

IMPLEMENTASI *PERSONAL SELLING*
GUNA MENINGKATKAN MINAT MENABUNG NASABAH
STUDI KASUS PT. BANK MUAMALAT KCP KEPANJEN

SKRIPSI

DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI PERSYARATAN
MEMPEROLEH GELAR SARJANA



UNIVERSITAS ISLAM
RADEN RAHMAT

Disusun Oleh:

MAS NUR CHAYATI (21602021014)

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARI'AH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS ISLAM RADEN RAHMAT MALANG

2025

IMPLEMENTASI *PERSONAL SELLING*
GUNA MENINGKATKAN MINAT MENABUNG NASABAH
STUDI KASUS PT. BANK MUAMALAT KCP KEPANJEN

SKRIPSI

DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI PERSYARATAN
MEMPEROLEH GELAR SARJANA



UNIVERSITAS ISLAM
RADEN RAHMAT

Disusun Oleh:

MAS NUR CHAYATI (21602021014)

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARI'AH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS ISLAM RADEN RAHMAT MALANG

2025

UNIVERSITAS ISLAM
RADEN RAHMAT

TANDA PERSETUJUAN



YAYASAN PERGURUAN TINGGI ISLAM RADEN RAHMAT

UNIVERSITAS ISLAM RADEN RAHMAT

FAKULTAS EKONOMI & BISNIS

InspirIng, Excellent, Humble

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Implementasi personal selling guna meningkatkan minat menabung
 Disusun oleh : Mas Nur Chayati
 NIM : 21602021014
 Prodi : Ekonomi Syariah
 Konsentrasi :

Telah diperiksa dan disetujui untuk dipertahankan

Didepan tim penguji

Malang, 28 Mei 2025

Mengetahui & menyetujui

Kaprodi,

(Yuliyanti M. Wani, WSi)

NIDN. 0719078201

Pembimbing,

(Ana Nurzakidh M.E.1)

NIDN. 0715118602

UNIVERSITAS ISLAM

RADEN RAHMAT

Lantai II, Gedung K.H. Mahmud Zubaidi, Jalan Raya Mojopari 02, Kepanjen – Malang Jawa Timur
 Telp: (0341) 399099 – Kode POS, 65163 Email: feb@uniramalang.ac.id Website: <http://www.feb.uniramalang.ac.id>

HALAMAN PENGESAHAN

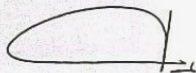
TANDA PENGESAHAN

TELAH DIPERTAHANKAN DI DEPAN MAJELIS PENGUJI SKRIPSI, PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS, UNIVERSITAS ISLAM RADEN RAHMAT MALANG:

NAMA : Mas Nur Chayati
NIM : 21602021014
HARI : Senin
TANGGAL : 09 Juni 2025
JUDUL : Implementasi Personal Selling Guna Meningkatkan Minat Menabung Nasabah (Studi Kasus Bank Muamalat KCP Kepanjen)

DINYATAKAN LULUS

MAJELIS PENGUJI



A. Fahrurrozi, M.Hi
NIDN. 0727098606



Yuliyanti M Manan, S.E.I., M.Si
NIDN. 0719078201



Ana Nurwakhidah, M.El
NIDN. 0715118602

MENGESAHKAN,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Islam Raden Rahmat Malang
Dekan,



Dr. M. Yusuf Azwar Anas, S.E., M.M
NIDN. 0713047901

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT, karya sederhana ini saya persembahkan untuk:

1. kedua orang tua yang telah menjadi sumber kekuatan, doa yang tak pernah putus, dan kasih sayang yang tak ternilai. Terimakasih atas segala pengorbanan, dukungan, dan cinta yang tiada henti.
2. Adikku tersayang, yang selalu memberi semangat dengan caranya sendiri. Terimakasih telah menjadi penyemangat dan tempat berbagi cerita di setiap perjalanan ini.
3. Sahabat dan teman seperjuangan, yang telah hadir memberi warna, tawa, dan semangat dalam setiap langkah. Terimakasih atas kebersamaan, bantuan, dan kenangan yang tak akan pernah lupa.
4. Diriku sendiri, terimakasih karena telah bertahan sejauh ini. Terimakasih karena telah berjuang, tidak menyerah, dan tetap berdiri meski sering ingin berhenti. Semoga langkah kecil ini menjadi awal dari banyaknya hal baik lainnya.



UNIVERSITAS ISLAM
RADEN RAHMAT

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mas Nur Chayati

NIM :21602021014

Program Studi :Ekonomi Syariah

Judul Skripsi :Implementasi Personal Selling Guna Meningkatkan Minat Menabung Nasabah (Studi Kasus PT. Bank Muamalat KCP Kepanjen)

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun adalah hasil karya saya sendiri. Seluruh sumber yang digunakan dalam penulisan ini telah saya cantumkan sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiarisme atau ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Islam Raden Rahmat Malang.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan penuh tanggungjawab.

Malang, 26 Juli 2025

Hormat Saya,



Mas Nur Chayati

UNIVERSITAS ISLAM
RADEN RAHMAT

ABSTRAK

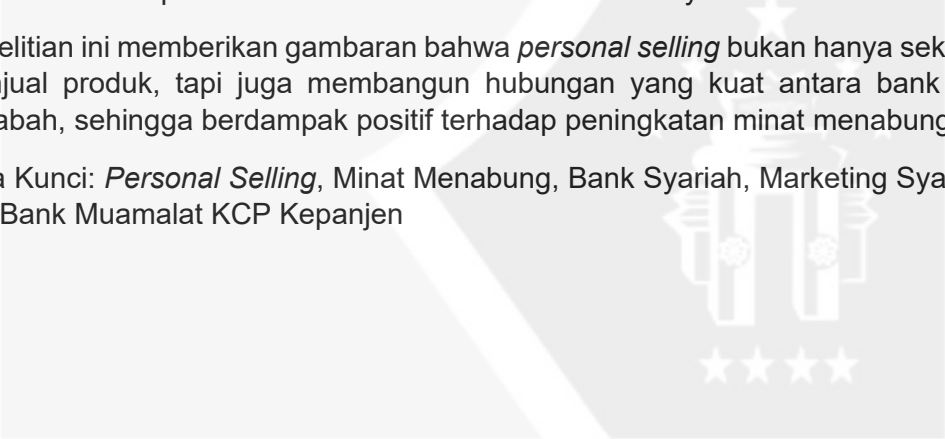
Chayati, Mas nur. implementasi *personal selling* Guna Meningkatkan Minat Menabung Nasabah (studi kasus PT. Bank Muamalat KCP Kepanjen) (Pembimbing: Ana Nurwakhidah, M.E.I)

Penelitian ini membahas tentang bagaimana strategi *personal selling* diterapkan oleh PT. Bank Muamalat KCP Kepanjen untuk meningkatkan minat menabung nasabah. Di tengah persaingan perbankan yang semakin ketat, pendekatan pemasaran langsung seperti *personal selling* jadi salah satu strategi penting untuk menarik perhatian calon nasabah. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Data diperoleh melalui wawancara mendalam dan dokumentasi yang dilakukan langsung kepada pihak bank dan nasabah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi *personal selling* di Bank Muamalat KCP Kepanjen dilakukan melalui pendekatan langsung kepada calon nasabah, baik di dalam maupun luar kantor, serta menggunakan teknik Problem–Solution–Support (PSS). Strategi ini memungkinkan tenaga pemasar untuk memahami kebutuhan nasabah secara lebih personal, menawarkan solusi yang sesuai, dan membangun kepercayaan secara bertahap. Dari sisi syariah, pendekatan ini juga sudah sesuai dengan prinsip marketing syariah yang mengedepankan kejujuran, etika, dan transparansi. Selain itu, ditemukan beberapa faktor pendukung seperti pelatihan SDM dan dukungan manajemen, serta kendala seperti keterbatasan waktu dan sumber daya.

Penelitian ini memberikan gambaran bahwa *personal selling* bukan hanya sekadar menjual produk, tapi juga membangun hubungan yang kuat antara bank dan nasabah, sehingga berdampak positif terhadap peningkatan minat menabung.

Kata Kunci: *Personal Selling*, Minat Menabung, Bank Syariah, Marketing Syariah, PT. Bank Muamalat KCP Kepanjen



UNIVERSITAS ISLAM
RADEN RAHMAT

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'alamin puji Syukur peneliti sampaikan kepada Allah SWT. Yang telah melimpahkan Rahmat dan Hidayah-Nya, berupa kesempatan dan pengetahuan, sehingga peneliti bisa menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “implementasi *personal selling* Guna Meningkatkan Minat Menabung Nasabah (studi kasus PT. Bank Muamalat KCP Kepanjen)”.

Sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. yang telah menuntun kita dari jalan kegelapan menuju jalan yang terang yakni Addinul Islam Wal Iman.

Tujuan dalam penulisan skripsi ini adalah sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana, sekaligus untuk menambah wawasan serta pengetahuan dan pengalaman peneliti sendiri maupun bagi pembaca. Selama proses pembuatan skripsi ini, peneliti menyadari bahwa dalam proses tersebut tidaklah terlepas dari bantuan, bimbingan, dorongan dan motivasi dari berbagai pihak, sehubungan dengan itupada kesempatan ini peneliti ingin memberikan penghargaan dan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak KH. Imron Rosyadi Hamid, S.E,M.S.I selaku Rektor Universitas Islam Raden Rahmat Malang yang telah memberikan dukungan dan motivasi kepada seluruh mahasiswa, khususnya peneliti sehingga peneliti bisa termotivasi untuk menyelesaikan kewajiban sebagai mahasiswa.
2. Bapak M. Yusuf Azwar Anaz, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberi dukungan penuh atas adanya program penulisan skripsi ini.

3. Ibu Yulianti M. Manan, M.S.I selaku Kepala Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan arahan dan motivasi sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Ika Rinawati, S.E,M.E selaku Wakil Kepala Program Studi Ekonomi dan Bisnis dan Dosen Pengampu Mata Kuliah Metode Penelitian, yang telah memberikan arahan dan motivasi sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Ana Nurwakhidah, M.E.I, selaku Dosen Pembimbing yang telah sabar dan telaten dengan memberi arahan dan motivasi yang tinggi dari awal penulisan skripsi sampai dengan terselesaikannya skripsi ini dengan baik.
6. Bapak A. Fahrur Rozi, M.HI selaku Dosen Penguji ujian skripsi yang telah sabar mengarahkan dan memberi motivasi agar peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu.
7. Segenap Bapak/Ibu Dosen Program Studi Ekonomi Syariah yang penuh dengan kesabaran dan keikhlasan dalam memberikan ilmunya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan Pendidikan ini.
8. Terimakasih secara khusus peneliti sampaikan kepada kedua orangtua dan adik tercinta, yang telah memberikan semangat, doa, motivasi dan biaya dalam menempuh Pendidikan ini.
9. Teman-teman seperjuangan Ekonomi Syariah Angkatan 2021 yang telah mendukung dan saling menyemangati untuk selalu berjuang bersama hingga akhirnya kesuksesan akan menghampiri kita semua.

Dalam penulisan skripsi ini peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan kesalahan. Maka dari itu, peneliti berlapang dada menerima kritik dan saran demi terciptanya penulisan yang lebih baik lagi dimasa yang akan datang. Demikian kata pengantar yang dapat peneliti sampaikan, semoga hasil dari penelitian ini bisa bermanfaat untuk para pembaca pada umumnya. Semoga Allah SWT. senantiasa menunjukkan jalan yang lurus Aaamiiiiinnnn

Malang, 01 Februari 2025

Mas Nur Chayati



UNIVERSITAS ISLAM
RADEN RAHMAT

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
TANDA PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.1.1 Presentase Minat Menabung Nasabah.....	5
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Bagi Peneliti.....	9
1.4.2 Bagi Pembaca.....	9
1.4.3 Bagi Perusahaan.....	9
BAB II	10
KAJIAN PUSTAKA	10
2.1 Kajian Empiris	10
2.1.1 Tabel Penelitian Terdahulu.....	10
2.1.2 Hubungan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Peneliti.....	13
2.2 Kajian Teoritis	16
2.2.1 Pemasaran.....	16
2.2.2 Pemasaran Syariah.....	24
2.2.3 Promosi dan Bauran.....	27
2.2.4 Minat.....	30
2.2.5 Bank.....	33
2.6 Kerangka Berpikir	38

BAB III	39
METODE PENELITIAN.....	39
3.1 Rancangan Penelitian.....	39
3.2 Lokasi dan Waktu	39
3.3 Fokus Penelitian	40
3.3.1 Penerapan <i>personal selling</i> di PT. Bank muamalat KCP Kepanjen guna meningkatkan minat menabung nasabah	40
3.3.2 <i>Personal selling</i> dalam perspektif marketing syariah.....	40
3.3.3 Faktor apa saja yang mendukung / menghambat implkementasi <i>personal selling</i> dengan minat menabung nasabah PT. Bank muamalat di KCP Kepanjen	40
3.4 Sumber data.....	41
3.4.1 Data Primer:	41
3.4.2 Data Sekunder :	41
3.5 Metode Pengumpulan data.....	42
3.5.1 Wawancara Mendalam	42
3.5.2 Studi Dokumentasi	43
3.6 Teknik Analisis Data	43
3.7 Keabsahan data	46
3.8 Instrumen Penelitian	47
BAB IV	48
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
4.1 Hasil Penelitian	48
4.1.1 Profil dan Sejarah Bank Muamalat KCP Kepanjen.....	48
4.2 Wawancara Dengan Tenaga Pemasar Dan Manajemen Bank	55
4.2.1 Implementasi <i>Personal Selling</i>	55
4.2.2 <i>Personal Selling</i> dalam Perspektif Marketing Syariah.....	64
4.2.3 Faktor Pendukung <i>Personal Selling</i>	71
4.3 Wawancara Dengan Nasabah	79
4.3.1 Pengaruh <i>Personal Selling</i> Terhadap Minat Menabung.....	79
4.3.2 <i>Personal Selling</i> Dalam Perspektif Syariah.....	92
4.3.3 Faktor Pendukung Dalam Menabung	104
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	115
4.4.1 penerapan <i>personal selling</i> di PT. Bank muamalat KCP Kepanjen guna meningkatkan minat menabung nasabah	115

4.4.2 personal selling dalam perspektif marketing syariah	118
4.4.3 Faktor yang mendukung implementasi <i>personal selling</i> dengan minat menabung nasabah PT. Bank muamalat di KCP Kepanjen.....	121
BAB V	123
KESIMPULAN DAN SARAN	123
5.1 Kesimpulan	123
5.1.1 penerapan <i>personal selling</i> di PT. Bank muamalat KCP Kepanjen guna meningkatkan minat menabung nasabah	123
5.1.2 personal selling dalam perspektif marketing syariah	123
5.1.3 Faktor yang mendukung implementasi <i>personal selling</i> dengan minat menabung nasabah PT. Bank muamalat di KCP Kepanjen.....	124
5.2 Saran.....	124
DAFTAR PUSTAKA.....	126

UNIVERSITAS ISLAM
RADEN RAHMAT

DAFTAR GAMBAR

<i>Gambar 1 Kerangka Berpikir</i>	38
<i>Gambar 2 Struktur Organisasi</i>	53



UNIVERSITAS ISLAM
RADEN RAHMAT

DAFTAR TABEL

<i>Tabel 1 Presentase Minat Menabung Nasabah</i>	<i>6</i>
<i>Tabel 2 Penelitian Terdahulu</i>	<i>13</i>



UNIVERSITAS ISLAM
RADEN RAHMAT

DAFTAR LAMPIRAN

<i>Lampiran 1 Pedoman Wawancara Dengan Pihak Bank</i>	131
<i>Lampiran 2 Pedoman Wawancara Dengan Nasabah</i>	132
<i>Lampiran 3 Surat Izin Penelitian</i>	133
<i>Lampiran 4 Surat Persetujuan Penelitian</i>	134
<i>Lampiran 5 Wawancara Dengan Ibu Fitri Branch Manager</i>	135
<i>Lampiran 6 Wawancara Dengan Bapak Tyo Branch Operation Manager</i>	135
<i>Lampiran 7 Wawancara Dengan Ibu Rieke Customer Service</i>	136
<i>Lampiran 8 Wawancara Dengan Nasabah 1. Bapak Sugianto</i>	136
<i>Lampiran 9 Wawancara Dengan Nasabah 2. Ibu Yakinah</i>	137
<i>Lampiran 10 Wawancara Dengan Nasabah 3. Ibu Rita</i>	137
<i>Lampiran 11 Wawancara Dengan Nasabah 4. Pak Ade</i>	138
<i>Lampiran 12 Wawancara Dengan Nasabah 5. Kak Rosi</i>	138
<i>Lampiran 13 Wawancara Dengan Nasabah 6. Kak Fina</i>	139
<i>Lampiran 14 Wawancara Dengan Nasabah 7. Kak Vika</i>	139
<i>Lampiran 15 Wawancara Dengan Nasabah 8. Kak Faizah</i>	140
<i>Lampiran 16 Wawancara Dengan Nasabah 9. Ibu Nikmah</i>	140
<i>Lampiran 17 Wawancara Dengan Nasabah 10. Kak Silvi</i>	141
<i>Lampiran 18 Data Informan Wawancara Pihak Bank</i>	142
<i>Lampiran 19 Data Informan Wawancara Nasabah</i>	142
<i>Lampiran 20 CURICULUM VITAE</i>	143



UNIVERSITAS ISLAM
RADEN RAHMAT

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan, yang telah mengalami beberapa perubahan dengan yang terbaru melalui Undang-Undang Nomor 4 Tahun 2023 tentang Pengembangan dan Penguatan Sektor Keuangan, bank didefinisikan sebagai badan usaha yang bertugas menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan, kemudian menyalurkannya kembali dalam bentuk kredit, pembiayaan, atau bentuk lainnya dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Sementara itu, bank umum merupakan jenis bank yang menjalankan kegiatan usahanya secara konvensional maupun berbasis prinsip syariah, serta memberikan berbagai layanan yang berkaitan dengan lalu lintas pembayaran (*Bank Umum*, 2025).

Perbedaan mendasar antara bank konvensional dan bank syariah tidak hanya terletak pada jenis pelayanannya, tetapi juga pada penggunaan istilah bunga dan bagi hasil. Bank syariah tidak mengenal sistem bunga, melainkan menerapkan prinsip bagi hasil, yaitu pembagian keuntungan berdasarkan persentase yang telah disepakati bersama. Perbankan syariah memiliki lebih banyak aturan dibandingkan dengan bank konvensional. Jika dalam bank konvensional hanya dikenal satu bentuk kesepakatan yang disebut kredit, maka dalam bank syariah terdapat beragam bentuk kesepakatan yang dikenal sebagai “akad”. Setiap produk yang ditawarkan oleh bank syariah memiliki akad yang berbeda, sesuai dengan karakteristik dan tujuan dari produk tersebut (Nurwakhidah, 2020).

Keberadaan bank syariah di Indonesia hingga saat ini, di tengah persaingan dengan bank konvensional, sejak awal dimaksudkan untuk memberikan alternatif atau solusi yang efektif melalui sistem perbankan yang berlandaskan pada prinsip-prinsip syariah Islam. Hal ini ditujukan bagi masyarakat Muslim yang menginginkan layanan perbankan yang sejalan dengan ajaran agama Islam (Ibrahim, 2022). Meningkatnya intensitas persaingan antar bank mendorong bank syariah untuk terus berupaya mewujudkan komitmen yang kuat serta menciptakan kepuasan bagi nasabah dalam menggunakan layanan yang mereka tawarkan. Al-Qur'an menjelaskan, adanya perintah untuk mencatat setiap transaksi yang dilakukan, sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا تَدَانَيْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَى أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ وَلْيَكْتُب بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ وَلَا يَأْب كَاتِبٌ أَنْ يَكْتُبَ كَمَا عَلَّمَهُ اللَّهُ فَلْيَكْتُبْ وَلْيُمْلِلِ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا يَبْخَسْ مِنْهُ شَيْئًا فَإِنْ كَانَ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ سَفِيهًا أَوْ ضَعِيفًا أَوْ لَا يَسْتَطِيعُ أَنْ يُمِلَّ هُوَ فَلْيُمْلِلْ وَلِيُّهُ بِالْعَدْلِ وَاسْتَشْهِدُوا شَهِيدَيْنِ مِنْ رِجَالِكُمْ فَإِنْ لَمْ يَكُونَا رَجُلَيْنِ فَرَجُلٌ وَامْرَأَتَانِ مِمَّنْ تَرْضَوْنَ مِنَ الشُّهَدَاءِ أَنْ تَضِلَّ إِحْدَاهُمَا فَتُذَكِّرَ إِحْدَاهُمَا الْأُخْرَىٰ وَلَا يَأْب الشُّهَدَاءُ إِذَا مَا دُعُوا وَلَا تَسْمَنُوا أَنْ تَكْتُبُوهُ صَغِيرًا أَوْ كَبِيرًا إِلَىٰ أَجَلِهِ ذَلِكُمْ أَقْسَطُ عِنْدَ اللَّهِ وَأَقْوَمُ لِلشُّهَدَةِ وَأَدْنَىٰ أَلَّا تَرْتَابُوا إِلَّآ أَنْ تَكُونَ جَارَةً حَاضِرَةً تُدِيرُوكُنَّ بَيْنَكُمْ فَلَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَلَّا تَكْتُبُوهَا وَأَشْهِدُوا إِذَا تَبَايَعْتُمْ وَلَا يُضَارَ كَاتِبٌ وَلَا شَهِيدٌ وَإِنْ تَفْعَلُوا فَإِنَّهُ فُسُوقٌ بِكُمْ وَاتَّقُوا اللَّهَ وَيُعَلِّمُكُمُ اللَّهُ وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ

“Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. Dan hendaklah seorang peneliti di antara kamu menuliskannya dengan benar. Dan janganlah peneliti dengan menuliskannya sebagaimana Allah mengajarkannya, maka hendaklah ia menulis, dan hendaklah orang yang berhutang itu mengimlakkan (apa yang akan ditulis itu), dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya, dan janganlah ia mengurangi sedikitpun daripada hutangnya. Jika yang berhutang itu orang yang lemah akalnya atau lemah (keadaannya) atau dia sendiri tidak mampu mengimlakkan, maka hendaklah walinya mengimlakkan dengan jujur. Dan persaksikanlah dengan dua orang saksi dari orang-orang lelaki (di antaramu). Jika tak ada dua orang lelaki, maka (boleh) seorang lelaki dan dua orang perempuan dari saksi-saksi yang kamu ridhai, supaya jika seorang lupa maka yang seorang mengingatkannya. Janganlah saksi-saksi itu enggan (memberi

keterangan) apabila mereka dipanggil; dan janganlah kamu jemu menulis hutang itu, baik kecil maupun besar sampai batas waktu membayarnya. Yang demikian itu, lebih adil di sisi Allah dan lebih menguatkan persaksian dan lebih dekat kepada tidak (menimbulkan) keraguanmu. (Tulislah muamalahmu itu), kecuali jika muamalah itu perdagangan tunai yang kamu jalankan di antara kamu, maka tidak ada dosa bagi kamu, (jika) kamu tidak menulisnya. Dan persaksikanlah apabila kamu berjual beli; dan janganlah peneliti dan saksi saling sulit menyulitkan. Jika kamu lakukan (yang demikian), maka sesungguhnya hal itu adalah suatu kefasikan pada dirimu. Dan bertakwalah kepada Allah; Allah mengajarmu; dan Allah Maha Mengetahui segala sesuatu".QS. Al-Baqarah [2] : 282(Hadits, 2024).

Promosi menjadi salah satu elemen penting yang berperan dalam menunjang keberhasilan penjualan. Dengan melakukan promosi, perusahaan dapat memperkenalkan produknya kepada khalayak, membangun kesadaran konsumen terhadap produk tersebut, serta menyampaikan berbagai manfaat yang ditawarkannya. Menurut Kotler dan Keller dalam Rawis et al.,(2022), komunikasi pemasaran atau promosi merupakan sarana yang digunakan perusahaan untuk menyampaikan informasi, membujuk, dan mengingatkan konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung mengenai produk dan merek yang mereka miliki.

Personal selling merupakan aktivitas yang secara rutin dilakukan oleh PT. Bank Muamalat KCP Kepanjen dalam rangka menawarkan produk kepada konsumen. Kegiatan ini dijalankan oleh tenaga pemasar melalui metode *canvassing* maupun pendekatan langsung di kantor. *Personal selling* memiliki potensi besar untuk mendapatkan respons secara cepat, karena memungkinkan pihak bank untuk secara langsung memahami kondisi nasabah, situasi serta lingkungan mereka, termasuk ekspresi wajah dan bahasa tubuh. Seluruh aspek tersebut sangat berpengaruh dalam membuka peluang terjadinya transaksi penjualan. Dari aktivitas ini, kita memperoleh data yang akurat tentang nasabah(Christy Chandra, 2024). Dalam *personal selling* (penjualan langsung), terjadi interaksi langsung antara tenaga

pemasaran dan pelanggan akhir, yang memungkinkan terjalannya kontak langsung. Melalui kontak tersebut, berbagai informasi penting dapat digali untuk mendukung kegiatan pemasaran lainnya. Melalui penerapan *personal selling* (penjualan pribadi) yang berbasis nilai-nilai Islam, perusahaan dalam jangka panjang akan merasakan dampak positif, di mana citra perusahaan akan dipersepsikan dengan baik oleh pelanggan dan masyarakat, yang pada gilirannya akan meningkatkan penjualan perusahaan tersebut.

Minat dapat diartikan sebagai dorongan atau motivasi internal yang kuat yang mendorong seseorang untuk bertindak, di mana dorongan tersebut timbul akibat rangsangan serta adanya perasaan positif terhadap suatu produk atau jasa. Selain dipengaruhi oleh faktor dari dalam diri, minat seseorang untuk berkunjung juga ditentukan oleh faktor eksternal, seperti lingkungan sosial dan strategi pemasaran yang diterapkan oleh perusahaan, dan faktor sosial budaya (Yandi et al., 2023).

Herzberg (1959) dikenal sebagai salah satu tokoh dalam bidang manajemen dan motivasi, yang memperkenalkan konsep Dua Faktor dalam teorinya, yaitu faktor motivator yang merupakan faktor intrinsik (dari dalam diri) dan faktor hygiene yang bersifat ekstrinsik (dari luar diri). Teori Motivasi Dua Faktor Herzberg menjelaskan bahwa motivasi berasal dari dorongan internal individu. Dorongan ini muncul dari keinginan pribadi untuk melakukan suatu tindakan, disertai niat untuk terus melanjutkan tindakan tersebut hingga mencapai keberhasilan (Yashak et al., 2020).

PT Bank Muamalat adalah bank umum pertama di Indonesia yang mengadopsi sistem perbankan berbasis syariah. Meskipun harus bersaing dengan berbagai bank lain yang dimiliki oleh pemerintah maupun korporasi besar, Bank Muamalat tetap mampu mempertahankan eksistensinya di tengah ketatnya persaingan industri perbankan. Keberlanjutan ini membuat

posisinya tetap dianggap signifikan dan diperhitungkan dalam dunia perbankan nasional. Namun, dalam situasi persaingan yang semakin intens, strategi personal selling dan kualitas pelayanan yang ditawarkan oleh PT Bank Muamalat masih sedikit di bawah beberapa kompetitor lainnya (Sinaga et al., 2020).

Perbankan syariah di Indonesia terus berkembang sejalan dengan meningkatnya pemahaman masyarakat terhadap prinsip-prinsip ekonomi Islam. Sebagai pelopor bank syariah di Indonesia, Bank Muamalat memegang peran strategis dalam menyediakan layanan keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah (Sinaga et al., 2020). Salah satu faktor penting yang menunjukkan daya tarik serta tingkat kepercayaan masyarakat terhadap sebuah bank adalah minat menabung, yang bisa dilihat dari laporan keuangan. Laporan keuangan menjadi indikator utama dalam menilai kinerja bank, khususnya terkait jumlah dana pihak ketiga (DPK) yang meliputi tabungan dan deposito.

Dengan membandingkan laporan keuangan di Bank Muamalat dengan bank syariah lainnya, kita dapat menganalisis bagaimana strategi pemasaran, khususnya implementasi personal selling, berpengaruh terhadap peningkatan minat menabung nasabah. Akan disajikan perbandingan laporan keuangan Bank Muamalat dan beberapa bank syariah lain, khususnya terkait pertumbuhan tabungan dan dana pihak ketiga (DPK). Analisis ini akan membantu memahami efektivitas strategi personal selling dalam meningkatkan jumlah nasabah dan dana simpanan di Bank Muamalat.

1.1.1 Presentase Minat Menabung Nasabah

Laporan keuangan yang diambil penulis sebagai analisis penelitian dalam menentukan jumlah minat nasabah dapat diuraikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 1.1.1 Presentase Minat Menabung Nasabah

Nama	Tahun				
	2023	2022	2021	2020	2019
Tabungan Bank Muamalat	9,760,314	10,551,888	9,662,458	9,927,359	10,607,598
Tabungan Bank Syariah Indonesia	70,373,951	63,512,379	57,828,514	35,001,533	31,109,637
Deposito Bank Muamalat	25,097,902	24,799,711	23,263,969	21,846,375	27,504,797
Deposito Bank Syariah Indonesia	102,078,014	99,946,057	89,409,605	45,234,321	42,210,667

Tabel 1 Presentase Minat Menabung Nasabah

Dari tabel diatas maka dapat diketahui bahwa Bank Muamalat bisa bertahan, meskipun menghadapi persaingan ketat dari Bank lain. Oleh karena itu peneliti ingin mengetahui strategi *personal selling* yang ditawarkan kepada nasabah agar minat menabung di Bank Muamalat KCP Kepanjen.

PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk didirikan pada tahun 1991 dan mulai beroperasi pada Mei 1992. Pendirian bank ini diprakarsai oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan didukung oleh sejumlah pengusaha serta intelektual muslim. Bank Muamalat merupakan bank pertama di Indonesia yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip-prinsip syariah Islam. Meskipun demikian, dalam menjalankan operasionalnya, Bank Muamalat tetap mengikuti prosedur yang umum diterapkan oleh bank konvensional, selama tidak bertentangan dengan ketentuan syariah.

Perbankan syariah di Kepanjen, Malang telah mengalami kemajuan yang berarti, yang salah satunya dapat dilihat dari keberadaan PT Bank Muamalat. Pertumbuhan bank-bank syariah di Kepanjen mencerminkan

semakin meluasnya perkembangan perbankan syariah di Indonesia. Secara umum, bank syariah telah menarik minat masyarakat, termasuk masyarakat Kepanjen. Untuk memperkuat kehadiran dan daya saing bank syariah di Kepanjen, diperlukan upaya yang lebih intensif dari pihak perbankan syariah. Selain melakukan promosi yang efektif, penting juga untuk mengubah persepsi masyarakat mengenai perbankan syariah yang mungkin masih kurang dipahami. Dengan berkembangnya bank syariah di Kepanjen, perlu dilakukan kajian mengenai sejauh mana pemahaman masyarakat terhadap produk-produk bank syariah, terutama di wilayah ini.

PT. Bank Muamalat KCP Kepanjen dipilih sebagai objek penelitian karena posisinya sebagai salah satu bank syariah terkemuka yang terus berupaya meningkatkan kualitas pelayanannya, khususnya dalam menarik minat masyarakat untuk menabung.

Peneliti tertarik untuk mengkaji lebih mendalam mengenai implementasi personal selling karena strategi ini memiliki peran penting dalam mempengaruhi keputusan nasabah, terutama dalam industri perbankan. Namun, dalam pelaksanaannya, personal selling menghadapi tantangan tersendiri karena minat nasabah terhadap produk tabungan tidaklah sama. Setiap nasabah memiliki pola pikir dan pertimbangan yang berbeda-beda dalam mengambil keputusan. Perbedaan ini semakin terlihat ketika dibandingkan antara nasabah yang tinggal di daerah perkotaan dan pedesaan. Nasabah di kota cenderung lebih rasional dan mengutamakan kemudahan serta keuntungan, sedangkan nasabah di desa lebih mengandalkan kepercayaan dan pendekatan secara personal. Kondisi inilah yang menjadi alasan pentingnya memahami bagaimana personal selling diterapkan secara efektif sesuai karakteristik nasabah yang berbeda.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1.2.1 Bagaimana penerapan personal selling di PT. Bank muamalat KCP Kapanjen guna meningkatkan minat menabung nasabah?

1.2.2 Bagaimana personal selling dalam perspektif marketing syariah?

1.2.3 Faktor apa saja yang mendukung implementasi personal selling dengan minat menabung nasabah PT. Bank muamalat di KCP Kapanjen?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka dapat diketahui tujuan dari penelitian yaitu:

1.3.1 Untuk mengetahui dan memahami penerapan personal selling di PT. Bank muamalat KCP Kapanjen guna meningkatkan minat menabung nasabah?

1.3.2 Untuk mengetahui dan memahami personal selling dalam perspektif marketing syariah?

1.3.3 Untuk mengetahui faktor apa saja yang mendukung / menghambat implementasi personal selling dengan minat menabung nasabah PT. Bank muamalat di KCP Kapanjen?

UNIVERSITAS ISLAM
RADEN RAHMAT

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian diatas diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1.4.1 Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan memungkinkan peneliti untuk mengaplikasikan pengetahuan yang telah dipelajari sekaligus memperoleh pemahaman langsung mengenai permasalahan strategi pemasaran dalam konteks perbankan syariah.

1.4.2 Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dan memberikan kontribusi terhadap perkembangan ilmu pengetahuan, sekaligus menjadi sumber referensi bagi peneliti berikutnya.

1.4.3 Bagi Perusahaan

Kajian ini dapat berfungsi sebagai sumber informasi bagi karyawan PT. Bank Muamalat mengenai pentingnya penerapan personal selling dalam upaya meningkatkan minat menabung nasabah di PT. Bank Muamalat KCP Kepanjen.



UNIVERSITAS ISLAM
RADEN RAHMAT