

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil pengumpulan data, pengelolaan data, dan analisis terkait pembahasan tentang analisis faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah menabung dan strategi bersaing dalam meningkatkan jumlah nasabah menabung di KSPS BMT Logam Mulia Cabang Klambu maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Faktor-faktor yang menjadi ajuan dalam penelitian ini yakni variabel pelayanan, variabel produk, variabel bagi hasil dan variabel lokasi ini memiliki beberapa perbedaan. Variabel pelayanan, ini mempengaruhi nasabah karena adanya sistem jemput bola yang memudahkan nasabah untuk menabung, variabel produk mempengaruhi nasabah karena produk simpanan mulia ini dapat memenuhi kebutuhan nasabah karena produk simpanan mulia ini adalah simpanan yang bisa diambil sewaktu-waktu, variabel bagi hasil, bagi hasil yang diberikan yang dinilai cukup banyak dari pada bagi hasil yang diberikan lembaga lainnya namun banyak nasabah yang tidak mengetahui pembagian bagi hasil tersebut namun hal tersebut tidak menghalangi nasabah untuk tetap menabung dan variabel lokasi tidak berpengaruh dengan keinginan nasabah untuk menabung karena adanya sistem pelayanan yang diberikan oleh KSPS BMT Logam Mulia Cabang Klambu. Sedangkan untuk faktor yang paling mendominasi diantara variabel pelayanan, variabel produk, variabel sistem bagi hasil dan variabel lokasi adalah variabel pelayanan.
2. Strategi pemasaran yang dibuat oleh KSPS BMT Logam Mulia Cabang Klambu dalam meningkatkan jumlah nasabah yakni dengan pelayanan, perencanaan produk dan promosi dengan personal selling. Sedangkan upaya yang digunakan untuk mendapatkan nasabah adalah dengan memberikan pelayanan serta memberikan kepercayaan kepada nasabah. Adapun yang dilakukan untuk meningkatkan daya saing dengan lembaga

lainnya KSPS BMT Logam Mulia Cabang Klambu memiliki strategi diantaranya: adanya potongan administrasi, bagi hasil yang ditawarkan, proses permohonan menjadi nasabah sangat mudah dan pelayanan dengan jemput bola.

3. Kendala yang dialami KSPS BMT Logam Mulia Cabang Klambu dalam mempengaruhi nasabah untuk menabung adalah adanya daya saing dengan lembaga lain dan promosi dengan personal selling yang menjadi kendala ini adalah waktu yang tidak maksimal.

B. Saran

Dari penelitian yang dilakukan peneliti, maka peneliti mempunyai beberapa saran yang sekiranya dapat meningkatkan dan memiliki sebuah dampak positif terhadap KSPS BMT Logam Mulia Cabang Klambu kedepannya, yakni:

1. Mengingat factor pelayanan merupakan faktor dominan dalam mempengaruhi nasabah untuk menabung, maka untuk meningkatkan jumlah nasabah, pihak KSPS BMT Logam Mulia Cabang Klambu harus lebih giat lagi memberikan pelayanan yang baik dan memberikan pengetahuan kepada nasabah tentang bunga adalah riba dan bagi hasil adalah halal.
2. Strategi pemasarannya lebih ditingkatkan lagi supaya menjadi BMT kepercayaan khususnya masyarakat yang berada di Kecamatan Klambu.
3. Untuk meningkatkan upaya strategi promosi dengan media *personal selling*, perlu untuk menambah jumlah pemasar/*marketing* agar hasil yang didapat lebih memuaskan dari sebelumnya. Dan lebih efektif dan efisien dalam memasarkan produk yang dimiliki KSPS BMT Logam Mulia Cabang Klambu.