

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Dari penelitian yang dilakukan, penulis menyimpulkan sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran di BMT Ar Rohmah Harapan Umat sudah cukup baik. Segmentasi dan target pasar yang dilakukan sudah baik. Dan akan lebih baik lagi jika segmentasi geografisnya ditambah lagi. Bukan hanya di Kecamatan Margorejo, Pati, dan Gabus. Akan tetapi bisa menyentuh seluruh kecamatan di kabupaten Pati. Strategi *positioning* sudah baik dengan memberikan arahan pada calon anggota bahwa produk BMT Ar Rohmah Harapan Umat sesuai dengan syariat Islam. Hanya saja strategi di bauran pemasaran yang harus diperbaiki terutama dalam hal promosi. BMT Ar Rohmah Harapan Umat harus bisa memanfaatkan teknologi yang ada untuk memasarkan produknya agar bisa berkembang lebih pesat lagi. Akan tetapi, dalam strategi penetapan nisbah, BMT Ar Rohmah Harapan Umat lebih baik, karena akan menurunkan nisbah pembiayaan sampai 1% jika anggota melakukan pembiayaan lagi di BMT tersebut setelah pembiayaan pertama selesai. Dalam hal pelayanan, BMT Ar Rohmah Harapan Umat sudah memberikan pelayanan yang ramah dan sopan kepada anggotanya.
2. Strategi pemasaran di BMT Amanah sudah baik. Segmentasi dan target pasar sudah mencakup keseluruhan sendi kehidupan dalam keluarga. Strategi *positioning* juga sudah cukup menarik para calon anggota dengan memberikan wawasan bahwa produk BMT Amanah berdasarkan syariat Islam. Bauran pemasaran yang digunakan juga baik terutama dalam hal promosi. BMT Amanah sudah memanfaatkan kemajuan teknologi untuk menarik calon anggota. BMT Amanah juga memberi layanan *sms banking* untuk memudahkan anggota dalam

transaksi. Dalam hal pelayanan, karyawan BMT Amanah sudah memberikan pelayanan terbaik untuk anggotanya meskipun karyawan BMT ini semuanya laki – laki.

3. Perbandingan strategi pemasaran BMT AR Rohmah Harapan Umat dan BMT Amanah yaitu: segmentasi dan target pasar BMT Ar Rohmah Harapan Umat adalah UMKM dan petani, sedangkan segmentasi dan target pasar BMT Amanah adalah keluarga. Strategi *positioning* BMT Ar Rohmah Harapan Umat dan BMT Amanah tidak ada perbedaan yaitu dengan meyakinkan calon anggota bahwa produk BMT Ar Rohmah Harapan Umat dan BMT Amanah benar – benar berdasarkan syariat Islam. Dalam hal bauran pemasaran, untuk produk yang ditawarkan sama. Strategi lokasi BMT Ar Rohmah Harapan Umat dan BMT Amanah sama yaitu berlokasi di desa. Dalam menentukan nisbah, BMT Ar Rohmah Harapan Umat akan menurunkan nisbah hingga angka 1% jika anggota melakukan pembiayaan lagi setelah pembiayaan pertama selesai, Sedangkan di BMT Amanah, nisbah tetap. Dari strategi promosi, BMT Amanah telah menggunakan *website*, *facebook*, brosur, kalender, dan petugas pemasaran untuk memasarkan produk. Sedangkan di BMT Ar Rohmah Harapan Umat menggunakan kalender, forum pembagian zakat, dan petugas pemasaran dalam memasarkan produk. Dari segi pelayanan, BMT Ar Rohmah Harapan Umat dan BMT Amanah memberikan pelayanan yang ramah dan sopan. Dari segi perolehan laba kotor yang dihasilkan selama tiga tahun terakhir, BMT Ar Rohmah Harapan Umat memperoleh laba kotor lebih tinggi daripada BMT Amanah. Akan tetapi dari segi persentase pertumbuhan laba, BMT Amanah memperoleh persentase pertumbuhan laba yang lebih tinggi daripada BMT Ar Rohmah Harapan Umat.

B. Saran

Sehubungan dengan hasil penilitan yang penulis lakukan, kiranya dapat memberikan saran – saran sebagai berikut:

1. Pihak BMT Ar Rohmah Harapan Umat

Sebaiknya segmentasi geografis dari BMT Ar Rohmah Harapan Umat diperluas. Bukan hanya tiga kecamatan saja. Hal ini berguna untuk menambah anggota. Kemudian pihak manajer juga penulis sarankan untuk memanfaatkan teknologi yang sudah maju untuk memasarkan produk. Jadi produk BMT bisa diketahui oleh masyarakat.

2. Pihak BMT Amanah

Sebaiknya pihak manajer memberi pengetahuan dan peraturan yang jelas kepada karyawan yang kemudian disampaikan kepada anggota bahwa buku tabungan hanya bisa digunakan pemiliknya saja. Hal ini dilakukan supaya tidak terjadi penyalahgunaan buku tabungan anggota.

C. Penutup

Alhamdulillah atas berkat rahmat Allah SWT, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Perbandingan Strategi Pemasaran Di BMT Ar Rohmah Harapan Umat Pati Dengan BMT Amanah Kudus Dalam Meningkatkan Laba Usaha”.

Penulis sadar bahwa penyusunan skripsi ini masih kurang sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran sangat penulis butuhkan demi perbaikan dalam penelitian ini. Dan semoga penyusunan skripsi ini dapat memberikan manfaat dan wawasan bagi penulis khususnya dan pembaca pada umumnya.

Akhirnya tak lupa penulis ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan motivasi kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.