid*, h.35.

¹⁶ Rafik Issa Beekum, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), h. 33.

di masjid, didunia kerja, atau aspek apapun dalam kehidupannya, ia akan selalu merasa bahagia. Sebagaimana firman Allah yaitu:

قُلْ إِنَّ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ ﴿١٦٢﴾

Artinya: Katakanlah, sesungguhnya salatku, ibadahku, hidup dan matiku hanya untuk Allah, Tuhan semesta alam.(QS. Al-An'am (6): 162)¹⁷

Berdasarkan ayat diatas, menjelaskan bahwa manusia mengharuskan mengabdikan kepada Allah, baik dalam bentuk ibadah, pekerjaan yang ada dalam dunia ini. Jadi manusia harus melakukan sesuai syariat islam dalam menjelaskan etika bisnis islam.

b. Keseimbangan (keadilan)

Islam mengharuskan untuk berbuat adil dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, tak terkecuali pada pihak yang tidak disukai.¹⁸ Firman Allah:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ ۚ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلَىٰ ءَلَّا تَعْدِلُوا ۚ اَعْدِلُوا هُوَ اَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ ﴿٨٠﴾

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, hendaknya kamu menjadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah, menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap sesuatu kaum mendorong kamu untuk berlaku

¹⁷ Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahnya.*, h. 150.

¹⁸ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Etika*, (Bandung: Alfabeta, 2013)., h. 22.

tidak adil. Berlaku adillah karena adil itu lebih dekat dengan takwa. Dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.(QS.Al-Maidah (5): 8).¹⁹

Ayat di atas menjelaskan tentang perintah untuk berperilaku adil kepada siapapun walaupun orang tersebut tidak disukai. Prilaku adil bukan berarti sama namun dapat menempatkan sesuatu pada porsinya.

c. **Kehendak Bebas (Free Will)**

Kebebasan merupakan bagian penting dalam etika bisnis Islam. Manusia diberikan kehendak bebas untuk mengendalikan kehidupan sendiri manakala Allah SWT menurunkannya ke bumi. Seseorang yang memilih menjadi muslim, ia harus tunduk kepada Allah.²⁰ Manusia memiliki kebebasan untuk membuat kontrak dan menepatinya atau mengingkarinya. Seorang muslim yang telah menyerahkan hidupnya pada kehendak Allah, akan menepati semua kontrak yang telah dibuatnya.²¹ Sebagaimana firman Allah:

وَقُلِ الْحَقُّ مِنْ رَبِّكُمْ^ط فَمَنْ شَاءَ فَلْيُؤْمِنْ وَمَنْ شَاءَ فَلْيُكْفُرْ^ج

Artinya: Dan katakanlah, kebenaran itu datang dari Tuhan-mu; maka barang siapa yang ingin (beriman), hendaknya Ia beriman, dan barang siapa ingin (kafir) biarlah Ia kafir..(QS. Al-Kahf (18): 29).²²

¹⁹ Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahnya.*, h. 108.

²⁰ Abdul Aziz, *.Etika Bisnis Perspektif Islam*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 46.

²¹ Rafik Issa Beekum, *Etika Bisnis Islam.*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), h. 39.

²² Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahnya.*, h. 297.

d. Tanggungjawab (*Responsibility*)

Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang mustahil dilakukan oleh manusia karena tidak menuntut adanya pertanggungjawaban dan akuntabilitas untuk memenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan, manusia perlu mempertanggungjawabkan semua yang dilakukannya.²³ Para pelaku bisnis harus bisa mempertanggungjawabkan segala aktivitas bisnisnya, baik kepada Allah maupun pada pihak-pihak yang berkepentingan untuk memenuhi tuntutan keadilan.²⁴ Allah berfirman:


 كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِيْنَةٌ

*Artinya: Setiap orang bertanggungjawab atas apa yang telah dilakukan. (QS. Al-Muddatstsir (74): 38).*²⁵

e. Kebenaran: Kebajikan dan Kejujuran

Prinsip kebenaran ini mengandung dua unsur penting, yaitu kebajikan dan kejujuran. Kebajikan dalam bisnis ditunjukkan dengan sikap kerelaan dan keramahan dalam bermuamalah, sedangkan kejujuran ditunjukkan dengan sikap jujur dalam proses bisnis yang dilakukan tanpa adanya penipuan.²⁶ Dengan prinsip kebenaran ini maka etika bisnis Islam sangat menjaga dan berlaku preventif terhadap kemungkinan adanya

²³ Abdul aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 46.

²⁴ Erni R. Ernawati, *Etika Bisnis*. (Bandung : Alfabeta, 2011), h. 41

²⁵ Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahnya.*, h. 576.

²⁶ Erni R. Ernawati, *Etika Bisnis*. (Bandung : Alfabeta, 2011), h. 41.

kerugian salah satu pihak yang melakukan transaksi, kerja sama atau perjanjian dalam bisnis.²⁷

²⁷ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, (Bandung: Alfabeta, 2013) . h.47

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

Jenis dari penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan adalah penelitian ini dilakukan dalam kehidupan yang sebenarnya. Pada prinsipnya penelitian lapangan bertujuan untuk memecahkan masalah-masalah praktis dalam masyarakat.¹

Penelitian lapangan dari pengertian tersebut dapat dilakukan untuk mempelajari secara teratur latar belakang dan keadaan sekarang yang terjadi didalam masyarakat atau individu. Penelitian ini peneliti mempelajari latar belakang peran *personal selling* dan keadaan yang terjadi sekarang tentang peran *personal selling* terhadap strategi personal selling di KSPPS Dana Purnama Mandiri.

Sifat penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, yaitu hanya semata-mata melukiskan keadaan atau peristiwa tanpa untuk mengambil suatu kesimpulan-kesimpulan yang berlaku secara umum.²

B. Sumber Data

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data pokok yang langsung dikumpulkan oleh peneliti dari objek penelitian.³ Sumber data primer

¹.Mardalis, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara,1990), h. 28.

² Sutrisno hadi, *Metode Research*, (Yogyakarta: Yayasan Penerbitan Psikologi UGM, 2000), h. 74.

dalam penelitian ini adalah manager, dua orang tenaga marketing serta lima anggota di KSPPS Dana Purnama Mandiri.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data tambahan yang menurut peneliti menunjang data pokok.⁴ Peneliti dalam hal ini menggunakan literatur-literatur berupa Al-Qur'an, Hadis-hadis, dan buku-buku khususnya yang membahas tentang peran *personal selling* dan etika bisnis dalam islam, yaitu buku serta data yang berkaitan dengan penelitian ini yang bersumber dari KSPPS Dana Purnama Mandiri.

C. Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian.⁵ Metode sampling yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling. Purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan kriteria tertentu.⁶ Pengambilan sampel ini dengan kriteria tertentu untuk mendapatkan data data yang sesuai dan ciri-ciri spesifik sampel yang dimiliki oleh manager, marketing dan anggota KSPPS Dana Purnama Mandiri.

³ Mahmud, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2011), h. 152

⁴ *Ibid.*, h.152

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2019), h. 128

⁶ *Ibid.*, h.133

D. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan. Selalu ada hubungan antara metode mengumpulkan data dengan masalah penelitian yang akan dipecahkan.⁷ Untuk mendukung penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa metode pengumpulan data, yaitu:

1. Wawancara

Wawancara adalah pengumpulann data dengan mengajukan pertanyaan kepada responden dan mencatat.⁸ Dalam proses wawancara peneliti ingin mengetahui informasi-informasi atau keterangan-keterangan mengenai *personal selling* dari tenaga marketing di KSPPS Dana Purnama Mandiri. Pada wawancara ini peneliti melakukan tanya jawab secara langsung tenaga marketing di KSPPS Dana Purnama Mandiri. Jenis wawancara yang peneliti gunakan adalah wawancara dengan jenis semi terstruktur. Dimana pada proses wawancara dilakukan, pertanyaan diajukan secara terstruktur namun pertanyaan baru dapat muncul dari jawaban yang diberikan oleh narasumber.

2. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variable yang berupa catatan, transkrip, buku, dan sebagainya.⁹ Metode ini peneliti gunakan dengan memanfaatkan sumber-sumber berupa data-data

⁷ Moh. Nasir, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003), h. 174.

⁸ Mahmud, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2011), h. 173

⁹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta,2010), h. 274.

dan catatan yang mempunyai relevansi dengan masalah peneliti. Dalam penelitian ini metode dokumentasi digunakan untuk mengetahui peran *personal selling* yang digunakan KSPPS Dana Purnama Mandiri dan meninjau *personal selling* secara islam. Dengan teknik dokumentasi ini, peneliti dapat mengumpulkan data mengenai profil KSPPS Dana Purnama Mandiri, dan data jumlah anggota.

E. Analisis Data

Analisis data adalah proses penyederhanaan dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan.¹⁰ Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian kualitatif ini menggunakan teknik miles and huberman untuk data-data yang diperoleh dari proses wawancara dan dokumentasi. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan tiga cara analisis data yaitu pengumpulan data, reduksi data dan penyajian data.

1. Pengumpulan Data

Kegiatan utama pada setiap penelitian adalah mengumpulkan data. Pengumpulan data menggunakan wawancara dan dokumentasi. Pengumpulan data dilakukan sehari-hari sehingga data yang diperoleh akan banyak dan bervariasi.¹¹

¹⁰ Masri Singaribuan dan Sofyan Efendi, *Metode Penelitian Survei*, (Jakarta: lp3es, 1989), h. 264.

¹¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2019), h. 322

2. Reduksi Data

Reduksi data yaitu merangkum, memilih dan memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal hal yang penting.¹² Data yang diperoleh dari lapangan dalam bentuk wawancara dengan mengambil jawaban-jawaban yang dianggap penting dalam melengkapi penelitian ini.

3. Penyajian Data

Penyajian data bisa dilakukan dalam uraian singkat. Dalam penyajian data penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif.¹³ Berdasarkan beberapa pemaparan di atas dapat dipahami bahwa analisis data adalah proses penyederhanaan dalam bentuk yang lebih mudah dibaca untuk dideskripsikan dalam suatu penjelasan dalam bentuk kalimat. Selanjutnya data-data mengenai penerapan *personal selling* dalam meningkatkan minat anggota diperoleh dari tenaga marketing di KSPPS, selanjutnya diadakan pengelolaan dan pengamatan kemudian diambil kesimpulan.

¹² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2019), h. 323

¹³ *Ibid*, h. 325

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil KSPPS Dana Purnama Mandiri

1. Sejarah KSPPS Dana Purnama Mandiri

Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) Dana Purnama Mandiri merupakan salah satu lembaga keuangan mikro syariah yang berdiri pada hari Kamis, pukul 10.50 WIB tanggal 05-11-2015 dibuatkan akta koperasi di Kota Metro, Sertifikat Nomor : 1561/Sert./M.KUMK/IX/2005, tanggal 05-09-2005, yang dikeluarkan oleh Menteri Negara Koperasi Dan Usaha Kecil Dan Menengah Republik Indonesia, dengan dihadiri 21 orang saksi.

Koperasi pertama kali berkedudukan di Kota Metro dan pertama kali berkantor di Jalan Basuki Rahmat Nomor 08, Kelurahan Yosomulyo, Kecamatan Metro Pusat, Kota Metro, Provinsi Lampung. Semakin berkembang pesat serta karyawan bertambah akhirnya kantor pada awal tahun 2019 kantor koperasi dipindahkan lokasinya yang terletak di Jalan Wolter Mongonsidi, 21 D Yosomulyo, Kota Metro, Metro Pusat, Provinsi Lampung. Koperasi syariah ini mempunyai dua produk pembiayaan yaitu simpanan dan pinjaman.

2. Visi Misi dan Tujuan KSPPS Dana Purnama Mandiri

a. Visi

Menjadi koperasi terbaik di Indonesia

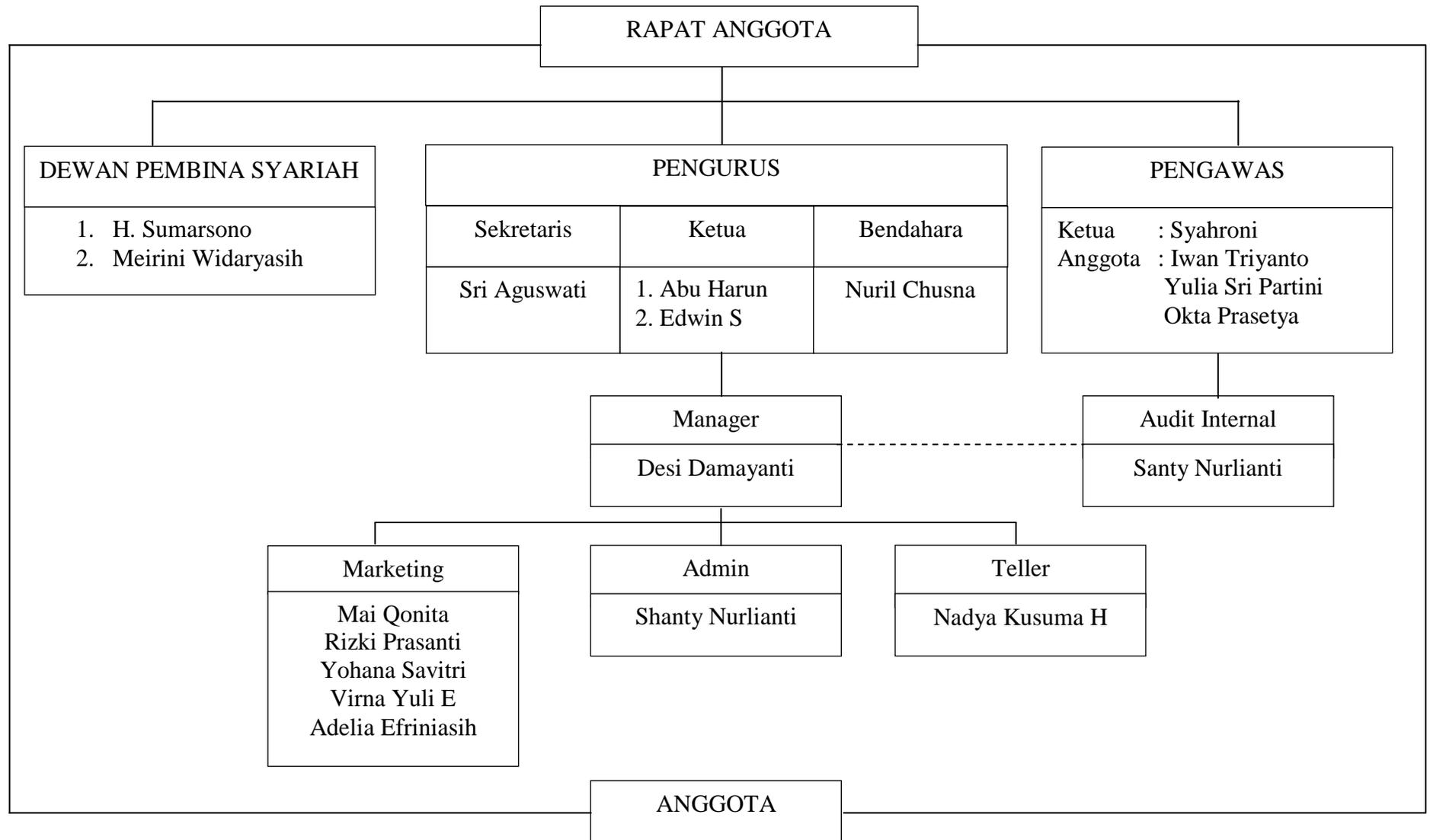
b. Misi

- 1) Menciptakan kesejahteraan bagi para anggota yang berkesinambungan
- 2) Berdaya guna sebagai mitra strategis dan terpercaya bagi anggota
- 3) Berkontribusi dalam perkembangan perkoperasian di Indonesia dan
- 4) Mengelola koperasi dan unit usaha secara profesional dengan menerapkan prinsip "*Good Corporate Governance*"

c. Tujuan

- 1) Koperasi bertujuan memajukan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya serta ikut membangun tatanan perekonomian nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju, adil dan makmur
- 2) Dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan, koperasi menyusun rencana strategis

3. Struktur Organisasi KSPPS Dana Purnama Mandiri Kota Metro



a. Dewan Pembina Syariah

Dewan Pembina Syariah sebagaimana dimaksud di atas mempunyai tugas untuk memberikan saran dan nasihat kepada pengurus serta mengawasi jalannya kegiatan operasional Lembaga Keuangan Syariah agar sesuai dengan ketentuan syariah.

b. Ketua

- 1) Mengendalikan seluruh kegiatan koperasi
- 2) Memimpin, mengkoordinir, dan mengontrol jalannya aktifitas koperasi dan bagian-bagian yang ada di dalamnya
- 3) Menerima laporan atas kegiatan yang dikerjakan masing-masing
- 4) Menandatangani surat penting
- 5) Memimpin rapat anggota tahunan dan melaporkan laporan pertanggung jawaban akhir tahun pada anggota
- 6) Mengambil keputusan atas hal-hal yang dianggap penting bagi kelancaran kegiatan koperasi

c. Sekretaris

- 1) Membantu Ketua dalam melaksanakan kerja
- 2) Menyelenggarakan kegiatan surat menyurat dan ketatausahaan koperasi

- 3) Mencatat tentang kemajuan dan kelemahan yang terjadi pada koperasi
- 4) Menyampaikan hal-hal yang penting pada ketua
- 5) Membuat pendataan koperasi

d. Bendahara

- 1) Merencanakan anggaran belanja dan pendapatan koperasi
- 2) Memelihara semua harta kekayaan koperasi
- 3) Pengisian saldo

e. Admin

- 1) Mengatur surat menyurat yang ada di Koperasi
- 2) Mengasirpkan dokumen-dokumen penting koperasi
- 3) Memonitor kebutuhan ATK Koperasi
- 4) Mempersiapkan rapat-rapat di Koperasi
- 5) Menjadwalkan kegiatan-kegiatan yang dilakukan di Koperasi

f. Pengawas

- 1) Melakukan pengawasan dan pemeriksaan terhadap pelaksanaan kebijakan dan pengelolaan Koperasi
- 2) Meneliti catatan dan pembukuan yang ada pada koperasi

- 3) Memberikan koreksi, sara teguran dan peringatan kepada Pengurus
- 4) Membuat laporan tertulis tentang hasil pelaksanaan tugas pengawasan kepada Rapat Anggota

g. Manager

- 1) Merumuskan pola pelaksanaan kebijaksanaan pengurus secara efektif dan efisien.
- 2) Membantu pengurus dalam menyusun uraian tugas bawahannya.
- 3) Menentukan standart kualifikasi dalam pemilihan dan promosi pegawai.

h. Marketing

- 1) Menawarkan produk KSPPS Dana Purnama Mandiri berupa simpan pinjam/pembiayaan syariah ke masyarakat.
- 2) Melakukan sosialisasi produk kepada masyarakat

i. Teller

- 1) Melayani dan memproses transaksi nasabah
- 2) Cek identitas nasabah
- 3) Memasukkan data transaksi pada system
- 4) Melakukan pemeriksaan kas

- 5) Melakukan tugas administrasi bank
- 6) Melayani dengan ramah setiap nasabah

B. Strategi Personal Selling Di KSPPS Dana Purnama Mandiri Kota Metro

Berdasarkan data yang didapat dari manager, KSPPS Dana Purnama Mandiri dalam menawarkan produk dilakukan dengan cara mendatangi rumah calon anggota atau datang langsung ke tempat usaha calon anggota agar menarik calon anggota serta bersedia menjadi anggota KSPPS untuk menambah jumlah anggota agar memberikan keuntungan kepada KSPPS Dana Purnama Mandiri.¹

Tujuan diterapkannya strategi Personal Selling untuk meningkatkan keuntungan, menambah anggota, dan mensosialisasikan produk-produk yang ada di KSPPS Dana Purnama Mandiri.

Peran tenaga marketing dalam menjalankan proses personal selling yaitu menjalin komunikasi yang baik dengan anggota, menarik calon anggota agar menjadi anggota, dan menjelaskan keunggulan produk-produk yang ada di KSPPS Dana Purnama Mandiri.

Proses pendekatan yang dilakukan oleh tenaga marketing diantaranya dengan mendatangi kerumah calon anggota, berseragam yang rapih, ramah, senyum dan mengenalkan produk-produk di KSPPS Dana Purnama Mandiri kepada calon anggota. Dalam mempresentasikan produk tenaga marketing biasanya menjelaskan keunggulan serta manfaat produk

¹ Desi Damayanti, Manager KSPPS Dana Purnama Mandiri, Wawancara, 28 April 2022

dan perbedaannya dengan produk lain. Setelah tenaga marketing mempresentasikan produk tersebut. Kemudian cara menutup tenaga marketing menawarkan kepada calon anggota agar menjadi anggota disalah satu produk pembiayaan atau simpanan yang ada di KSPPS Dana Purnama Mandiri tersebut. Sehingga saat menutup presentasi berakhir dengan menjadi anggota KSPPS.

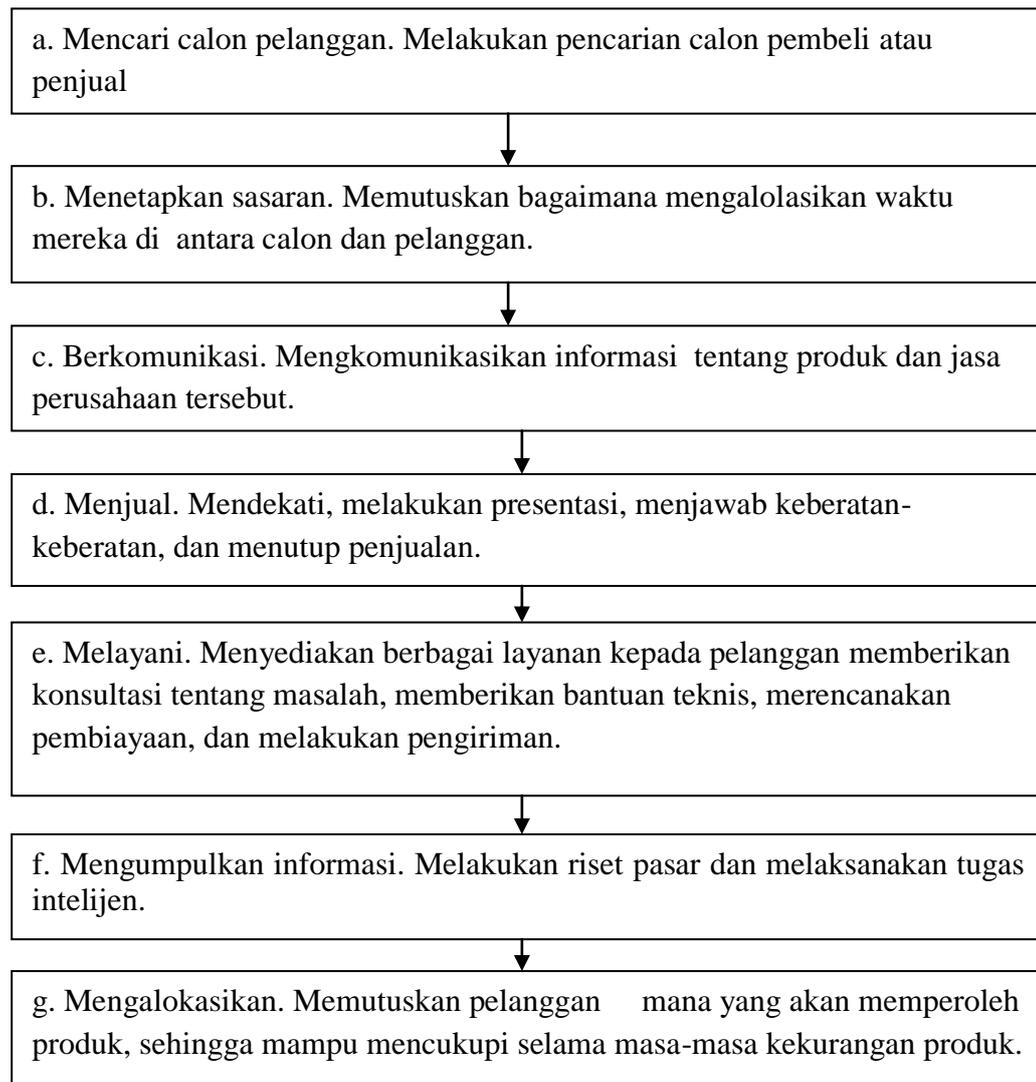
Strategi *Personal Selling* merupakan upaya yang dilakukan individu untuk memperkenalkan produk kepada calon anggota sehingga calon anggota berminat menjadi anggota. Proses pendekatan yang dilakukan yaitu dengan mendatangi calon anggota langsung ke rumah dengan ramah, senyum dan melayani dengan baik. Saat melakukan presentasi biasanya tenaga marketing merayu calon anggota agar mau menjadi anggota dengan cara tenaga marketing menjelaskan mengenai produk produk apa saja yang ada di KSPPS Dana Purnama Mandiri dan apa saja keunggulan keunggulan yang ada di produk tersebut. Tenaga marketing juga membanding bandingkan antara produk yang ada di KSPPS Dana Purnama Mandiri dengan produk yang ada di tempat lain dan menjelaskan apa saja keuntungan yang ada di KSPPS Dana Purnama Mandiri, contohnya jika anggota menabung menggunakan simpanan deposito maka anggota akan mendapatkan bagi hasilnya. Menutup presentasi tenaga marketing menanyakan kepada calon anggota untuk membuka tabungan atau pembiayaan.²

² Rizki Prasanti, Marketing KSPPS Dana Purnama Mandiri, Wawancara 28 April 2022

Strategi *Personal Selling* yang dilakukan marketing untuk menarik calon anggota tenaga marketing melakukannya dengan pandai berbicara mengenalkan produk agar menarik calon anggotanya. Proses pendekatan yang dilakukan dengan cara mendatangi langsung ketempat usaha calon anggota, biasanya marketing membeli dagangan calon anggota sambil membeli dagangan calon anggota tenaga marketing menjelaskan produk yang ada di KSPPS Dana Purnama Mandiri. Presentasi yang dilakukan marketing mengenalkan produk-produk dan menjelaskan kelebihan apa saja produk yang ada di KSPPS Dana Purnama Mandiri. Menutup presentasi dengan baik dan tenaga marketing menanyakan kepada calon anggota untuk membuka tabungan atau pembiayaan berakhir dengan menjadi anggota KSPPS Dana Purnama Mandiri.³

³ Yohana Savitri, Marketing KSPPS Dana Purnama Mandiri, Wawancara 28 April 2022

Tugas Personal Selling:



Berdasarkan pemaparan diatas dapat dipahami bahwa personal selling memiliki berbagai tugas seperti mencari calon anggota yang kemudian dijadikan anggota. Dengan cara menawarkan langsung kepada calon anggota.

Hasil wawancara ibu Sumilah anggota KSPPS Dana Purnama Mandiri, pendekatan yang dilakukan pihak marketing kepada nasabah ada beberapa pihak marketingnya kurang ramah dan dalam

presentasi menyampaikannya masih ada yang kurang memahami. Menutup presentasi dengan baik dan menawarkan agar menjadi anggota KSPPS Dana Purnama Mandiri. Hasil wawancara tersebut belum sesuai dengan prinsip etika bisnis islam yang kebenaran bagian kebajikan yaitu dalam berbisnis ditunjukkan dengan sikap kerelaan dan keramahan, sedangkan didalam hasil wawancara tersebut pihak marketing masih kurang ramah.⁴

Hasil wawancara kepada ibu Windarsih anggota KSPPS Dana Purnama Mandiri dalam pendekatannya sudah baik tetapi dalam presentasinya ada yang lebih-lebihkan. Menutup presentasi dengan menawarkan menjadi anggota dengan mengambil simpanan atau pembiayaan. Sedangkan hasil wawancara dalam prinsip etika bisnis islam belum sesuai dikarenakan tidak jujur karena masih lebih-lebihkan.⁵

Hasil wawancara kepada ibu siti anggota KSPPS Dana Purnama Mandiri dalam pendekatannya cukup baik walaupun masih ada yang kurang ramah. Ada beberapa tenaga marketing yang kurang ramah dan ada beberapa tenaga marketing melakukan presentasi dengan baik, ada juga yang kurang menguasai produknya dalam menjelaskan. Menutup penawaran dengan pelayanan baik dan berakhir menjadi anggota KSPPS.⁶

2022 ⁴ Sumilah, Anggota KSPPS Dana Purnama Mandiri, Wawancara pada tanggal 20 Mei

2022 ⁵ Windarsih, Anggota KSPPS Dana Purnama Mandiri, Wawancara pada tanggal 20 Mei

⁶ Siti, Anggota KSPPS Dana Purnama Mandiri, Wawancara pada tanggal 20 Mei 2022

Hasil wawancara kepada ibu dewi anggota KSPPS Dana Purnama Mandiri pendekatan yang dilakukan oleh tenaga marketing cukup baik. Presentasi nya masih kurang karena belum menguasai produk. Menutup penawaran dengan baik.⁷

Hasil wawancara kepada ibu astuti anggota KSPPS Dana Purnama Mandiri pendekatan nya sangat baik. Presentasinya dilakukan detail dalam menjelaskan produk. Menutup penjualan dengan baik dan menjadi anggota KSPPS Dana Purnama Mandiri.⁸

C. Analisis Strategi Personal Selling di KSPPS Dana Purnama Mandiri Kota Metro Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam

Berdasarkan hasil penelitian, strategi Personal Selling di KSPPS Dana Purnama Mandiri Kota Metro dalam perspektif etika bisnis Islam yaitu sebagai berikut:

Strategi *Personal Selling* KSPPS Dana Purnama Mandiri yaitu berkata baik kepada anggota atau calon anggota, menjelaskan mengenai produk-produk apa saja yang ada di KSPPS Dana Purnama Mandiri, melakukan presentasi kepada calon anggota agar tertarik menjadi anggota, membuat calon anggota agar percaya akan keunggulan produk-produk di KSPPS. Namun dalam hal pengaplikasian strategi Personal Selling masih kurang maksimal, hal ini dapat dilihat pada pendekatan yang dilakukan

⁷ Dewi, Anggota KSPPS Dana Purnama Mandiri, Wawancara pada tanggal 20 Mei 2022

⁸ Astuti, Anggota KSPPS Dana Purnama Mandiri, Wawancara pada tanggal 20 Mei 2022

oleh tenaga marketing yang masih cuek serta kurang ramah kepada calon anggota.

Pada prinsipnya *personal selling* dapat dilakukan dengan cara yaitu pertama, persiapan yang matang dilakukan oleh tenaga marketing dengan cara memahami produk yang akan disampaikan oleh calon anggota. Tetapi pada saat menyampaikannya tenaga marketing ada yang kurang memahami produk. Kedua, mendapatkan atau menentukan tempat pembeli tenaga marketing biasanya sebelum mencari calon anggota sudah menentukan tempat tujuan seperti langsung datang kerumah calon anggota atau juga langsung datang ke tempat usaha calon anggota. Ketiga, merealisasikan penjualan dengan melakukan datang langsung ketempat calon anggota dan menjelaskan produk yang ada di KSPPS. Keempat, menimbulkan goodwill setelah penjualan terjadi, tenaga marketing setelah melakukan tahapan diatas menawarkan kepada calon anggota agar menjadi anggota untuk melakukan pembiayaan atau pinjaman.

Presentasi yang dilakukan oleh tenaga marketing, masih ada yang kurang menguasai produk yang ada di KSPPS dan dalam mempresentasi produk masih melebih-lebihkan dan membanding-bandingkan. Dalam hal ini tenaga marketing mempunyai tanggung jawab mengenalkan produk yang ada di KSPPS dan bersikap adil terhadap semua produknya, dimana masing-masing produk mempunyai kelebihan dan kekurangan. Bila tenaga marketing menyadari hal ini maka tenaga marketing akan mempresentasikan produknya sesuai dengan keadaan sebenarnya. Cara

menutup presentasi selalu berakhir dengan menawarkan kepada calon anggota agar menjadi anggota.

Tenaga marketing dalam menutup presentasi secara Islam tidak boleh memaksa karena calon anggota berhak memilih untuk jadi anggota atau tidak. Tenaga marketing juga senantiasa beretika baik dalam mengenalkan produk akan menjadi pertimbangan calon anggota untuk menjadi anggota.

Berdasarkan analisis diatas prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang sudah terpenuhi yaitu pertama, prinsip ke-Esa an, dalam berbisnis telah menjalankan aturan dari Allah yaitu produk-produk yang ada di KSPPS berbasis syariah, amanah dalam menjalankan pekerjaan, dan bertutur kata yang baik pada anggota. Kedua, prinsip keseimbangan (keadilan), karyawan berperilaku baik kepada para anggotanya tidak membedakan antara anggota yang satu dengan anggota yang lain. Ketiga, prinsip kehendak bebas, bahwa karyawan melakukan kegiatan bisnis tetap mengikuti aturan dalam Islam.

Adapun yang kurang memenuhi prinsip-prinsip etika bisnis Islam yaitu mengenai prinsip tanggung jawab dan prinsip kebenaran: kebajikan dan kejujuran. Dimana seorang tenaga marketing dalam melakukan personal selling harus jujur dan bertanggung jawab atas segala perbuatan dan ucapannya terhadap anggota, karena hal itu mempengaruhi tingkat kepercayaan anggota. Kurangnya pelatihan terhadap karyawan menyebabkan karyawan bersikap kurang ramah kepada anggota serta

kurang bertanggung jawab atas menjelaskan produk-produk dengan lebih-lebihkan dan membanding-bandingkan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa strategi Personal Selling di KSPPS Dana Purnama Mandiri Kota Metro dalam perspektif etika bisnis Islam bahwa prinsip-prinsip yang sudah terpenuhi yaitu pertama, prinsip ke-Esa an, dalam berbisnis telah menjalankan aturan dari Allah yaitu produk-produk yang ada di KSPPS berbasis syariah, amanah dalam menjalankan pekerjaan, dan bertutur kata yang baik pada anggota. Kedua, prinsip keseimbangan (keadilan), karyawan berperilaku baik kepada para anggotanya tidak membedakan antara anggota yang satu dengan anggota yang lain. Ketiga, prinsip kehendak bebas, bahwa karyawan melakukan kegiatan bisnis tetap mengikuti aturan dalam Islam.

Adapun yang kurang memenuhi prinsip-prinsip etika bisnis Islam yaitu mengenai prinsip tanggung jawab dan prinsip kebenaran: kebajikan dan kejujuran. Dimana seorang tenaga marketing dalam melakukan personal selling harus jujur dan bertanggung jawab atas segala perbuatan dan ucapannya terhadap anggota, karena hal itu mempengaruhi tingkat kepercayaan anggota. Kurangnya pelatihan terhadap karyawan menyebabkan karyawan bersikap kurang ramah kepada anggota serta kurang bertanggung jawab atas menjelaskan produk-produk dengan melebih-lebihkan dan membanding-bandingkan.

B. Saran

1. Kepada KSPPS Dana Purnama Mandiri diharapkan agar lebih meningkatkan strategi *Personal Selling* dengan menciptakan suatu inovasi baru, karena memiliki dampak yang baik dalam meningkatkan jumlah anggota dan dalam menjalankannya harus sesuai dengan etika bisnis Islam.
2. Bagi karyawan khususnya tenaga marketing sebaiknya selalu melakukan latihan untuk menambah skill dalam mengenalkan produk kepada masyarakat.
3. Dalam melakukan pemasaran point tanggung jawab, kebajikan dan kejujuran dimata anggota sangat penting karena itu adalah kunci keberhasilan suatu usaha. Maka karyawan harus dapat menanamkan nilai tersebut dalam diri masing-masing.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Aziz, *.Etika Bisnis Perspektif Islam*, (Bandung: Alfabeta, 2013)
- Albi Anggito, Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Sukabuni: CV Jejak,2018)
- Ali Hasan, *Marketing Bank Syari'ah*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010)
- Ali Hasan, *Manajemen Bisnis syari'ah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar,2009)
- Astuti, Anggota KSPPS Dana Purnama Mandiri, Wawancara pada tanggal 20 Mei 2022
- Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa.*, (Bandung: Alfabeta, 2009)
- Danang Sunyoto, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: CAPS, 2014)
Departemen Agama RI, Al- Qur'an dan Terjemahannya.
- Desi Damayanti, Manager KSPPS Dana Purnama Mandiri, Wawancara, 28 April 2022
- Dewi, Anggota KSPPS Dana Purnama Mandiri, Wawancara pada tanggal 20 Mei 2022
- Erni R. Ernawati, *Etika Bisnis*. (Bandung : Alfabeta, 2011),
- Fandy Tj. Iptono dan Gregorius Chandra, *Pemasaran strategik*, (Yogyakarta: Andi, 2012), edisi 2
- Fani Firmansyah dan Dian Nailiyah, *Penerapan Personal Selling dalam Memasarkan Produk Pembiayaan Murabahah Pada PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mitra Harmoni Kota Malang*, Modernisasi Vol. 9, No. 3 (Oktober 2013)
- Hendro, *Dasar-dasar Kewirausahaan*, (Jakarta: PT. Gelara Aksara Pratama, 2011)
- Khoirun Nisa, *Strategi Personal Selling Produk Tabungan SIMASTER (Simpanan Masyarakat Sejahtera) Pada BMT Mandiri Sejahtera Kantor Cabang Banjarwati Lamongan*, (UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, 2018)

- Siti, Anggota KSPPS Dana Purnama Mandiri, Wawancara pada tanggal 20 Mei 2022
- Sumilah, Anggota KSPPS Dana Purnama Mandiri, wawancara pada tanggal 1 November 2021
- M. Ismail Yusanto dan M. Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islam*
- Mahmud Machfoedz, *Komunikasi Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: Cakra Ilmu, 2010)
- Mahmud Yunus, *Terjemahan Qur'an Karim*, (Kudus: Menara Kudus, 2006)
- Mahmud, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2011)
- Mardalis, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1990)
- Masri Singaribuan dan Sofyan Efendi, *Metode Penelitian Survei*, (Jakarta: Ip3es, 1989)
- Moh. Nasir, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003)
- Nasution, *Metode Research*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006)
- Philip Kotler dan Keller Levin Lane, *Manajemen Pemasaran*, diterjemahkan oleh Benyamin Molan. (Jakarta: PT. Mancanan Gaya Cemerlang, 2008)
- Lutfiatun Zakiyah, Implementasi Strategi Personal Selling Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Di KSPPS BMT Hanada Quwaish Kebasen, (IAIN Puwarkerto, 2019)
- Rafik Issa Beekum, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004)
- Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2009)
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2019)
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2010)
- Sutrisno hadi, *Metode Research*, (Yogyakarta: Yayasan Penerbitan Psikologi UGM, 2000)
- Sutrisno Hadi, *Metodologi Research*, (Yogyakarta: Yayasan Penerbitan Fakultas Psikologi UGM, 1995)

Suyadi Prawiro Sentono, *Pengantar Bisnis Modern*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2002)

Windarsih, Anggota KSPPS Dana Purnama Mandiri, wawancara pada tanggal 1 November 2021

Yohana Savitri, Marketing KSPPS Dana Purnama Mandiri, Wawancara 28 April 2022

LAMPIRAN

6/9/2022

Bimbingan Skripsi



**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

Nomor : 0321/In.28.1/J/TL.00/01/2022
Lampiran : -
Perihal : **SURAT BIMBINGAN SKRIPSI**

Kepada Yth.,
Muhammad Ryan Fahlevi (Pembimbing 1)
(Pembimbing 2)
di-

Tempat
Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka penyelesaian Studi, mohon kiranya Bapak/Ibu bersedia untuk membimbing mahasiswa :

Nama	: WIWIK KURNIA
NPM	: 1804100109
Semester	: 8 (Delapan)
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan	: S1 Perbankan Syariah
Judul	: STRATEGI PERSONAL SELLING DI KSPPS DANA PURNAMA MANDIRI DALAM PRESPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (STUDY KASUS: KSPPS DANA PURNAMA MANDIRI 21 D, YOSOMULYO, KOTA METRO)

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Dosen Pembimbing membimbing mahasiswa sejak penyusunan proposal s/d penulisan skripsi dengan ketentuan sebagai berikut :
 - a. Dosen Pembimbing 1 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV setelah diperiksa oleh pembimbing 2;
 - b. Dosen Pembimbing 2 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV sebelum diperiksa oleh pembimbing 1;
2. Waktu menyelesaikan skripsi maksimal 2 (semester) semester sejak ditetapkan pembimbing skripsi dengan Keputusan Dekan Fakultas;
3. Mahasiswa wajib menggunakan pedoman penulisan karya ilmiah edisi revisi yang telah ditetapkan dengan Keputusan Dekan Fakultas;

Demikian surat ini disampaikan, atas kesediaan Bapak/Ibu diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 31 Januari 2022
Ketua Jurusan,



Muhammad Ryan Fahlevi M.M
NIP 19920829 201903 1 007

12/9/2021

IZIN PRASURVEY



**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

Nomor : B-2487/In.28/J/TL.01/08/2021
 Lampiran : -
 Perihal : **IZIN PRASURVEY**

Kepada Yth.,
 PIMPINAN KSPPS DANA
 PURNAMA MANDIRI
 di-
 Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka penyelesaian Tugas Akhir/Skripsi, mohon kiranya Saudara berkenan memberikan izin kepada mahasiswa kami, atas nama :

Nama : **WIWIK KURNIA**
 NPM : 1804100109
 Semester : 7 (Tujuh)
 Jurusan : S1 Perbankan Syariah
 STRATEGI PERSONAL SELLING DI KSPPS DANA
 PURNAMA MANDIRI DALAM PERSPEKTIF ETIKA
 Judul : **BISNIS ISLAM (STUDI KASUS: KSPPS DANA
 PURNAMA MANDIRI, 21 D YOSOMULYO, KOTA
 METRO)**

untuk melakukan prasurvey di KSPPS DANA PURNAMA MANDIRI, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi.

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 23 Agustus 2021
 Ketua Jurusan,



Muhammad Ryan Fahlevi M.M
 NIP 19920829 201903 1 007



KOPERASI SIMPAN PINJAM DAN PEMBIAYAAN SYARIAH

BMT DANA PURNAMA MANDIRI Syariah

Alamat : Jln. Wolter Monginsidi No. 119 Kel. Yosomulyo - Metro Pusat

KOTA METRO - LAMPUNG

Metro, 07 Januari 2022

Nomor : 039/DPM-SK/I/2022

Lampiran : -

Hal : Balasan Permohonan Izin Prasurvey

Kepada Yth.
Ketua Jurusan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Metro
Di – Tempat

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Menindaklanjuti surat No. B-2487/In.28/J/TL.01/08/2021 perihal Permohonan Izin Prasurvey di KSPPS Dana Purnama Mandiri yang Bapak / Ibu ajukan kepada kami atas nama:

Nama : Wiwik Kurnia

NPM : 1804100109

Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Telah kami setuju untuk mengadakan kegiatan Prasurvey di KSPPS Dana Purnama Mandiri Syariah dengan Judul "STRATEGI PERSONAL SELLING DI KSPPS DANA PURNAMA MANDIRI DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (STUDI KASUS KSPPS DANA PURNAMA MANDIRI SYARIAH)"

Demikian surat ini kami sampaikan, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Hormat Kami,

KSPPS Dana Purnama Mandiri Syariah



(DESI DAMAYANTI)
Manager

ALAT PENGUMPUL DATA (APD)

STRATEGI PERSONAL SELLING DI KSPPS DANA PURNAMA
MANDIRI DALAM PRESPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM
(STUDY KASUS: KSPPS DANA PURNAMA MANDIRI 21
D, YOSOMULYO, KOTA METRO)

A. WAWANCARA

1. Wawancara kepada manager
 - a. Apa yang saudara ketahui tentang strategi personal selling?
 - b. Bagaimana strategi personal selling yang diterapkan?
 - c. Apa tujuan menerapkan strategi personal selling?
 - d. Bagaimana peran marketing dalam menjalankan strategi personal selling?
 - e. Bagaimana poses personal selling yang dilakukan oleh tenaga marketing dalam proses pendekatan, presentasi, dan menutup?
2. Wawancara kepada marketing
 - a. Apa yang saudara ketahui tentang strategi personal selling?
 - b. Bagaimana cara menawarkan produk KSPPS pada nasabah?
 - c. Bagaimana cara pendekatan, presentasi dan menutup?
 - d. Strategi apa saja yang digunakan dalam menjelaskan produk?
3. Wawancara kepada nasabah
 - a. Apakah saudara nasabah KSPPS Dana Purnama Mandiri?
 - b. Produk apa yang saudara gunakan?
 - c. Bagaimana tanggapan saudara tentang proses personal selling yang marketing lakukan dalam proses pendekatan, presentasi dan menutup?

B. DOKUMENTASI

- a. Data tentang profil KSPPS Dana Purnama Mandiri
- b. Data jumlah nasabah KSPPS Dana Purnama Mandiri
- c. Struktur Organisasi KSPPS Dana Purnama Mandiri

Menyetujui
Pembimbing


M. Riyan Fahlevi, M.M
NIP. 199208292019031007

Metro, April 2022
Peneliti


Wiwik Kurnia
1804100109



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) JURAI SIWO METRO**

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : stainjusi@stainmetro.ac.id Website : www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Wiwik Kurnia

Jurusan/Prodi : FEBI / S1-Perbankan Syariah

NPM : 1804100109

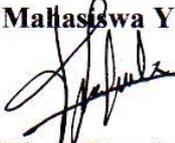
Semester/TA : VIII/ 2022

No.	Hari/Tanggal	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	13/april 22.	Ace Add dan Outline	

Dosen Pembimbing,


M. Ryan Fahley M.M
NIP. 199208292019031007

Mahasiswa Ybs,


Wiwik Kurnia
NPM. 1804100109

6/9/2022

IZIN RESEARCH



**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

Nomor : B-1549/In.28/D.1/TL.00/05/2022
 Lampiran : -
 Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
 PIMPINAN KSPPS DANA
 PURNAMA MANDIRI
 di-
 Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-1550/In.28/D.1/TL.01/05/2022, tanggal 20 Mei 2022 atas nama saudara:

Nama : **WIWIK KURNIA**
 NPM : 1804100109
 Semester : 8 (Delapan)
 Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di KSPPS DANA PURNAMA MANDIRI, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI PERSONAL SELLING DI KSPPS DANA PURNAMA MANDIRI DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (STUDY KASUS: KSPPS DANA PURNAMA MANDIRI 21D, YOSOMULYO, KOTA METRO)".

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 20 Mei 2022
 Wakil Dekan Akademik dan
 Kelembagaan,



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



KOPERASI SIMPAN PINJAM DAN PEMBIAYAAN SYARIAH
BMT DANA PURNAMA MANDIRI Syariah

Alamat : Jln. Wolter Monginsidi No. 119 Kel. Yosomulyo - Metro Pusat
KOTA METRO - LAMPUNG

Metro, 15 Juni 2022

Nomor : 22/DPM-SK/VI/2022
 Lampiran : -
 Hal : Balasan Permohonan Izin Research

Kepada Yth.
 Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan
 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
 IAIN Metro
 Di – Tempat

Assalamu’alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Menanggapi surat No: B-1549/In.28/D.1/TL.00/05/2022 perihal Permohonan Izin Research di KSPPS Dana Purnama Mandiri yang Bapak / Ibu ajukan kepada kami atas nama:

Nama : Wiwik Kurnia

NPM : 1804100109

Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Telah kami setuju untuk mengadakan kegiatan Prasurvey di KSPPS Dana Purnama Mandiri Syariah dengan Judul “ STRATEGI PERSONAL SELLING DI KSPPS DANA PURNAMA MANDIRI DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (STUDI KASUS KSPPS DANA PURNAMA MANDIRI SYARIAH, YOSOMULYO, METRO) “

Demikian surat ini kami sampaikan, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Hormat Kami,

KSPPS Dana Purnama Mandiri Syariah


(DESI DAMAYANTI)
Manager

6/9/2022

SURAT TUGAS



**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: B-1550/In.28/D.1/TL.01/05/2022

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama : **WIWIK KURNIA**
NPM : 1804100109
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di KSPPS DANA PURNAMA MANDIRI, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI PERSONAL SELLING DI KSPPS DANA PURNAMA MANDIRI DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (STUDY KASUS: KSPPS DANA PURNAMA MANDIRI 21D, YOSOMULYO, KOTA METRO)".
 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 : 20 Mei 2022

Mengetahui,
Pejabat Setempat



Siti Zulaikha S. Ag, MH

Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



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



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN**

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
M E T R O Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-710/In.28/S/U.1/OT.01/06/2022**

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

Nama : WiWik Kurnia
NPM : 1804100109
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2021 / 2022 dengan nomor anggota 1804100109

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas administrasi Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 08 Juni 2022
Kepala Perpustakaan



As'ad
Dr. As'ad, S. Ag., S. Hum., M.H.
NIP.19750505 200112 1 002



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara 15A Iringmulyo, Metro Timur, Kota Metro, Lampung, 34111
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa;

Nama : Wiwik Kurnia
NPM : 1804100109
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Adalah benar-benar telah mengirimkan naskah Skripsi berjudul **Strategi Personal Selling di KSPPS Dana Purnama Mandiri Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Study Kasus: KSPPS Dana Purnama Mandiri 21 D, Yosomulyo, Kota Metro)** untuk diuji plagiasi. Dan dengan ini dinyatakan **LULUS** menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan **Score 11%**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 23 Juni 2022
Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah



Muhammad Ryan Fahlevi
NIP.199208292019031007

DOKUMENTASI



Wawancara Bersama Manager Ibu. Desi Damayanti



Wawancara Bersama Marketing Riski Prasanti



Wawancara Bersama Marketing Yohana Safitri



Wawancara Bersama Nasabah KSPPS Dana Purnama Mandiri



RIWAYAT HIDUP PENELITI



Peneliti dilahirkan di Kota Metro pada tanggal 10 Mei 2000, anak Pertama dari dua bersaudara pasangan Bapak Samsuri dan Ibu Dewi Astuti.

Pendidikan pertama yang peneliti tempuh di TK Pembina Metro lulus tahun 2006, kemudian melanjutkan Pendidikan Dasar peneliti tempuh di MIN 3 Metro lulus tahun 2012. Kemudian peneliti melanjutkan Pendidikan di SMP Negeri 8 Metro Utara lulus tahun 2015. Pada jenjang menengah atas peneliti melanjutkan di SMA Negeri 5 Metro lulus tahun 2018. Kemudian melanjutkan ke jenjang S1 di IAIN Metro Jurusan S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) mulai tahun 2018 sampai sekarang.