

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Dari Hasil penelitian yang telah dibahas mengenai manajemen strategi persaingan dalam upaya untuk meningkatkan daya saing dari beberapa kutipan diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwasanya perencanaan strategi untuk mencapai target yang ingin dicapai dimana peran manajemen disini guna untuk perencanaan dan strategi merupakan eksekusi dari perencanaan sehingga dapat menghasilkan hasil yang ingin dicapai atau target tersebut.

Untuk persaingan disini dapat dijelaskan bahwasanya strategi yang digunakan untuk bersaing adalah dengan melakukan identifikasi pesaing yang ada disekitar mereka yaitu lembaga non syariah dengan mengambil beberapa faktor kelemahan mereka untuk dijadikan faktor keunggulan dari Baitul Maal Wa Tamwil Rizwa ini dan juga menentukan lalu melakukan strategi memimpin pasar dengan mengeluarkan produk baru dan meningkatkan kualitas produk yang sudah ada.

Ada dua faktor Pendukung dari manajemen strategi persaingan di Baitul Maal Wa Tamwil Rizwa yaitu : Faktor Internal dan External, di mana faktor internal yaitu dari lembaga tersebut yang ingin berkembang lebih dari para pesaingnya dan juga mengedukasi masyarakat bahwa Baitum Mall Wa Tamwil Rizwa adalah *Product Solution* dari

lembaga non-syariah dan untuk faktor Externalnya adalah dari lembaga disekitar dan juga masyarakat.

## **B. Saran**

### 1) Bagi Baitul Maal Wa Tamwil Rizwa

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan masukan dan penambahan wawancara dalam manajemen strategi untuk meningkatkan daya saing di Baitul Maal Wa Tamwil Rizwa.

### 2) Bagi Perpustakaan IAIN Tulungagung

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai tambahan koleksi penelitian dalam bidang perbankan syariah, khususnya dalam mengetahui manajemen strategi persaingan untuk meningkatkan daya saing.

### 3) Bagi Peneliti Selanjutnya

Hendaknya penelitian ini dapat dijadikan kontribusi dan referensi dalam manajemen strategi persaingan untuk meningkatkan daya saing.