

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian permasalahan yang telah dibahas, menunjukkan bahwa strategi pemasaran di BMT Amanah Usaha Mulia Magelang dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh BMT Amanah Usaha Mulia Magelang dalam pemasaran produknya untuk meningkatkan jumlah nasabah adalah:
 - a. Menetapkan target pasar, segmentasi pasar yang dipilih oleh BMT Amanah Usaha Mulia Magelang sebagai berikut:
 - 1) Melihat potensi pasar, bahwa profesi yang layak dibiayai adalah pedagang karena putaran cash flownya yang cepat.
 - 2) Melihat potensi wilayah, BMT Amanah Usaha Mulia Magelang hanya menasar ke wilayah yang potensi ekonominya baik.
 - 3) Potensi pasar, BMT Amanah Usaha Mulia Magelang hanya market kepasar yang potensi ekonominya bagus. Sebagai contoh pasar Tegalrejo dan pasar Babrik.

- b. Memilih bauran pemasaran, BMT Amanah Usaha Mulia Magelang melakukan tindakan yang terdiri dari 4 macam yaitu:
- 1) Strategi pemasaran, produk yang dimiliki BMT Amanah Usaha Mulia Magelang adalah produk yang ditawarkan bebas dari unsur riba.
 - 2) Strategi harga, penetapan strategi harga dalam pemasaran produk dengan setoran awal Rp. 10.000,- untuk SIRELA (simpanan suka rela) setoran selanjutnya minimal Rp. 5.000,- dan setoran awal Rp. 2.000,- (wadiah).
 - 3) Strategi promosi, yang digunakan dalam menghadapi persaingan dalam memasarkan produknya sarana atau alat yang digunakan adalah periklanan (advertising), publisitas (publicity), dan penjualan pribadi (personal selling).
 - 4) Strategi distribusi, dengan layanan jemput bola maupun menjangkau pasar yang jauh sekalipun nasabah tidak usah datang ke BMT seperti pasar Tegalrejo, pasar Babrik, dan pasar Blabak atau kerumah-rumah yang jauh dari jangkauan sehingga yang jauh dari lokasi dapat memanfaatkan layanan tersebut.

2. Faktor yang mempengaruhi dalam strategi pemasaran produk BMT Amanah Usaha Mulia Magelang dalam pemasaran produknya yaitu faktor dari luar dan faktor dari dalam. Faktor dari luar antara lain persaingan yang begitu ketat, kurangnya pengetahuan dan pemahaman masyarakat tentang sistem perbankan syariah. Faktor yang dari luar meliputi bidang administrasi dan bidang SDM. Upaya untuk meningkatkan pemasaran produk-produk pada BMT Amanah Usaha Mulia Magelang yaitu dengan cara bersilaturahmi, bertujuan menjalin suatu kekeluargaan yang akan menciptakan suatu kepercayaan bagi anggota atau calon anggota.

B. Saran

Berdasarkan hasil Praktek Kerja Lapangan pada BMT Amanah Usaha Mulia Magelang, maka penulis memiliki saran sebagai berikut:

1. Komunikasi antar karyawan harus tetap terjaga untuk menjaga kekompakan dalam mengelola BMT Amanah Usaha Mulia Magelang
2. Hubungan karyawan dengan nasabah harus tetap dijaga
3. Promosi produk lebih maksimal supaya lembaga keuangan ini dapat cepat berkembang

4. BMT Amanah Usaha Mulia Magelang terus meningkatkan produk tabungan simpanan maupun pembiayaan produktif atau konsumtif sehingga dapat membantu perkembangan ekonomi masyarakat disekitar BMT Amanah Usaha Mulia Magelang dan umat muslim pada khususnya

C. Penutup

Alhamdulillah robbil alamin, segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan nikmat dan limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan lancar. Tugas akhir ini hanya merupakan bagian pembahasan yang sangat kecil dari sebuah permasalahan strategi pemasaran dalam meningkatkan nasabah BMT Amanah Usaha Mulia Magelang. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan tugas akhir ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan seperti peribahasa “tiada gading yang tak retak”. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bermanfaat. Semoga tugas akhir ini memberi manfaat kepada penulis dan pembaca lainnya.