

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian permasalahan yang telah di bahas, maka produk Si Sidik di BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Pemalang dapat di simpulkan sebagai berikut :

1. Strategi pemasaran yang di gunakan oleh BMT Bina Ummat Sejahtera pada produk Si Sidik (Simpanan Siswa Pendidikan).

Strategi produk yang di gunakan dalam memasarkan produk Si sidik yaitu dengan menggunakan unsur 4 P :

- a. Produk

Produk Si Sidik di tunjukan kepada lembaga sekolah. Maka, pembukaan rekening pada tabungan Si Sidik juga berbeda dengan lainnya. Pembukaan rekening pada produk tabungan Si Sidik di laksanakan pada awal tahun ajaran baru yaitu sekitar bulan Juli dan penutupan rekeningnya di laksanakan pada akhir tahun ajaran yaitu bulan Juni.

Peran dari tabungan Si Sidik adalah sebagai rencana biaya pendidikan anak di masa yang akan datang guna dalam menyusun biaya pendidikan yang tidak di tanggung oleh pemerintah. Tabungan Si Sidik tidak bisa di tarik sewaktu-waktu, tetapi tabungan Si Sidik ini dapat di tarik pada saat siswa tamat jenjang pendidikan. Pada setiap kenaikan kelas pihak BMT Bina Ummat Sejahtera akan memberikan Bea Siswa kepada peserta Si Sidik yang berprestasi di kelas yang nominalnya di tentukan dari pihak BMT.

b. Harga

Dalam menentukan harga suatu produk pada lembaga keuangan merupakan sesuatu yang penting untuk menarik minat nasabah. Dalam hal ini penentuan harga di BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Pematang menetapkan harga yang bervariasi. Dalam Produk Si Sidik ini BMT menetapkan harga dengan setoran dari 100.000, 150.000, 200.000, 300.000, sampai dengan 500.000 perbulanya. Produk Si Sidik ini bebas biaya administrasi karena itu sudah menjadi tanggungan oleh lembaga

c. Promosi

Promosi yang dilakukan BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Pemalang yaitu dengan memberikan informasi kepada calon anggota, mendatangi calon anggota baik perorangan maupun di lembaga pendidikan. Selain itu, promosi yang dilakukan oleh BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Pemalang untuk produk Si Sidik adalah dengan periklanan, Penjualan, dan Personall selling.

d. Tempat (Place)

Lokasi yang strategis sebagai saluran distribusi merupakan factor pendukung dalam mengoptimalkan jumlah nasabah. Lokasi BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Pemalang yaitu di Jl Jendral Sudirman Komplek Perhutani Ruko Blok A No 2 pemalang. Lokasinya berada di pasar pagi pemalang dan lokasi yang dapat dilihat dari jalan raya. Lokasi kantor juga BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Pemalang mendukung bagi para nasabah karena dilalui oleh angkutan umum. Selain lokasi yang strategis interaksi BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Pemalang dengan anggota dapat melalui sistem jemput bola.

2. Kendala-kendala yang di hadapi dalam memasarkan produk simpanan Si Sidik pada BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Pematang

Adapun kendala yang di hadapi BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Pematang dalam memasarkan produk Simpanan Siswa Pendidikan adalah sebagai berikut :

- a. Kurangnya Sumber Daya Manusia (SDM) yang memadai yaitu berhubungan dengan kurangnya jumlah pegawai di BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Pematang, dimana para pegawai melakukan pekerjaan bagian lainya. Sehingga, dalam hal penyampaian dan pengenalan Si Sidik kepada calon nasabah kurang efektif dan efisien.
- b. Peran Marketing, peran marketing yang hanya terfokus pada produk keunggulanya yaitu Si Relu dan pembiayaan sehingga marketing jarang menyampaikan produk Si Sidik.
- c. Tingkat kesadaran masyarakat Untuk berinvestasi yang masih minim, yang menjadi kendala salah satunya masalah ekonomi yang masih kurang dan tingkat kesadaran pada masyarakat umumnya masih kurang dalam melakukan pentingnya berinvestasi

karena orang tua belum memikirkan masa depan anaknya.

d. Kurangnya perhatian terhadap produk Si Sidik

Yang di maksud dengan kurangnya perhatian di disini adalah ketika pihak marketing di BMT BUS Cabang Pemalang melakukan kegiatan promosi di lapangan, masyarakat sekitar yang umumnya masyarakat menengah ke bawah tidak merespon dengan kegiatan promosi yang di lakukan oleh BMT.

B. Saran

1. Perlunya sosialisasi produk simpanan siswa pendidikan (Si Sidik) kepada masyarakat pada umumnya agar masyarakat sadar bahwa pentingnya untuk berinvestasi agar meringankan biaya di masa depan.
2. Lebih tingkatkan lagi kualitas SDM (sumber daya manusia) dengan mengikuti pelatihan-pelatihan.
3. Lebih tingkatkan lagi dalam mempromosikan produk-produknya agar di kenali oleh masyarakat.
4. Sebaiknya jangan fokus pada produk satu saja seperti si rela atau pun pembiayaan tetapi lebih fokus juga ke produk yang lainnya.