BAB V
PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan sebagaimana dipaparkan pada bab-bab sebelumnya tentang strategi pemasaran produk pembiayaan mikro dalam menarik calon nasabah baru di bank syariah mandiri kantor cabang pembantu ungaran, maka dapatlah disimpulkan sebagai berikut :

1. Dalam memasarkan produk pembiayaan mikro sebagai *Micro Financing sales* mempunyai pengetahuan yang luas tentang produk pembiayaan mikro, ketrampilan yang mampu menarik calon nasabah dan sikap yang baik. Dengan hal tersebut diharapkan dapat membentuk citra yang positif dimasyarakat terhadap Bank Syariah Mandiri KCP Ungaran.
2. Strategi yang digunakan oleh Bank Syriah Mandiri KCP Ungaran untuk mengembangkan dan memasarkan produk pembiayaan mikro adalah dengan menggunakan metode marketing mix yaitu meliputi *product, price, place, dan promotion* (4P).
   2.1. *Product*, dalam hal ini produk pembiayaan mikro dengan menggunakan akad murabahah, dan unit mikro menawarkan lima jenis produk pembiayaan. *Pertama* pembiayaan usaha mikro tunas dengan plafon pembiayaan Rp. 2.000.000 – Rp.10.000.000. *Kedua* pembiayaan usaha mikro madya dengan plafon Rp.10.000.000 – Rp.50.000.000. *Ketiga* pembiayaan mikro utama dengan plafon pembiayaan Rp.50.000.000 – Rp. 200.000.000. *Keempat* pembiayaan multiguna mikro dengan plafon Rp.2.000.000 – Rp.200.000.000. *Kelima* pembiayaan mikro top up dengan menambah limit pembiayaan nasabah yang berstatus aktif dengan plafon maksimal Rp. 200.000.000.

2.2. P*rice,* dengan adanya jangka waktu angsuran minimal 12 bulan sampai 60 bulan bagi hasil atau margin yang ditetapkan oleh Bank Syariah Mandiri yaitu s/d 0,7%. Nasabah dapat memilih nominal angsuran yang tercantum didalam brosur dengan kemampuan angsuran atau disesuaikan dengan penghasilan nasabah.

2.3. *Place,* lokasi yang dipilih oleh Bank Syariah Mandiri KCP Ungaran adalah lokasi yang mudah diakses dan dikelilingi oleh sektor-sektor UMKM dan pasar-pasar tradisional yang berada disekitar Bank Syariah Mandiri KCP Ungaran.

2.4. *Promotion,* promosi yang dilakukan Bank Syariah Mandiri KCP Ungaran yaitu melalui, *pertama* periklanan dengan menggunakan brosur, spanduk di media cetak ataupun elektronik. *Kedua,* penjualan pribadi (*personal selling*) yaitu promosi yang dilakukan *Micro Financing Sales* dengan menjelaskan keunggulan produk pembiayaan mikro kepada calon nasabah, serta melakukan survey langsung kelapangan (*on the spot*) dengan melakukan kunjungan pada sektor UMKM seperti pasar tradisional, pedagang kaki lima, industri perumahan, dan lain lain.

3. Dalam memasarkan produk pembiayaan mikro Bank Syariah Mandiri KCP Ungaran memiliki kendala-kendala yang dihadapi.

3.1. Kurangnya pengetahuan dan kepercayaan calon nasabah tentang bank syariah dan akad-akad yang digunakan dalam pembiayaan mikro.

3.2. Loyalitas nasabah ke bank konvensional. Mereka menganggap bahwa produk pembiayaan di bank syariah sama dengan bank konvensional.

3.3. Produk competitor yang lebih murah dari Bank Syariah Mandiri.

Untuk menyelesaikan kendala-kendala yang dihadapi oleh Bank Syariah Mandiri KCP Ungaran, upaya yang dilakukan adalah memberikan pemahaman secara langsung dan jelas tentang seluk beluk bank syariah dan akad yang digunakan pada produk pembiayaan mikro. Bank Syariah Mandiri menggunakan sistem bagi hasil yang bebas dari riba. Penghitungan bagi hasil sesuai dengan penghasilan yang diperoleh bank. Bank Syariah Mandiri juga memberikan pelayanan yang terbaik dan memberikan kemudahan kepada calon nasabah yang akan melakukan pembiayaan di Bank Syariah Mandiri. Hal tersebut dilakukan agar nasabah benar-benar percaya dengan sistem pembiayaan yang berbeda dengan kredit yang ada di bank konvensional.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, dalam kesempatan ini penulis akan sedikit memberikan saran yang diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan bahan pertimbangan bagi perusahaan yang sifatnya untuk kemajuan perusahaan itu sendiri. Setelah mengkaji hasil dari analisis ini maka saran yang dapat diajukan yaitu Bank Syariah Mandiri KCP Ungaran harus lebih mensosialkan produk pembiayaan mikro kepada masyarakat dan pengusaha-pengusaha yang bergerak di sektor UMKM agar lebih banyak masyarakat dan pengusaha skala kecil yang mengenal produk pembiayaan mikro ini, karena sektor UMKM berkontribusi besar terhadap perekonomian masyarakat.

C. Penutup

Syukur *Alhamdulillah* penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena terselesaikannya Tugas Akhir ini tidak luput dari petunjuk dan hidayahNya. Tidak lupa pula penulis ucapkan terimakasih

kepada semua pihak yang telah membantu dalam pengerjaan Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan Tugas Akhir ini masih terdapat banyak kekurangan sehingga kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan. Dan semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi yang membacanya. *Amin ya rabbal alamin*.