

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan berupa data-data dari observasi, wawancara serta dokumentasi sehingga diperoleh hasil seperti yang dikemukakan pada bab sebelumnya dan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi Pemasaran BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Kanigoro dalam memasarkan produk simpanan *mudharabah* yang dipakai yaitu : melalui pendekatan pada nasabah, melalui promosi, menentukan lokasi segmentasi pasar dan pemasaran, dan memberikan pelayanan yang baik pada nasabah merupakan strategi khusus yang dijalankan, dengan menggunakan metode jemput bola pada nasabah. Dimana pihak BMT akan datang kerumah-rumah nasabah untuk mengambil dana simpanan atau uang yang akan ditabung dengan berpakaian yang rapi dan sopan dengan memakai sarung dan peci berbeda dengan pakaian bank yang lain. Dan juga menggunakan strategi promosi yang menggunakan atau mencari nasabah dari menggandeng tokoh agama untuk dapat menarik masyarakat yang lain untuk menjadi nasabah.
2. Kendala yang muncul disetiap kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh BMT UGT Sidogiri kanigoro yakni kurangnya pemahaman masyarakat mengenai produk-produk simpanan BMT UGT Sidogiri dan juga pemahaman masyarakat

mengenai bank syariah yang masih kurang dan masih disamakan dengan bank konvensional.

3. Solusi mengatasi kendala yang dihadapi dalam permasalahan di BMT UGT Sidogiri Kanigoro dalam menerapkan metode pemasarannya yaitu dengan sebagai berikut: Memberikan edukasi kepada masyarakat tentang cara bermuamalah yang sesuai dengan syariah Islam, menjelaskan alur dana yang dihimpun dari nasabah yang diolah dengan sistem yang sesuai dengan syariah, memberikan pemahaman serta pengertian bahwa BMT dalam menjalankan kegiatannya bebas dari bunga. Dan dalam melakukan sosialisasi dilakukan dan dikemas secara menarik dalam penyampaiannya, seperti menjelaskan keuntungan serta fasilitas-fasilitas yang didapat dan diberikan oleh BMT. Dan selalu memberikan pelayanan yang sebaik mungkin kepada nasabah untuk menumbuhkan rasa kepercayaan dan loyalitas nasabah kepada BMT.

B. Saran

Setelah mengadakan penelitian dan pengamatan keadaan serta solusi di BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Kanigoro, maka peneliti memberikan saran antara lain :

1. Bagi BMT

Strategi pemasarannya lebih ditingkatkan lagi supaya menjadi BMT menjadi kepercayaan masyarakat di kanigoro dan sekitarnya. Melakukan sosialisasi produk-produk BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Kanigoro kepada masyarakat khususnya produk simpanan. Hal ini, dikarenakan tingkat

pemahaman dan pengetahuan masyarakat tentang menabung masih rendah dan juga masih banyak yang belum mengerti dan salah faham tentang bank syariah dan masih menganggap sama saja dengan bank konvensional. Jadi BMT UGT Sidogiri harus lebih memberikan sosialisasi bagaimana pemahaman mengenai perbedaan bank syariah dan bank konvensional dengan pendekatan melalui tokoh agama, jama'ah pengajian, dan lembaga pendidikan. Menambah jam kerja atau pegawai baru untuk menambah pelayanan yang diberikan kepada nasabah yang telah bertambah, serta pantang menyerah dalam memberikan pengetahuan mengenai bank syariah.

2. Bagi Akademik

Penelitian ini dijadikan referensi pembendaharaan di perpustakaan di bidang Ekonomi dan Bisnis Islam agar dapat bermanfaat sebagai dokumentasi ilmiah untuk kegiatan akademik bagi pihak kampus.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Sebagai tambahan atau sumber referensi bagi peneliti lanjutan mengenai strategi pemasaran yang sesuai dengan penelitian yang ada dalam penelitian.