

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan sebagaimana yang telah dipaparkan dihalaman-halaman sebelumnya tentang strategi *marketing* dalam meningkatkan jumlah anggota pada pembiayaan mitra usaha di BMT Fastabiq Cabang Jekulo, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kendala-kendala yang dihadapi oleh *marketing* dalam upaya meningkatkan jumlah anggota pada pembiayaan mitra usaha di BMT Fastabiq Cabang Jekulo dan solusi yang dilakukan adalah:
 - a. Dalam segi produk, yaitu pemahaman masyarakat yang masih kurang terhadap produk di BMT Fastabiq Cabang Jekulo, khususnya pembiayaan mitra usaha; banyaknya pesaing dari pihak lain baik dari sesama BMT atau pun dari bank konvensional sehingga menjadikan nasabah banyak pilihan dalam memilih produk yang diinginkan. Sehingga solusi yang dilakukan adalah melakukan sosialisasi dan penyebaran informasi melalui brosur, media sosial, media internet dan meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabah.
 - b. Dalam segi lokasi, yaitu luas kantor yang sempit. Solusi yang dilakukan adalah dengan menggunakan strategi jemput bola, yang dilakukan oleh *marketing*.
 - c. Dalam segi promosi, yaitu kurangnya tenaga *marketing* yang ada di BMT Fastabiq Cabang Jekulo, sehingga promosi yang dilakukannya pun kurang maksimal; tidak ada promosi khusus untuk produk pembiayaan mitra usaha. Solusi yang dilakukan adalah lebih memperbanyak promosi terkait produk tersebut kepada masyarakat dan melakukan pendekatan-pendekatan khusus kepada masyarakat.
 - d. Loyalitas masyarakat terhadap bank konvensional. Solusi yang dilakukan adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabah, melakukan strategi jemput bola, dan menjelaskan kepada masyarakat bahwa BMT termasuk Lembaga Keuangan Syariah yang bebas dari riba.
2. Strategi *Marketing* dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah pada Pembiayaan Mitra Usaha di BMT Fastabiq Cabang Jekulo yaitu:
 - a. Melakukan *marketing mix* atau bauran pemasaran, yaitu memperkenalkan produk, menentukan harga, menentukan lokasi pemasaran, dan melakukan promosi.

- b. Melakukan strategi bersaing dengan sehat, yaitu dengan meningkatkan kualitas pelayanannya yang baik dengan calon nasabah atau pun dengan nasabah.
- c. Dari strategi *marketing* yang diterapkan di BMT Fastabiq Cabang Jekulo dapat membuahkan hasil, karena berpengaruh terhadap peningkatan anggota pada pembiayaan mitra usaha.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dalam kesempatan ini penulis akan sedikit memberikan saran kepada BMT Fastabiq Cabang Jekulo yang sifatnya membangun dan semoga bermanfaat untuk BMT Fastabiq Cabang Jekulo. Saran dari penulis mengenai strategi *marketing* dalam meningkatkan jumlah anggota pada pembiayaan mitra usaha yaitu:

1. Agar selalu berinovasi dalam menerapkan strategi yang dilakukan oleh *marketing*.
2. Berusaha menciptakan ide-ide baru yang dapat menarik minat nasabah yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah
3. Lebih meningkatkan pemasaran produk yang berkaitan dengan produk pembiayaan mitra usaha dengan memanfaatkan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi.
4. Meningkatkan kegiatan promosi di masyarakat dan memperluas jaringan kerjasama dengan perusahaan/ instansi lain.
5. Upaya sosialisasi yang lebih intensif lagi terutama dalam meningkatkan pemahaman dan persepsi masyarakat terhadap produk dan sistem perbankan syariah.

C. Penutup

Dengan mengucap rasa syukur Alhamdulillah kepada Allah SWT atas segala karunia yang telah Ia berikan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini tepat pada waktunya. Tidak lupa pula penulis ucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan Tugas Akhir ini. Penulis menyadari bahwa penyusunan Tugas Akhir ini tidak luput dari kesalahan dan kekurangan, sehingga penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun kepada semua pihak yang telah membaca. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat dan dapat dijadikan referensi oleh para pembaca. *Amin.*