

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian dan paparan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan di BMT pahlawan dan KSPPS Al-Bahjah Tulungagung pada bab sebelumnya, maka dapat peneliti tarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Implementasi strategi meningkatkan laba BMT pahlawan dan KSPPS Al-Bahjah Tulungagung.

Di dalam penelitian yang peneliti lakukan adalah dengan menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix*) yang meliputi 4P yakni *price*, *place*, *product* dan *promotion*. Dimana untuk mencapai target salah satu yang dilakukan adalah dengan melalui peran media komunikasi, mempertimbangkan tempat yang strategis, mengolah bagi hasil yang tepat, dan menawarkan produk yang sesuai kepada nasabah. Bauran pemasaran ini dinilai efektif untuk memenuhi target BMT Pahlawan dan KSPPS Al-Bahjah Tulungagung terkait penghimpunan dana simpanan dari pihak ketiga.

Dengan metode bauran pemasaran yang telah diterapkan diatas, BMT Pahlawan dan KSPPS Al-Bahjah mampu mencapai target setiap tahunnya. Dan target tersebut dapat terpenuhi. Hal tersebut terbukti dengan meningkatnya data keanggotaan setiap tahunnya.

2. Penerapan Strategi Persaingan BMT Pahlawan dan KSPPS Al-Bahjah Tulungagung dengan Lembaga Keuangan lain di Kabupaten Tulungagung.

BMT Pahlawan bisa dikatakan sebagai *pionir* atau *leader* bagi BMT-BMT lain yang berada di Tulungagung, hal ini dikarenakan BMT Pahlawan adalah BMT yang pertama kali berdiri dan ada di Tulungagung sejak tahun 1996 yang kira-kira sudah berusia 23 tahun di tahun 2019 ini. Hal ini tentu saja membuat keprofesionalan BMT pahlawan tidak dapat diragukan lagi, lebih dikenal masyarakat, serta hal ini pula juga dapat menjadi daya saing BMT pahlawan dengan lembaga keuangan lain di kabupaten Tulungagung

Sedangkan untuk KSPPS Al-Bahjah Tulungagung yang berada di bawah naungan yayasan Al-Bahjah Tulungagung yang masih memiliki usia sekitar 2,5 tahun, dan masih dalam tahap proses pengembangan ini juga memiliki kelebihan yang dapat diandalkan yayasan Al-Bahjah itu sendiri dengan kata lain dapat dikatakan KSPPS Al-Bahjah memiliki kekuatan bawaan dibawah naungan yayasan Al-Bahjah itu sendiri.

B. Saran

1. Bagi BMT Pahlawan Tulungagung dan KSPPS Al-Bahjah Tulungagung

a. BMT Pahlawan Tulungagung

Bagi BMT Pahlawan Tulungagung diharapkan hasil penelitian ini digunakan sebagai sumbangan saran, pemikiran dan informasi untuk merencanakan strategi pemasaran dengan metode bauran pemasaran (*marketing mix*) untuk mencapai target.

b. KSPPS Al-Bahjah Tulungagung

Bagi KSPPS Al-Bahjah Tulungagung diharapkan dengan hasil penelitian perbandingan dengan BMT Pahlawan Tulungagung ini dapat digunakan sebagai motivasi, saran, pemikiran dan informasi untuk merencanakan visi dan misi KSPPS Al-Bahjah Tulungagung kedepannya. Mengingat KSPPS Al-Bahjah Tulungagung yang masih berusia 2,5 tahun yang peneliti harapkan masih membutuhkan banyak kritik dan saran yang membangun demi perkembangan lembaga di masa depan.

2. Bagi IAIN Tulungagung diharapkan menambah literasi ataupun kepastakaan mengenai teori strategi pemasaran agar mempermudah proses skripsi bagi peneliti-peneliti selanjutnya

3. Bagi peneliti selanjutnya hasil penelitian diharapkan dapat digunakan sebagai bahan perbandingan untuk menambah pengetahuan khususnya bagi pihak-pihak yang tertarik pada masalah yang dibahas untuk diteliti lebih lanjut.