

## BAB VI

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan penelitian di bab sebelumnya, maka dapat ditarik benang merah yang menjadi kesimpulan dalam penelitian ini.

1. Strategi pemasaran jemput bola atau *Personal Selling* yang dilakukan oleh AOSP atau dalam hal ini *sales* di BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Pare berhasil memenuhi ketiga indikator *Personal Selling* yaitu, *Personal Interaction*, *Cultivation*, dan *Response*. Adapun penerapannya melalui tahapan berikut; Dilakukan dengan cara terjun langsung ke lapangan menemui nasabah atau calon nasabah yang memiliki prospek atau berpeluang menggunakan produk tabungan Idulfiri membuahkan hasil yang positif bagi perusahaan. Nasabah-nasabah yang telah menggunakan produk tabungan Idulfiri menunjukkan respon yang positif. Jumlah nasabah dari tahun 2015 yang awalnya 1.100 anggota dengan jumlah tabungan 100 juta rupiah berhasil meningkat setiap tahunnya hingga pada Tahun 2022 BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Pare berhasil memperoleh jumlah anggota menjadi 7.138 orang dengan jumlah tabungan mencapai angka 2,6 milyar rupiah. Jadi dari tahun 2015 sampai tahun 2022 perkembangan jumlah nasabah mencapai 5,48 persentase peningkatan.

2. *Sales* yang melakukan aktivitas jemput bola dan berpengalaman dalam mempromosikan produk kepada nasabah atau calon nasabah menanamkan prinsip syariah marketing seperti theistis, etis, realistik, dan humanitis. Dengan begitu kepuasan nasabah akan semakin meningkat dan hubungan yang dimiliki antara pihak BMT dan nasabah bukan lagi hanya sekedar orang yang akan menjalankan bisnis. Tapi lebih seperti hubungan persaudaraan antar sesama manusia.

## **B. Saran**

1. Ada baiknya jika BMT UGT Nusantara Cabang pembantu Pare lebih kreatif lagi dalam memasarkan produknya dengan cara-cara modern seperti memasang promosi di platform media sosial atau melakukan pendekatan dengan orang-orang di dunia maya. Sehingga penerapan strategi *Personal Selling* bisa berkembang dan lebih efisien. Tidak hanya promosi, pelayanan juga akan lebih efisien jika dilakukan melalui digitalisasi sehingga nasabah bisa lebih mudah untuk mendapatkan layanan.
2. Disiplin ilmu marketing syariah dapat lebih dikembangkan jika penerapannya bisa dilakukan di platform media. Caranya bisa dilakukan pelatihan tentang penggunaan pelayanan digitalisasi untuk nasabah agar jangkauan penyebaran informasi dan promosi bisa lebih jauh dan lebih luas di masyarakat.