

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan diatas, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah anggota produk sisuqur yaitu mempermudah anggota dalam berqurban yaitu dengan cara BMT dapat membelikan hewan qurban untuk anggotanya. Strategi lain yang dapat dilakukan adalah meluruskan niat bahwa pemasaran produk sisuqur tersebut merupakan salah satu menegakkan ajaran Allah, meningkatkan pelayanan yang profesional, meningkatkan kualitas dan kuantitas sumber daya manusia yang ahli di bidang ekonomi syariah, bersikap jujur dalam memasarkan produk seperti halnya Nabi Muhammad SAW. Dalam suatu proses strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah anggota ada pula faktor pendukung dan faktor penghambat. Salah satu faktor pendukung yaitu adanya keterlibatan anggota, dalam hal ini anggota sangatlah penting bagi suatu BMT karena dengan proses pemasaran dari mulut ke mulut (*word of mouth marketing*) hal itu dapat meningkatkan jumlah anggota. Beberapa faktor penghambat yaitu kurangnya SDM di BMT AL HIKMAH, kurangnya pengetahuan masyarakat

mengenai produk sisuqur, adanya persaingan dengan BMT lain di Gunungpati, kurangnya kepercayaan masyarakat untuk menyimpan uangnya di BMT AL HIKMAH.

2. Penerapan strategi pemasaran pada produk sisuqur yang dijalankan BMT AL HIKMAH Cabang Gunungpati II yaitu BMT selalu berusaha menjalankan strategi pemasaran tersebut sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Adapun strategi yang dijalankan BMT AL HIKMAH dengan menggunakan unsur marketing mix, sebagai berikut :

- a. Produk (*Product*), BMT menawarkan produk sisuqur sesuai dengan prinsip syariah.
- b. Harga (*Price*), dengan produk simpanan sisuqur BMT memberikan bagi hasil yaitu dengan porsi 50 untuk BMT dan 50 untuk anggota.
- c. Tempat (*Place*), letak BMT yang strategis bisa menjadi peluang bagi BMT untuk meningkatkan jumlah anggota tapi haruslah disertai kondisi tempat yang bersih dan rapi agar anggota yang datang nyaman.
- d. Promosi (*Promotion*), BMT dapat melakukan promosi dengan cara periklanan (*advertising*), penjualan langsung (*personal selling*), publisitas.
- e. Orang (*People*), *people* meliputi kegiatan untuk karyawan seperti pelatihan. Artinya, adanya pelatihan terhadap karyawan yang masih kurang pemahamannya mengenai

BMT sehingga dalam proses pemasaran mengenai produk-produk BMT AL HIKMAH dapat berjalan sesuai yang diharapkan.

- f. Physical Evidence (Bukti Fisik), terdiri dari bukti fisik dari BMT AL HIKMAH seperti logo BMT.
- g. Process (Proses), hal-hal yang dilakukan dalam suatu proses peningkatan jumlah anggota yaitu sistem jemput bola, pelayanan yang diberikan BMT AL HIKMAH secara maximal (*service excellent*), penawaran produk sisuqur ke jemaah pengajian.

B. Saran

Diharapkan kepada para pimpinan bersama para bawahan untuk dapat meningkatkan upaya-upaya sebagai berikut :

1. Meningkatkan pelayanan kepada anggota
2. Meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap BMT AL HIKMAH
3. Marketing lebih giat dalam memasarkan produk BMT baik simpanan maupun pembiayaan
4. Terus berinovasi dalam menciptakan produk baru agar menarik masyarakat untuk menjadi anggota di BMT AL HIKMAH
5. Membuat kotak saran bagi anggota sehingga bisa menjadi jembatan antara anggota dan BMT agar anggota dapat

menyampaikan kritik dan sarannya untuk dapat ditinjau lebih lanjut oleh BMT AL HIKMAH

C. Penutup

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberi kelancaran, hidayah dan taufik – Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Penulis menyadari meskipun penyelesaian ini telah berusaha semaksimal mungkin, namun penulis tidak lepas dari kesalahan layaknya manusia biasa.

Oleh karena itu penulis memohon maaf atas segala kesalahan yang ada dan juga penulis mengharapkan kritik dari berbagai pihak demi perbaikan yang akan datang. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan dorongan atau motivasi dalam penulisan tugas akhir ini. Semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca umumnya.