

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti baik dari observasi ke BPR Syariah Arta Leksana Purwokerto, melakukan wawancara terhadap koordinator kantor, kepala bagian *marketing*, *staff marketing funding* dan beberapa nasabah yang dijadikan sebagai pelengkap data maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. BPR Syariah Arta Leksana Purwokerto dalam mempromosikan produk simpanan *mudharabah* berjangka dengan menggunakan strategi *personal selling*. Strategi ini diterapkan oleh BPR Syariah Arta Leksana dengan melakukan langkah-langkah dalam menghadapi nasabah. Langkah-langkah tersebut meliputi *prospecting* (mencari nasabah potensial) , *preapproach* (prapendekatan), *approach* (pendekatan), *presentation* (melakukan presentasi penjualan), *handling objections* (menangani penolakan), *closing* (menutup transaksi), dan *follow-up* (kegiatan menindaklanjuti). Langkah-langkah tersebut sudah dilakukan *marketing* akan tetapi perlu ditingkatkan kembali mengenai penanganan keberatan atau keluhan yang dialami nasabah. Sehingga tidak langsung menutup penjualan tetapi meyakinkan nasabah terlebih dahulu dengan menjawab keluhan tersebut. Kemampuan komunikasi *marketing* perlu adanya peningkatan dalam menjelaskan produk dari sisi syariah kepada nasabah

dengan bahasa yang mudah dipahami sehingga selain nasabah mendapatkan produk yang dibutuhkannya tetapi nasabah juga mempunyai pengetahuan dari sisi syariahnya dan *marketing* juga selalu menjalin hubungan baik dengan nasabah tanpa adanya *miss communication*. Apabila penerapan *personal selling* optimal, maka dalam hal ini dapat menumbuhkan kemitraan dan kelayakan nasabah sehingga dapat meningkatkan penjualan BPR Syariah Arta Leksana setiap tahunnya.

2. Faktor-faktor yang mempengaruhi BPR Syariah Arta Leksana Purwokerto dalam mempromosikan produk simpanan *mudharabah* berjangka melalui promosi *personal selling* yaitu adanya persaingan yang semakin tajam antara bank-bank syariah satu dengan lainnya bahkan persaingan ini tidak hanya antar bank syariah namun juga dengan bank-bank konvensional. Selain itu pemahaman masyarakat yang masih kurang terkait sistem syariah dan masyarakat juga masih tergiur dengan sistem bunga dibandingkan sistem bagi hasil. Faktor lain yang mempengaruhi promosi *personal selling* yaitu keterbatasan tenaga *marketing* yang profesional dan terampil dalam menghadapi nasabah.

B. Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan diatas, maka peneliti perlu dalam memberikan saran-saran yang membangun antara lain

1. Bagi peneliti selanjutnya

Dapat dijadikan sebagai rujukan dalam melakukan penelitian berikutnya dan peneliti selanjutnya juga harus mengembangkan secara

mendalam mengenai informasi yang diperoleh saat observasi dan wawancara sehingga diharapkan dapat bertambah luas pengetahuannya.

2. BPR Syariah Arta Leksana

- a. Seorang *marketing* harus mempunyai kemampuan komunikasi yang baik dalam menghadapi nasabah terutama dalam menyampaikan informasi dengan kalimat yang efektif dan mudah dipahami oleh nasabah sehingga perlu dilakukan pelatihan komunikasi dengan berlatih menjelaskan masing-masing keunggulan produk.
- b. *Marketing* BPR Syariah Arta Leksana dalam mengatasi penolakan nasabah seharusnya menanyakan terlebih dahulu mengenai keberatan dari calon nasabah dengan menggali keberatan yang tersembunyi dan memandang keberatan tersebut sebagai peluang bagi *marketing* untuk dapat memberikan lebih banyak informasi serta dapat mengubah keberatan tersebut menjadi alasan nasabah untuk membeli.