

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan pada bab IV dari hasil penelitian yang penulis lakukan mengenai implementasi strategi marketing dalam pencapaian target dan pihak ke tiga dan penyaluran pembiayaan di BMT Dinar Amanu Tulungagung, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Dalam implementasinya strategi marketing untuk pencapaian target dana simpanan maupun penyaluran pembiayaan yaitu tetap menggunakan strategi bauran pemasaran pada umumnya yang meliputi 4P (product, price, promotion, place). Untuk proses pemasaran BMT Dinar Amanu masih berfokus pada sistem jemput bola, dengan memberikan brosur dan pengarahan mengenai produk-produk BMT secara langsung kepada masyarakat yang didatangi. Upaya mendapatkan nasabah di BMT Dinar Amanu Tulungagung meliputi: pelayanan yang baik terhadap nasabah ataupun calon nasabah, lokasi yang mudah dijangkau seperti dekat dengan jalan, dekat pasar, dan bisa dituju dari sebelah timur barat selatan ataupun utara, kemudian yang terpenting adalah lokasi BMT berada ditengah-tengah masyarakat.

2. Kendala yang dihadapi BMT Dinar Amanu adalah diantaranya masih kurangnya mensosialisasikan ke masyarakat pedesaan untuk mengenalkan mengenai Bank Syariah maupun Baitul Mal Wa Tamwil beserta produk-produk yang ditawarkan di BMT, salah satunya di BMT Dinar Amanu Tulungagung. Serta kurangnya inovasi dalam promosi seperti membuat papan nama didepan kantor BMT maupun membuat spanduk dipinggir jalan raya yang mudah terlihat orang melintas.

Solusinya, segera membuat inovasi baru untuk pemasaran produk tabungan. Serta mensosialisasikan kepada masyarakat sekitar yang belum mengetahui kinerja serta produk BMT bahwa BMT merupakan lembaga keuangan yang memiliki sistem bagi hasil bukan bunga, serta memiliki keuntungan seperti mendapat bagi hasil untuk produk tabungan, dan tidak adanya biaya pemeliharaan untuk setiap bulannya.

3. Dampak bauran pemasaran bagi lembaga BMT Dinar Amanu adalah akan meningkatkan jumlah nasabah penabung atau pembiayaan. Menambah karyawan pada bagian marketing, pastinya akan lebih banyak pula yang berminat untuk menggunakan jasa BMT.

B. Saran

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui implementasi strategi marketing dalam target pencapaian jumlah dana simpanan dan penyaluran pembiayaan di BMT Dinar Amanu Panjerejo Tulungagung. Berdasarkan

pada kesimpulan di atas, maka dapat diambil beberapa saran yang dapat diungkapkan oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Bagi Lembaga

BMT Dinar Amanu Tulungagung harus meningkatkan dan lebih gencar dalam memasarkan dan mempromosikan keberadaan BMT dengan strategi-strategi marketing yang baru dan berbeda dengan para pesaing, agar banyak masyarakat yang tertarik dan berminat untuk bergabung menjadi anggota BMT Dinar Amanu Tulungagung baik menjadi nasabah penabung maupaun nasabah pembiayaan.

2. Bagi penelitian selanjutnya

Apabila ingin memperdalam penelitian mengenai implementasi strategi marketing sebaiknya menambahkan variabel penelitian jika akan meneliti dengan topik yang sama, yakni dari yang peneliti lakukan sebelumnya 4P ditambah menjadi 7P, yang berkaitan dengan Analisis penerapan bauran pemasaran pada BMT Dinar Amanu Tulungagung sehingga dapat menambah informasi yang penting untuk eksistensi BMT di seluruh Indonesia.

3. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjad bahan referensi dan dokumentasi bagi pihak kampus dan digunakan sebagai tambahan koleksi penelitian dalam bidang perbankan syariah, khususnya analisis penerapan bauran pemasaran pada produk jasa tabungan.