BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian dari paparan hasil penelitian yang telah peneliti sajikan mengenai strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah anggota BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran yang diterapkan oleh BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung untuk meningkatkan jumlah anggotanya yaitu dengan menggunakan strategi segmentasi pasar (*market segmentation*), anggaran pemasaran (*marketing budget*), penentuan waktu (*timing*), dan bauran pemasaran yaitu 6P (*product, price, place, promotion, people,* dan *process*). Untuk segmentasi pasar (*market segmentation*) di BMT Sinar Amanah yaitu strategi arah sasaran dan pemasarannya ditujukan ke seluruh lapisan masyarakat. Untuk anggaran pemasaran (*marketing budget*) direncanakan seminimal mungkin dengan memaksimalkan anggarannya untuk biaya promosi diantaranya untuk mencetak brosur, biaya iklan radio dan biaya untuk melakukan *personal selling*. Untuk waktu (*timing*) kapan saat yang tepat dilakukan kegiatan pemasaran di BMT Sinar Amanah kegiatan pemasaran dilakukan kapan saja dan dimana saja tanpa melihat batasan waktu. Strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) 6P diantaranya strategi produk yang beragam, strategi harga yang kompetitif, strategi

tempat yang strategis, strategi promosi dengan cara *personal selling*, iklan melalui media sosial dan media elektronik, strategi sumberdaya manusia yang memberikan pelayanan yang terbaik, dan strategi proses pemasaran dengan menetapkan target agar mendapatkan hasil yang maksimal.

2. Kendala dan solusi dalam menjalankan strategi pemasaran di BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung sebagai berikut:
   a. Kendala dalam menjalankan strategi pemasaran di BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung, diantaranya:
      1) Minimnya pengetahuan yang dimiliki oleh masyarakat mengenai perbedaan dari lembaga keuangan syariah dengan lembaga keuangan konvensional.
      2) Kesulitan meyakinkan masyarakat untuk menjadi anggota karena pernah terjadi citra buruk yang dilakukan salah satu koperasi di daerah Bendilwungu dan adanya masyarakat yang mengajukan pembiayaan terlalu besar tanpa melihat kemampuan yang dimilikinya.
      3) Adanya pesaing yang memiliki usaha di bidang yang sama.
      4) Hasil dari strategi pemasaran yang diterapkan saat ini belum maksimal karena jumlah anggota dari tahun ke tahun mengalami kenaikan dan penurunan yang berubah-ubah.
   b. Solusi dalam menjalankan strategi pemasaran di BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung, diantaranya:

1) Memberikan penjelasan kepada masyarakat tentang perbedaan diantara keduanya yaitu sistem yang diterapkan di lembaga keuangan syariah dan konvensional.
2) Menarik minat masyarakat agar mau untuk menjadi anggota yaitu dengan menjelaskan keunggulan dari BMT Sinar Amanah.
3) Meningkatkan strategi pemasaran yang diterapkan saat ini. Salah satu cara meningkatkan strategi pemasaran yaitu menambah jumlah karyawan bagian *marketing* yang ada saat ini agar jaringan pemasaran bisa lebih luas.
4) Memperluas jaringan pemasaran dengan memperbanyak promosi.
5) Pihak manajemen merencanakan strategi untuk mengajak para pengusaha agar menjadi anggotanya yaitu dengan membuat perjanjian di depan notaris saat melakukan kegiatan pendanaan tujuannya yaitu meyakinkan para pengusaha bahwa BMT Sinar Amanah itu bertanggung jawab.

B. Saran

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah anggota BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung. Berdasarkan pada kesimpulan di atas, maka dapat diambil beberapa saran yang dapat diungkapkan oleh peneliti sebagai berikut:

1. Bagi BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung harus lebih meningkatkan strategi pemasaran dengan memberikan strategi pemasaran yang baru dan berbeda dengan para pesaing agar banyak masyarakat yang tertarik dan berminat untuk bergabung menjadi anggota di BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung.
2. Bagi penelitian selanjutnya, apabila ingin memperdalam penelitian mengenai strategi pemasaran sebaiknya menambahkan variabel penelitian jika akan meneliti dengan topik yang sama yakni menambahkan variabel yang berkaitan dengan strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah anggota, loyalitas anggota, kepuasan anggota di BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung sehingga dapat menambah informasi yang penting untuk eksistensi BMT di seluruh Indonesia.