

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

1. Penerapan strategi promosi dan pelayanan yang dilaksanakan oleh BMT Berkah dan BMT PETA dalam upayanya untuk meningkatkan jumlah nasabahnya pada dasarnya di dasarkan pada upaya penguatan kualitas produk, kualitas layanan, dan pemanfaatan media massa untuk memperkuat sosialisasi kepada masyarakat luas. Sementara itu untuk pelayanan pihak Kopsyah BMT Berkah dan BMT PETA mengutamakan kecepatan pelayanan, baik nasabah yang menghubungi pihak BMT Berkah dan BMT PETA secara online maupun dengan offline atau langsung di kantor. Dengan modal membangun kualitas karyawan hal ini diharapkan dapat mendorong kualitas pelayanan secara menyeluruh.
2. Pada dasarnya kendala yang dihadapi oleh BMT Berkah dan BMT PETA yaitu yang sifatnya internal maupun eksternal. Dari sisi internal yaitu berhubungan dengan kualitas yang dimiliki oleh BMT Berkah dan BMT PETA baik kualitas produknya maupun keualitas layanannya. Sementara itu, kendala yang berasal dari luar berhubungan dengan persaingan yang semakin banyak, yaitu munculnya koperasi-koperasi baru. Meskipun secara kualitas belum dapat dibuktikan namun tidak sedikit masyarakat yang malah memilih koperasi-koperasi baru. Sehingga hal ini penting untuk diantisipasi.

Agar eksistensi BMT Berkah dan BMT PETA dapat terus terjaga dengan baik.

3. Solusi yang dilaksanakan oleh BMT Berkah dan BMT PETA yaitu dengan menerapkan pola kerja yang baik, terutama dengan menjaga kualitas produk dan pelayanan agar tetap maksimal. Dengan maksimalnya kualitas produk dan pelayanan yang ada, maka hal ini diupayakan dapat menanggulangi kendala-kendala yang terjadi. Selain itu untuk mengatasi kendala yang terjadi yaitu sikap ulet dan telaten dilaksanakan oleh pihak BMT Berkah dan BMT PETA.

## **B. Saran**

### **1. Bagi Lembaga**

Hasil kajian dalam penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi serta rekomendasi guna mengatasi persoalan yang berhubungan dengan strategi promosi dan pelayanan, dengan penerapan strategi promosi dan pelayanan yang baik maka potensi peningkatan jumlah nasabah bagi BMT Berkah dan BMT PETA juga akan semakin besar peluangnya. Sehingga hal ini juga harus menjadi sebuah perhatian, dengan strategi promosi dan pelayanan yang baik, diharapkan pihak BMT Berkah dan BMT PETA dapat meningkatkan jumlah nasabahnya.

### **2. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Hasil kajian dalam penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan rujukan untuk melakukan penelitian yang selanjutnya, yang mana hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai haluan untuk menentukan fokus dan

batasan masalah yang hendak dikaji, namun sesuai dengan hasil penelitian ini maka peneliti merekomendasikan bagi peneliti selanjutnya untuk mengkaji lebih mendalam mengenai kendala dan solusi yang dihadapi oleh lembaga keuangan syariah khususnya yang berhubungan dengan penerapan strategi promosi dan pelayanan, khususnya dalam konteks penelitian ini yaitu lembaga keuangan syariah dan non syariah yang berlokasi di Kabupaten Trenggalek.