

ABSTRAK

Usaha mikro sering digambarkan sebagai kelompok dengan kemampuan permodalan UMKM rendah. Rendahnya akses UMKM terhadap lembaga keuangan formal, sehingga hanya 12 % UMKM akses terhadap kredit perbankan. Antisipasi dan langkah-langkah penyelamatan agar sektor riil bisa bertahan dan terselamatkan perlu selalu diupayakan dengan memberikan dukungan permodalan kepada UMKM yang terkena krisis. Disisi lain perbankan tidak bisa memberikan kelonggaran kepada UMKM yang memerlukan modal karena usaha kecil/mikro tidak mampu memenuhi prosedur perbankan yang telah dibakukan UU. Oleh karena itu, lembaga keuangan yang cocok untuk menghadapi hambatan pembiayaan UMKM adalah adalah *Bait al-māl wa at tanwīl* (BMT), dan *personal selling* merupakan salah satu alat promosi yang digunakan BMT dalam mengembangkan sinergitas dengan sektor UMKM.

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian kualitatif, yang selanjutnya dianalisis dengan teknik kualitatif-verivikatif, yang dimaksud untuk memahami fenomena: 1) apakah implementasi *personal selling* di BMT Madani benar-benar mengembangkan sinergitas lembaga keuangan syariah dengan UMKM, 2) hambatan-hamabatan apa yang dihadapi *personal selling* dalam mengembangkan sinergitas lembaga keuangan syariah dengan UMKM di BMT Madani, 3) bagaimana peran *personal selling* dalam mengembangkan sinergitas lembaga keuangan syariah dengan UMKM di BMT Madani.

Hasil penelitian menyimpulkan bahwasanya implementasi *personal selling* di BMT Madani benar-benar mengembangkan sinergitas lembaga keuangan syariah dengan UMKM, adapun hambatan yang di hadapi *personal selling* adalah para pelaku UMKM masih belum memahami sepenuhnya tentang BMT Madani, tidak adanya umpan balik, kurangnya perhatian para pelaku UMKM terhadap promosi yang dilakukan oleh karyawan marketing BMT Madani. Dalam mengembangkan sinergitas lembaga keuangan syariah dengan UMKM *personal selling* berperan sebagai sebagai penghubung antara BMT Madani dengan pelaku UMKM, khususnya sektor UMKM yang terkena kesulitan permodalan, yang selanjutnya bisa membantu permodalan sektor UMKM dalam mengembangkan usahanya.

Sejalan dengan kesimpulan di atas, maka kepada karyawan divisi marketing disarankan: agar lebih semangat dan senantiasa meningkatkan kualitas kinerjanya. Sehingga dengan pelayanan yang semakin baik akan semakin baik pula nama BMT Madani, dengan demikian akan berdampak terhadap kepercayaan umat untuk menjadi anggota nasabah BMT Madani, sehingga semakin banyak nasabah otomatis profit akan meningkat, profit meningkat, kesejahteraan karyawan dan masyarakat yang bernaung di BMT Madani akan meningkat dan pada akhirnya kemaslahatan umat akan terwujud.