

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan di bab sebelumnya, mengenai strategi pemasaran produk pembiayaan dan simpanan untuk meningkatkan jumlah nasabah di BMT Rizwa Tulungagung. Maka dapat diambil kesimpulan yaitu sebagai berikut:

1. Strategi yang dilakukan BMT Rizwa Tulungagung dalam meningkatkan jumlah nasabah, yaitu dengan menggunakan Strategi *Marketing Mix*. Strategi *Marketing Mix* digunakan BMT untuk memperluas pemasaran dengan mengedepankan harga yang terjangkau, produk yang dibutuhkan oleh masyarakat, promosi untuk menarik minat nasabah, dan tempat yang mudah dikenali oleh calon nasabah.
2. Kendala strategi pemasaran dibagi menjadi 2 yaitu : Kendala Eksternal: a) Masyarakat kurang pemahaman tentang lembaga keuangan syariah. b) Minimnya pengetahuan masyarakat tentang lembaga keuangan syariah. c) Produk dari bank dan koperasi konvensional. Kendala Internal : a) kurangnya kemampuan pemasar dalam memasarkan produk. b) keterbatasan dana dari BMT. c) Tenaga pemasar sulit membagi waktu.

3. Upaya yang dilakukan dalam mengatasi kendala sebagai berikut :
Kendala Eksternal : a) Memberi sosialisai ke masyarakat atau calon nasabah. b) Mempromosikan produk dan memberi pemahaman melalui sosial media baik dari sosial media (*Facebook, Instagram, Whatsapp*) yang dimiliki BMT maupun pemasar. Cara mengatasi
Kendala Internal : a) Memberikan pelatihan kepada tenaga pemasar. b) memilih dan memilah nasabah yang mengajukan pembiayaan. c) menambah jumlah tenaga pemasar untuk memaksimalkan pemasaran produk.

B. Saran

1. Bagi BMT Rizwa Tulungagung
Diharapkan dapat meningkatkan kemampuan dan kinerjanya untuk mencetak tenaga pemasar, serta memberikan promosi yang dapat meningkatkan pemahaman nasabah sekaligus meningkatkan penjualan.
2. Bagi Akademik
Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi untuk tambahan dalam memperkaya kajian-kajian yang akan digunakan sebagai pengetahuan untuk menyelesaikan tugas atau penelitian yang akan datang. Selain itu, pihak kampus diharapkan menambah referensi terkait dengan jurnal maupun buku-buku tentang ekonomi dan perbankan syariah.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperdalam penelitian terkait strategi pemasaran untuk meningkatkan jumlah nasabah seperti dengan menambahkan strategi pemasaran lain, atau menambah objek penelitiannya sehingga hasilnya dapat dibandingkan.