

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Simpulan

Di akhir menulis ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. PT. BPRS Amanah Sejahtera menggunakan *Service Excellent* (Pelayanan Prima) untuk mempetahankan kepercayaan nasabah.
2. Pelayanan jasa PT. BPRS Amanah Sejahtera pada nasabah dibedakan menjadi Lima faktor diantaranya: *Realibility*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Emphaty*, dan *tangibles*. Dimensi pengukuran dilakukan melalui faktor seperti ketepatan memenuhi janji; mendengarkan keluhan nasabah dan memberikan solusi; penjamin dana nasabah; fasilitas nasabah ketika bertransaksi; dan sarana prasarana lain yang disediakan.
3. Strategi promosi PT. BPRS Amanah Sejahtera dilakukan dalam bentuk: *advertaising*, *Publicity*, *Personal Selling*, dan *Sales Promotion*. Promosi menggunakan media brosur; *sponshorship*, pameran, *open table*, bakti sosial, dan kegiatan amal; selain itu dilakukan juga promosi dengan langsung bertemu dengan calon nasabah; serta pemberian *souvenir* dan bonus bagi nasabah.

#### B. Saran

1. Untuk meningkatkan pelayanan nasabah BPRS, maka disarankan agar menonjolkan dekorasi yang bernuansa islami, memperluas ruangan kantor dan tempat parkir kendaraan serta memberikan pelayanan “Antar Jemput Bola” untuk membukakan rekening tanpa harus ke kantor BPRS.

2. Untuk menambah jaringan kerjasama, disarankan untuk menambah kerjasama dengan perbankan syari'ah lain dalam bentuk pelayanan setoran tunai, sehingga nasabah lebih mudah mendapatkan pelayanan.
3. Untuk lebih dikenal oleh masyarakat luas, disarankan untuk memperbanyak sosialisasi tentang produk BPRS dan fasilitas yang diberikan, serta memasang iklan di surat kabar, majalah, radio ataupun televisi, sehingga nasabah/calon nasabah bisa lebih mengetahui dan memahami tentang BPRS.
4. Untuk menghasilkan karyawan BPRS yang berkompeten, maka disarankan PT. BPRS Amanah Sejahtera memberikan pelatihan kepada karyawan khususnya *Teller* dan *Customer Service* secara *intern* perusahaan.