

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Strategi pemasaran adalah rencana yang menyeluruh dalam menjalankan kegiatan untuk mencapai tujuan perusahaan. Sedangkan loyalitas anggota adalah suatu kesetiaan yang dimiliki anggota sehingga ia tetap bertahan di suatu perusahaan dalam jangka waktu yang lama. Strategi pemasaran yang diterapkan pada BMT menggunakan beberapa pendekatan yang disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan anggotanya. Hal itu dianalisa dan diimplementasikan dari tujuh hal, yang dikenal dengan istilah bauran pemasaran atau dikenal dengan tujuh (7) P, yaitu *product, price, promotion, place, people, process, dan physical evidence*. Selain itu BMT Mubarakah juga menerapkan strategi pemasaran secara syariah dengan menerapkan empat sifat nabi diantaranya *shiddiq, amanah, fathanah, dan tabliq*.
2. Hambatan-hambatan yang dihadapi BMT Mubarakah dalam menerapkan strategi pemasaran untuk meningkatkan loyalitas antara lain adalah: a). Kurangnya SDM (sumber daya manusia) yang kompeten. b) kurangnya pemahaman konsumen mengenai sistem lembaga keuangan syariah. c) banyaknya pesaing dari bank lain sehingga menjadikan anggota lebih banyak pilihan. Solusi dalam hal ini adalah dengan melakukan kontrol serta pelatihan yang intensif dari pihak BMT Mubarakah Undaan terhadap tenaga pemasar. Alangkah baiknya BMT Mubarakah Kudus untuk memperbanyak sosialisasi kepada masyarakat sehingga BMT Mubarakah Undaan bisa dikenal lebih dalam. Selain itu pihak BMT dapat memberikan kemudahan dalam prosedur dan mekanisme produk simpanan maupun pembiayaan. Misalnya dengan persyaratan yang mudah dan biaya yang

efektif terjangkau sehingga pelayanan yang baik dan efisien akan menjadi tonggak bagi sistem BMT Mubarakah.

B. Keterbatasan Penelitian

1. Penelitian ini hanya terbatas pada satu tempat dan satu jenis lembaga usaha dan satu jenis lembaga keuangan syariah yaitu *Baitul Maal Wat Tamwil* Mubarakah yang berpusat di Kecamatan Undaan Kabupaten Kudus.
2. Penelitian ini hanya meneliti strategi pemasaran dengan variabel Marketing Mix 7P, yaitu *product, price, promotion, place, people, process, dan physical evidence* dan juga menerapkan empat sifat nabi dalam berbisnis, yaitu *siddiq, amanah, fathanah, dan tabliq*.
3. Penelitian ini hanya bertujuan untuk mengetahui tingkat loyalitas anggota BMT Mubarakah setelah menerapkan strategi pemasaran.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan maka selanjutnya peneliti menyampaikan saran-saran yang kiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait atas hasil penelitian ini.

Adapun saran-saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi BMT Mubarakah
Solusi untuk mengatasi hambatan dari strategi pemasaran BMT Mubarakah Undaan dalam meningkatkan loyalitas anggota adalah:
 - a. Memaksimalkan strategi pemasaran dalam meningkatkan loyalitas anggota, sehingga BMT Mubarakah Undaan Lor memiliki keunggulan kompetitif yang kuat dan mampu bersaing dengan lembaga keuangan lain.
 - b. Mempertahankan nuansa islami dan mengikutkan karyawan, terutama tenaga marketing dalam pelatihan-pelatihan untuk meningkatkan kualitas SDM

- c. Lebih meningkatkan sosialisasi pada produk-produk BMT Mubarakah, terutama produk simpanan kepada masyarakat luas. Hal ini dikarenakan tingkat pemahaman dan pengetahuan masyarakat masih rendah dan juga banyak yang menganggap bahwa lembaga keuangan syari'ah tidak ada bedanya dengan lembaga keuangan konvensional
 - d. Selalu melakukan inovasi terhadap produk-produk yang akan dikeluarkan agar anggota lebih tertarik dan jumlah anggota yang bergabung akan semakin bertambah dengan tetap memperhatikan kebutuhan dan keinginan anggotanya bukan hanya berdasarkan ikut-ikutan produk lembaga keuangan lain.
 - e. Meluncurkan peralatan operasional baru dengan teknologi yang canggih dan modern seperti ATM. Sehingga anggota dapat menarik dana di mana saja. Hal ini bertujuan untuk memberikan pelayanan kepada anggota secara cepat dan lebih memuaskan.
2. Bagi peneliti selanjutnya
- a. Semoga dalam penelitian selanjutnya bisa lebih mengembangkan penelitian tentang strategi pemasaran dengan orang-orang yang ahli dan kompeten dalam bidang pemasaran sehingga bisa mengetahui kekurangan dalam pemasaran.
 - b. Diharapkan bisa lebih menguasai lagi tentang pemasaran, sebagai ilmu yang didapatkan dalam marketing agar bisa diamalkan dimasyarakat
 - c. Semoga hasil penelitian ini bisa menjadi referensi untuk melakukan penelitian-penelitian selanjutnya yang lebih baik lagi

D. Penutup

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, serta hidayah-Nya kepada kita semua. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, meskipun penulis sudah berusaha semaksimal mungkin dalam

menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya. Oleh karena itu penulis dengan rendah hati sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca demi kesempurnaan skripsi ini.

Akhirnya sebagai penutup peneliti berdo'a, semoga skripsi yang masih banyak kekurangan ini ada manfaat bagi para pembaca. Semoga kita semua selalu dalam ridho dan menerima kebahagiaan dunia serta akhirat dari Allah SWT. *Amin*

