

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan tujuan penelitian yang tercantum pada bab sebelumnya, maka hasil penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis bagaimana peran *personal selling* terhadap keputusan para pelaku usaha dalam memilih produk pembiayaan, ada beberapa faktor yang paling mempengaruhi para pelaku UMKM tersebut, yaitu; a. Memiliki cara pendekatan yang baik, b. Mampu mengarahkan sesuai dengan kebutuhan, c. Menguasai materi dan prosedur secara detail, d. Cara bicara dan tutur bahasa yang baik, e. Cara menatap yang tulus, f. *Good looking* dan bau yang wangi, g. Dari daerah, bahasa, dan tradisi yang sama, h. Pelayanan sesuai yang diharapkan, i. Dapat memberikan perhatian secara kusus atau pribadi, j. Tetapi juga masih ada beberapa *marketing* yang kurang dari segi kualitas dan pengetahuannya mengenai produk.
2. Berdasarkan hasil analisis bagaimana peran *publicity* terhadap keputusan para pelaku usaha dalam memilih produk pembiayaan, ada beberapa faktor yang paling mempengaruhi para pelaku UMKM tersebut, yaitu; a. Rekomendasi dari orang-orang sekitar, b. Terkenalnya nama perusahaan lewat acara yang ada di pkk, c. Terkenalnya nama perusahaan dari event pameran, d. Pasar sebagai wadah bank syariah dalam memperkenalkan perusahaannya.

3. Berdasarkan hasil analisis bagaimana peran *competitive advantage product* terhadap keputusan para pelaku usaha dalam memilih produk pembiayaan, ada beberapa faktor yang paling mempengaruhi para pelaku UMKM tersebut, yaitu; a. Memiliki proses yang cepat, b. Memiliki prosedur yang tidak rumit, c. Pencairan dana yang cepat, d. Harga sedikit lebih mahal tetapi menjamin percepatannya, e. Tidak adanya potongan biaya dalam bentuk apapun, f. Produk memiliki fitur *pick up* yang dapat memudahkan nasabah dalam menjalankan usahanya.

B. Saran

Saran-saran dirumuskan berdasarkan hasil penelitian, berisi uraian mengenai langkah-langkah apa yang perlu diambil oleh pihak terkait dengan hasil penelitian yang bersangkutan. Berdasarkan hasil penelitian yang sudah peneliti lakukan maka langkah-langkah apa yang perlu diambil oleh pihak terkait dengan hasil penelitian yang bersangkutan dijelaskan sebagai berikut:

1. Bagi Instansi

a. Untuk bank BRI Syariah harus dipertahankan bahkan terus ditingkatkan apa yang sudah dicapai dalam targetnya yaitu mengarah ke pelaku usaha tetapi juga harus selalu memberikan inovasi yang kedepannya akan lebih membantu para pelaku UMKM dalam menjalankan usahanya.

2. Penelitian selanjutnya

a. Lebih mengembangkan penelitian dengan ruang lingkup yang cakupannya lebih luas dalam kegiatan pemasaran maupun hal lainnya yang berkaitan dengan bank syariah seperti menambah variabel harga dan kebutuhan.

- b. Menambahkan objek serta persoalan mengenai promosi yang selama ini masih jarang diteliti atau belum menemukan hasil yang sesuai dengan teori.

C. Rekomendasi

Perlu adanya peningkatan secara keseluruhan mengenai pengetahuan dan wawasan untuk setiap *marketing* bank syariah dalam menghadapi persaingan ekonomi untuk kedepannya, dan supaya setiap bank syariah memiliki tenaga penjual yang berkualitas tinggi dan memiliki karakteristik yang baik agar seluruh masyarakat bisa merasakan caa pelayanan yang sama dan loyal.

D. Keterbatasan Penelitian

Adapun kekurangan atau keterbatasan dalam penelitian ini adalah hanya tertuju pada satu target pemasaran, yaitu pada pelaku UMKM saja belum pada segmen yang lainnya karena bank syariah juga memiliki target lain di berbagai segmen yang ada di masyarakat. Selain itu variabel yang diteliti juga baru sebagian saja yang berpengaruh pada hasil pemasaran sedangkan masih banyak variabel lain yang mungkin juga berpengaruh dalam hal pemasaran perbankan syariah.