

ABSTRAK

Skripsi dengan judul "*Strategi Personal selling dan public relation dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah di BMT Sahara Tulungagung*" ini ditulis oleh Mochamad Yusak Gumelar, 3223113064, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam,Jurusank Perbankan Syariah,Institut Agama Islam Negeri Tulungagung dibimbing oleh bapak Qomarul Huda.M.Ag

Penelitian dalam skripsi ini di latar belakangi oleh perkembangan perbankan yang sangat pesat di kabupaten Tulungagung menjadikan semua lembaga keuangan bersaing dengan ketat. Begitu juga dengan BMT Sahara tulungagung, untuk memenangkan sebuah persaingan maka di butuhkan strategi. Karena strategi adalah kunci terpenting yang menentukan berjalan tidaknya sebuah lembaga keuangan atau lembaga perusahaan, strategi *personal selling dan public relation* yang digunakan untuk meningkatkan jumlah nasabah pada BMT Sahara Tulungagung sebenarnya memiliki cakupan kegiatan yang luas. Dalam kegiatan *personal selling* meliputi beberapa tahap yang di mulai dengan *prospek* atau identifikasi kemudian pra pendekatan, pendekatan, presentasi, mengatasi masalah, hingga menutup penjualan. Sedangkan *public relation* melengkapi kegiatan dari *publisitas, event, news, community involvement*, dan lain lain.

Dalam penelitian ini Fokus Penelitian yang akan dibahas adalah sebagai berikut. (1) Bagaimana penerapan strategi *personal selling* untuk meningkatkan jumlah nasabah BMT Sahara Tulungagung. (2) Bagaimana penerapan strategi *public relation* untuk meningkatkan jumlah nasabah BMT Sahara Tulungagung. (3) Apa saja faktor-faktor pendukung dan penghambat BMT Sahara dalam menerapkan strategi *personal selling* sebagai upaya meningkatkan jumlah nasabah di BMT Sahara Tulungagung. (4) Apa saja faktor-faktor pendukung dan penghambat BMT Sahara dalam menerapkan strategi *public relation* sebagai upaya meningkatkan jumlah nasabah di BMT Sahara Tulungagung. Sedangkan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah: (1) UntukmengetahuiStrategi *Personal selling*dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah di BMT Sahara Tulungagung. (2) UntukmengetahuiStrategi *Public Relation*dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah di BMT Sahara Tulungagung. (3)Untukmengetahui faktor-faktor penghambat dan pendukung BMT Sahara Tulungagung dalam menerapkan strategi *personal selling* dandalam meningkatkan jumlah nasabah di BMT Sahara Tulungagung. (4) Untukmengetahui faktor-faktor penghambat dan pendukung BMT Sahara Tulungagung dalam menerapkan strategi *public relation*dalam meningkatkan jumlah nasabah di BMT Sahara Tulungagung.

Penelitian ini dilaksanakan di BMT Sahara Tulungagung pada tahun 2016. Adapun sumber data yang dipakai dalam penelitian ini adalah Sumber Data Primer berupa wawancara,pengamatan dan penjabaran dalam bentuk angka maupun tulisan sedangkan Sumber Data Sekunder. Teknik Pengumpulan Data dalam penelitian ini Metode Observasi, Metode Wawancara (*Interview*), Metode Dokumentasi.Teknis Analisis Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus.

Dalam penelitian ini ditemukan bahwa Strategi *Personal selling* dan *public relation* dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah di BMT Sahara Tulungagung melalui kegiatan prospek atau identifikasi, pra pendekatan, pendekatan, presentasi, mengatasi keberatan hingga menutup penjualan. Sedangkan kegiatan public relation yang di terapkan BMT Sahara Tulungagung yaitu, *publikasi, event, news, community involvement*. Strategi ini sangatlah penting bagi kelangsungan kinerja BMT Sahara Tulungagung dalam mencari nasabah karena untuk memprioritaskan hubungan kepada nasabah perlu ikatan personal, keterampilan para personil yang ada dalam perusahaan, kekompakan atau suatu tim yang tangguh dari personil yang ada dalam perusahaan hingga menseponsori suatu acara dan mengadakan event. Dalam Faktor pendukung strategi *personal selling* dan *public relation* yang ada di BMT Sahara Tulungagung meliputi: mengetahui secara langsung apa yang di inginkan anggota serta menerima keluhan yang secara langsung bisa di atasi dengan musyawarah hingga pelayanan prima terhadap nasabah, lokasi yang mudah dijangkau, peningkatan SDM dan mempunyai daya saing terhadap lembaga lain. Sementara itu saran dalam penelitian ini disampaikan kepada BMT Shara Tulungagung dan untuk peneliti selanjutnya yang dimaksudkan akan berguna dalam rangka peningkatan isi dari skripsi ini.

Kata Kunci : *Strategi Personal selling dan public relation.*