

Model Transfer Pengetahuan untuk Meningkatkan Kinerja Penjualan Tenaga Pemasaran pada BTM Muhammadiyah Banyumas

Muchammad Agung Miftahuddin, Ugung Dwi Ario Wibowo, Alfalisyado

Universitas Muhammadiyah Purwokerto, Indonesia

*e-mail korespondensi: muchammadagung@gmail.com

Abstract

Science and Technology for Communities-MSMEs is intended to assist marketing personnel in modeling the process of Halal Product Transfer Knowledge to consumers. Partners in this activity are Account Officers (AO) or marketing personnel at BTM Muhammadiyah Banyumas. Through training and discussion methods, all 27 participants received an explanation of effective knowledge transfer techniques and models. In addition, in order to increase customer satisfaction, participants were given material on an excellent service system. Based on the results of the pre-test and post-test assessments of the trainees, there was a significant increase in understanding of the material presented. This is indicated by the increase in the average score of 6.6 at the pretest to 9.4 at the post test. Improving sales performance in the long term needs to support management decisions to improve compensation and implement a more effective monitoring system.

Keywords: Knowledge Transfer; Account Officers; Sales Performance

Abstrak

Ipteks Bagi Masyarakat-UMKM ini ditujukan untuk membantu tenaga pemasaran dalam pemodelan proses Transfer Pengetahuan Produk Halal (Halal Product Transfer Knowledge) kepada konsumen. Mitra dalam kegiatan ini adalah Account Officer (AO) atau tenaga pemasaran pada BTM Muhammadiyah Banyumas. Melalui metode pelatihan dan diskusi seluruh peserta yang berjumlah 27 orang mendapatkan penjelasan tentang Teknik dan model Transfer pengetahuan yang efektif. Selain itu, guna meningkatkan kepuasan pelanggan, peserta juga diberikan materi mengenai system pelayanan prima (Service excellent) atas produk-produk yang ditawarkan BTM. Berdasarkan catatan hasil penilaian melalui pretest dan post test, peserta pelatihan meningkat pemahamannya secara signifikan. Hal ini terindikasi dari nilai pretest yang rata-ratanya 6,6 point, meningkat menjadi 9.4 point. Kemudian dalam rangka meningkatkan kinerja penjualan dalam jangka panjang, perlu dukung dengan keputusan manajemen berupa perbaikan kompensasi serta penerapan system pengawasan yang lebih efektif.

Kata Kunci: Alih Pengetahuan; Account Officer; Kinerja Penjualan

Accepted: 2023-01-13

Published: 2023-01-26

PENDAHULUAN

Industri halal telah menjadi trend terbaru di pasar dunia dan merupakan satu bisnis yang paling cepat berkembang di pasar global. Bisnis halal ini mencakup berbagai sektor, seperti sektor makanan, pariwisata, layanan, transportasi, maupun sektor keuangan. Studi yang dilakukan oleh Hani et al., (2003) dan Lever dan Miele (2012) serta Talib et al., (2013) menunjukkan bahwa kemunculan produk halal di pasar global dikonstruisikan oleh adanya pertumbuhan populasi muslim global. Menurut data *The Pew Center* (2011) menunjukkan bahwa pertumbuhan umat muslim global mengalami peningkatan 35 persen dari 1,6 miliar pada tahun 2010 dan diperkirakan akan terus meningkat menjadi 2,2 milyar orang pada tahun 2030.

Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS), memiliki peran penting yakni sebagai pilar dalam proses intermediasi keuangan yang dibutuhkan oleh masyarakat kecil dan menengah dalam meningkatkan perekonomian. Selain menjalankan aktivitas secara konvensional, LKM dapat menjalankan operasinya berdasarkan prinsip syari'ah. Lembaga keuangan Mikro Syariah memberikan jasa pengembangan usaha dan pemberdayaan masyarakat berupa pinjaman atau

pembiayaan dalam skala mikro kepada anggota masyarakat yang pengelolaan simpanan maupun pemberian jasa konsultasi pengembangan usahanya, tidak semata-mata mencari keuntungan (Amri dan Widaningsih, 2017).

Perkembangan Lembaga Keuangan Mikro Syariah menunjukkan trend yang terus meningkat dari waktu ke waktu. Indikator yang paling terlihat adalah semakin banyaknya Lembaga Keuangan Syariah (LKS) yang berdiri tersebar diseluruh wilayah Indonesia. Berdasarkan laporan Statistik Perbankan Syariah yang dirilis oleh Otoritas Jasa Keuangan, hingga tahun 2020, jumlah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah di seluruh Indonesia terdapat 164 unit, dan di Jawa Tengah sendiri jumlahnya mencapai 26 unit, menempati urutan nomer 3 (tiga) terbanyak di Indonesia.

Keberhasilan LKMS dalam merebut pasar jasa keuangan sangat ditentukan oleh kemampuan lembaga dalam menyiapkan tenaga pemasaran (*Account Officer*) untuk melakukan berbagai pendekatan kepada nasabah maupun calon nasabah. Tenaga pemasaran sebagai ujung tombak dalam memasarkan produk produk keuangannya LKMS memiliki peranan yang sangat signifikan dalam melakukan proses edukasi tentang produk keuangan yang dimiliki perusahaan. Oleh karena itu seorang *Account Officer* sangat penting memiliki pemahaman dan pengetahuan produk keuangan yang halal, yang memang merupakan pembeda dari produk keuangan konvensional. Selain itu kapabilitas individu serta efikasi diri berperan dalam pencapaian target penjualan yang telah ditetapkan. Pengabdian ini ditujukan dalam rangka proses edukasi intensif penerapan hasil penelitian yang berupa skema praktis dan aplikatif produk syariah bagi *account officer* dalam memberi pemahaman tentang Halal Product Knowledge gilirannya akan meningkatkan Kinerja Penjualan LKMS BTM Muhammadiyah.

BTM Kabupaten Banyumas yang berkantor Pusat di Gedung Dakwah Muhammadiyah Tanjung Purwokerto Selatan, saat ini memiliki 4 (empat) kantor cabang yakni Kantor cabang Teluk, Cabang Patikraja, Cabang Ajibarang dan Cabang Rawalo yang masing-masing dipimpin oleh seorang manajer. Berdasarkan hasil analisis terhadap laporan kinerja tahun 2019 dan 2020, terdapat penurunan yang signifikan dalam penjualan, baik berupa pinjaman (*landing*) maupun tabungan (*funding*). Kondisi tersebut terjadi karena beberapa sebab. Pertama, turunnya omset penjualan sebagai akibat lesunya perekonomian yang terdampak Pandemi Covid 19. Kedua, Kurangnya kreatifitas tenaga pemasar (*Account Officer*) dalam melakukan persuasi terhadap nasabah atau calon nasabah. Ketiga, belum adanya panduan manual spesifikasi produk bagi *Account Officer*. Kemampuan tersebut utamanya dalam kurangnya pengetahuan dan pemahaman yang komprehensif para *account officer* pada produk syariah yang ditawarkan perusahaan, sehingga konsumen tidak mendapatkan penjelasan yang akurat dan tuntas atas nilai tambah dan benefit atas produk.

METODE

Kegiatan Ipteks Bagi Masyarakat (IbM) UMKM ini dilaksanakan dengan dengan metode Pelatihan, *focus grup discusion* dan juga *brainstorming*. Ketiga metode tersebut dilakukan dalam rangka untuk memberikan tingkat partisipasi maksimal kepada peserta mitra untuk memberikan informasi keadaan dilapangan, sehingga metode yang diberikan akan mudah dipahami sekaligus dapat dilaksanakan oleh *Account Officer*.

Tahap-tahap pelaksanaan Ib.M ini tesusun dan skedul seperti berikut ini.

1. Pretest untuk mengetahui pemahaman awal AO produk LKMS BTM
2. *Focus Grup Discusion* (FGD) bertujuan untuk mengumpulkan dan memetakan permasalahan terkait proses transfer pengetahuan produk kepada konsumen.
3. Merumuskan dan memadukan hasil temuan lapangan dengan konsep inti yang ditawarkan.
4. Pelatihan dan penerapan konsep
5. Posttest dan Evaluasi
6. Pantauan kinerja Penjualan AO pasca Pelaksanaan IbM.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program Ipteks bagi masyarakat UMKM ini yang dilaksanakan tanggal 14 dan 21 Mei 2022, bertempat di Kantor BTM Banyumas Gedung Dakwah Muhammadiyah Tanjung Purwokerto. IbM ini ditujunya untuk meningkatkan kinerja penjualan pada *Account Officer* (AO) pada Lembaga Keuangan Mikro Syari'ah (LKMS) BTM Muhammadiyah Banyumas.

Berdasarkan permasalahan yang telah paparkan, solusi yang ditawarkan adalah penerapan atau aplikasi dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Miftahuddin (2021) mengenai model proses Transfer pengetahuan Halal atas produk-produk LKMS. Model ini dirancang untuk membantu *account officer* (AO) dalam meningkatkan pengetahuan akan produk yang ditawarkan oleh BTM sebagai lembaga keuangan Mikro yang berbasis syari'ah. Konsep produk keuangan Mikro syari'ah mendasarkan pada kehalalan dan keberkahan atas transaksi yang dilakukan. Dalam tataran pelaksanaannya tim pemasaran seringkali mengalami



Gambar 1. Peserta Pelatihan Berfoto bersama

kurang jelas dan tuntas dalam menyampaikan spesifikasi dan karakter masing-masing produk yang ditawarkan oleh LKMS BTM Banyumas. Hal ini tertentu saja secara tidak langsung akan mengakibatkan lambat dan macetnya layanan jasa keuangan, serta konsumen akan cenderung memanfaatkan satu produk tertentu saja berdasarkan pengetahuan nasabah yang sangat terbatas. Dengan diterapkannya model ini konsumen atau nasabah akan benar-benar diberikan bermacam-macam alternatif tabungan maupun pembiayaan sesuai dengan kondisi yang dihadapi oleh masing-masing nasabah.



Gambar 2. Para Pemateri

Permasalahan lainnya adalah masih relative rendahnya kemampuan dalam melayani terhadap para nasabah. Hal ini terlihat dari tingkat penyelesaian layanan terhadap nasabah baik produk tabungan maupun pembiayaan. Oleh karena itu, kegiatan IbM ini juga dimaksudkan untuk memperbaiki mental seluruh staf BTM dalam memberikan pelayanan dengan memberikan materi *Service excellent*. Pemaparan dilakukan oleh pakar Psikologi dari Fakultas Psikologi UMP yakni Dr. Ugung Dwi Ario Wibowo, M.Si.

Berikutnya guna mendukung formulasi pemodelan jenis-jenis produk pembiayaan syari'ah yang ditawarkan oleh BTM, diberikan pelatihan oleh Pakar Ekonomi Syariah yaitu Alfalisyo, SE.,Sy., M.E.

Secara keseluruhan pelaksanaan IbM ini dapat mendapatkan sambutan yang antusias dan cukup berhasil meningkatkan pemahaman para peserta terhadap materi yang disampaikan. Berdasarkan data dari hasil pre test dan post test melalui kuesioner dengan sejumlah pertanyaan, terindikasi bahwa pemahaman dan pengetahuan peserta pelatihan terhadap materi yang disampaikan, mengalami peningkatan. Diawal sebelum pelatihan, reratanya 68,8 poin dan setelah dilakukan pelatihan reratanya menjadi 90,4 poin, artinya terdapat peningkatan



Gambar 3. Dr. Ugung D.A.W sedang memberikan materi Service Excelent

sebesar 21,6 poin. Berdasarkan data tersebut, pelaksanaan IbM ini cukup memberikan dampak bagi tenaga pemasaran, dan oleh karenanya dilaksanakannya kegiatan pengabdian pada UMKM ini diharapkan akan menghasilkan perubahan yang nyata baik secara kelembagaan maupun secara individu. Selain capaian yang diharapkan diatas, Program IbM UMKM ini masih mengupayakan luaran (*Outcome*) yang sementara masih dalam proses. Adapun *outcome* tersebut adalah berupa 1). HAKI berupa Hak cipta, 2). Artikel publish di jurnal Nasional, dan 3). Video Kegiatan (Tahoma, 10pt, spasi 1,15).

KESIMPULAN

Berdasarkan pelaksanaan Ipteks bagi Masyarakat-UMKM ini dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut:

1. Kemampuan karyawan BTM khususnya *Account Officer* dalam pengetahuan produk (*product Knowledge*) setelah diberikan pelatihan mengalami perubahan yang cukup signifikan. Hal ini terindikasi dari hasil pretes dengan rata-rata nilai 68,8 menjadi rata-rata 90,4 setelah dilakukan post test.
2. BTM Muhammadiyah memiliki prospek untuk lebih maju serta unggul dalam kompetisi dengan Lembaga keuangan lainnya, tergambar dari sikap semangat, antusiasme peserta pelatihan yang notabene usianya masih muda dan energik.

Adapun sara-saran adalah bahwa kemampuan karyawan bagian pemasaran dalam *transfer pengetahuan* perlu terus ditingkatkan untuk memastikan terkomunikasikannya produk jasa keuangan sehingga kinerja penjualan Lembaga dapat meningkat. Namun demikian juga perlu melibatkan manajemen dan karyawan secara keseluruhan, misalnya melalui perbaikan system kompensasi dan remunerasi, serta pengawasan manajemen dan lain-lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Antonio, Muhammad Syafi'i, 1999, Bank Syariah bagi Bankir & Praktisi Keuangan, Tazkia Institute, Jakarta.
- Hani M. Al-Mazeedi, Joe M. Regenstein, Mian Nadeem Riaz, 2003, The Issue of Undeclared Ingredients in Halal and Kosher Food Production: A Focus on Processing Aids, Food Science and Food Safety Volume 12, Issue 2 p. 228-233
- Miftahuddin, M. Agung dkk. 2020, Analisis Pengaruh *Halal Product Knowledge*, *Kapasitas Absorpsi*, dan *Self Efficacy* terhadap Kinerja Penjualan (*Studi Pada Account Officer Lembaga Keuangan Syariah Di Kabupaten Banyumas*).
- Nazeer, Tasnim, 2020, Belajar Mudah Keuangan Syariah, Prinsip, Praktik dan Prospek Keuangan Islam, PT. Qaf Media Kreativa, Cetakan 1.
- Talib, M. S. A., Rubin, L. and Zhengyi, V. K. (2013), "Qualitative research on critical issues in Halal logistics", Journal of Emerging Economies and Islamic Research, Vol. 1 No. 2, pp. 1-20
- The Pew Center* (2011), The Future Global Muslim Population Projections for 2010-2030, Edisi Januari, Available at <http://pewresearch.org/assets/pdf/muslim-americans>.