

## BAB VI

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan, maka peneliti memberikan kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran *personal selling* produk tabungan iB Hijrah Haji di Bank Muamalat KCP Madiun dilakukan dengan cara staff *Marketing Funding* melakukan promosi secara langsung dengan menjalin kedekatan kepada instansi atau lembaga keagamaan untuk mensosialisasikan produk tabungan haji, yaitu di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Mustaqim Basyari Kota Madiun, mendatangi Pondok Pesantren yang ada di sekitar Kota Madiun seperti, Ponpes Al-Fattah Temboro, Yayasan Bina Insani Muslim Madiun, Madiun Qur'an Center, dan lain-lain, menghadiri kelompok pengajian keagamaan yang ada di Madiun, antara lain jamaah Muslimat NU, kelompok Aisyah, kelompok Al-Hidayah, dan lain-lain. Adapun pelaksanaan layanan *personal selling* menyesuaikan dengan situasi dan kondisi yang ada pada lembaga terkait, serta dapat dilakukan kapan saja selama nasabah berkenan atas layanan tersebut. Hasil dari layanan strategi *personal selling* pada Bank Muamalat KCP Madiun adalah para nasabah merasa tertarik dengan adanya layanan tersebut sehingga layanan ini layak untuk diterapkan.

2. Penerapan strategi pemasaran *personal selling* dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk tabungan iB Hijrah Haji di Bank Muamalat KCP Madiun telah memenuhi beberapa tahapan dalam proses *personal selling*. Diantaranya indikator *personal selling* yang diterapkan oleh Bank Muamalat KCP Madiun yakni *prospecting*, pra pendekatan, pendekatan, presentasi produk, dan menangani keberatan.

## **B. Saran**

Berdasarkan pembahasan mengenai efektivitas strategi *personal selling* pada produk tabungan iB Hijrah Haji dalam meningkatkan jumlah nasabah Bank Muamalat KCP Madiun peneliti dapat memberi saran sebagai berikut:

1. Bagi Bank Muamalat KCP Madiun

Adanya strategi pemasaran *personal selling* yang dilakukan oleh Bank Muamalat KCP Madiun yang efektif dalam meningkatkan jumlah nasabah diharapkan dapat semakin memperluas segmen pasar. Sehingga dapat membidik segmen pasar yang lebih luas. Selain itu juga dibutuhkan adanya kegiatan evaluasi kerja yang dilakukan setiap hari ataupun setiap minggu. Hal ini dilakukan untuk mengevaluasi kinerja setiap harinya. Selain itu juga untuk memecahkan masalah, kendala yang dihadapi, maupun tantangan yang dirasakan oleh para karyawan. Sehingga, masalah yang terjadi dapat terselesaikan dengan cepat.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat menambahkan referensi terkait dengan strategi pemasaran *personal selling*. Selain itu juga diharapkan bagi peneliti selanjutnya dapat mengembangkan

penelitian yang ada dengan objek, jenis penelitian, dan sudut pandang yang berbeda dan dapat menghasilkan penelitian yang lebih variatif. Sehingga dapat menambah pengetahuan baru terkait dengan kajian ilmu ekonomi khususnya perbankan.