

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Implementasi dan efektifitas merupakan dua hal yang saling berhubungan antara satu dengan yang lain. Karena alasan itulah penulis menganggap perlu menguraikan pembahasan tentang implementasi dan efektifitas promosi Islami di BMT NU Sejahtera Kendal. Setelah melalui berbagai proses analisis yang berpedoman pada teori bahasan, maka dapat diambil beberapa kesimpulan singkat menurut hemat penulis.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa implelementasi dari empat bauran promosi yang diteliti (*personal selling, advertising, sales promotion, publicity*) semuanya sudah sesuai dengan syari'at Islam (Islami), hanya saja terkadang pada praktiknya *personal selling* (perjualan perorangan) mengandung unsur pemaksaan dalam berpromosi dari pihak (oknum) Bmt NU.

Bahasan kedua yaitu dari sisi efektifitas yang menunjukkan bahwa pada dasarnya semua bauran promosi yang dilakukan oleh BMT NU Sejahtera Knedal semuanya sudah efektif, namun hanya ada satu dari empat bauran promosi yang dipandang paling efektif menurut penulis sebagai sarana promosi BMT NU Sejahtera Kendal yaitu *publicity* (publisitas) dilihat dari data BMT yang banyak berminat menjadi anggota BMT setelah mendengarkan ceramah dan paparan dari para guru, tokoh masyarakat, para ulama' pada seminar atau masjid ta'lim yang masyarakat ikuti. Peran tokoh masyarakat, para ulama' sangat besar bagi perkembangan BMT NU Sejahtera Kendal karena Kabupaten Kendal merupakan daerah yang notabene masih kental dengan kegiatan-kegiatan yang bersifat keagamaan seperti pengajian, majelis ta'lim, jama'ah shalawat yang mayoritas menganut faham NU.

B. Saran

Problem ketidahahtahuan akan iklan islami di kalangan masyarakat luas, khususnya bagi lembaga Islam yang bersifat komersil seringkali terjadi. Untuk menghindari hal-hal tersebut maka penulis memberi saran:

1. Melakukan sosialisasi produk-produk BMT kepada masyarakat. Hal ini dikarenakan tingkat pemahaman dan pengetahuan masyarakat tentang produk-produk BMT masih sangat rendah dan juga masih banyak yang belum mengerti dan salah faham tentang bank syariah dan menganggapnya sama saja dengan bank konvensional. Jadi pihak BMT harus melakukan pendekatan mulai pondok-pondok pesantren, takmir-takmir masjid, dan mushola, lembaga-lembaga pendidikan, jamaah pengajian dan lain lain.
2. *Personal selling* hendaknya dilakukan dengan lebih sopan dan halus sehingga calon nasabah tidak memiliki rasa keterpaksaan ketika ingin masuk menjadi anggota BMT NU Sejahtera Kendal.
3. Hendaknya seluruh bauran promosi yang dilakukan dibuat dengan konsep yang unik, kreatif dan inovatif sehingga dapat memunculkan rasa keingintahuan dan ketertarikan masyarakat akan BMT NU Sejahtera yang pada akhirnya akan membuat seluruh bauran promosi yang dilakukan menjadi lebih efektif dan menguntungkan khususnya bagi BMT NU Sejahtera Kendal.

C. Penutup

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan kekuatan, kesehatan, dan kemudahan sehingga penulis dapat menyelesaikan pembuatan skripsi ini. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini, untuk itu kepada para pembaca skripsi ini, sumbang saran kritik penulis harapkan, khususnya kritik dan saran yang sifatnya positif dan konstruktif.

Akhirnya penulis berharap, semoga skripsi ini dapat menambah khazanah keilmuan islam sehingga dapat membawa manfaat bagi penulis khususnya dan para pembaca pada umumnya. Amin