BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan berupa data-data dari observasi, wawancara serta dokumentasi sehingga diperoleh hasil seperti yang dikemukakan pada bab sebelumnya dan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Strategi *personal selling* yang terdapat pada BMT Sahara Tulungagung dalam meningkatkan jumlah nasabah yang di pakai yaitu: melalui tahap prospek atau identifikasi, pra pendekatan, pendekatan, demostrasi, mengatasi keberatan dan menutup penjualan. Dari elemen ini sangatlah penting bagi kelangsungan kinerja BMT Sahara Tulungagung dalam mencari nasabah karena untuk memprioritaskan hubungan kepada nasabah atau meningkatkan jumlah nasabah tentunya perlu ikatan personal yang sesuai dengan budaya ke Islaman, serta keterampilan para personil yang ada dalam perusahaan dan kekompakan suatu tim yang tangguh dari personil yang ada dalam perusahaan tersebut, khususnya dalam menghadapi para pelanggan, sehingga membawa kesan tersendiri yang meyakinkan pelanggan.
2. Strategi *public relation* yang digunakan pihak BMT Sahara Tulungagung meliputi kegiatan publikasi, mengadakan event, menciptakan berita, dan lain sebagainya. Karena untuk membangun tingkat kepercayaan masyarakan terhadap lembaga keuangan syariah tidak cukup hanya

dengan kegiatan dari seorang *salesperson* tanpa adanya kegiatan atau brosur dan acara-acara Islami yang ditujukan kepada masyarakat, guna mendapatkan citra positif agar menarik minat calon anggota menjadi anggota BMT Sahara Tulungagung baik menjadi anggota pembiayaan maupun penabung.

3. Faktor pendukung BMT Sahara dalam menerapkan startegi *personal selling* dan *public relation* adalah semua karyawan bisa menjadi *salesperson*, sehingga biaya yang dikeluarkan tidak cukup mahal. Dan juga masyarakat sekitar kantor BMT Sahara yang agamis dapat menjadikan nilai plus tersendiri bagi BMT Sahara.

   Tempat yang mudah dijangkau masyarakat dan berada di pusat keramaian Kota Tulungagung menjadikan BMT Sahara lebih dikenal masyarakat sehingga banyak yang mempercayakan dananya ke BMT Sahara. Pelayanan yang ramah serta cepat juga menjadi faktor pendukung, karena kenyamanan, kepuasaan adalah tujuan dari BMT Sahara.

   Selain faktor pelayanan juga ada faktor pendukung lain meliputi, produk juga harga, produk dan harga yang diberikan BMT Sahara terhadap nasabahnya juga banyak yang sesuai dengan kebutuhan rumah tangga, dan sistem bagi hasil dalam pembagian keuntungan, yang mana pihak BMT tidak mematok keuntungan dari pihak anggota melainkan dengan prinsip bagi hasil, bila untung dibagi sama rata dan bila rugi ditanggung bersama.

4. Sedangkan faktor penghambat BMT Sahara Tulungagung dalam menerapkan strategi *personal selling* dan *public relation* adalah karena masih banyaknya masyarakat yang belum mengerti apa itu Baitul Maal Wa Tamwil. Serta banyaknya isu mengenai kebangkrutan BMT menjadikan masyarakat akan takut menginvestasikan dananya pada BMT Sahara.

   Dalam kegiatan promosi yang banyak mengeluarkan dana sehingga hal ini juga menjadi hambatan BMT Sahara Tulungagung untuk merealisasikan konsep keuangan non riba di pelosok-pelosok Kota Tulungagung. Untuk itulah semua karyawan BMT Sahara bisa merangkap jabatan menjadi *salesperson* guna meminimalir pengeluaran.

B. Saran – Saran

Setelah mengadakan penelitian dan pengamatan keadaan serta situasi di BMT Sahara Tulungagung, maka peneliti memberikan saran yang bermanfaat antara lain :

1. Strategi pemasarannya dan penerapan dari strategi personal selling, public relation juga harus lebih ditingkatkan lagi supaya menjadi lembaga keuangan syariah kepercayaan masyarakat yang berada di Kabupaten Tulungagung.
2. Melakukan sosialisasi produk-produk BMT Sahara Tulungagung kepada masyarakat khususnya produk pendanaan hal ini dikarenakan tingkat pemahaman dan pengetahuan masyarakat tentang menabung masih rendah dan juga masih banyak yang belum mengerti dan salah faham

tentang bank syariah atau lembaga keuangan syariah sehingga mengangapnya sama saja dengan bank konvensional. Jadi disini BMT Sahara harus melakukan pendekatan melalui pondok-pondok pesantren, takmir-takmir masjid dan musholla, lembaga-lembaga pendidikan, jamaah pengajian.

3. Memperbanyak kantor cabang di wilayah Tulungagung, bahkan mungkin bisa juga membuka kantor cabang selain di wilayah Tulungagung, yang nantinya akan membawa kebaikan untuk masyarakat muslim lainya. Sehingga di harapkan semakin banyak membuka kantor cabang semakin banyak masyarakat yang menabung dan juga semakin banyak yang mengerti tentang BMT Sahara.