

BAB VI

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan uraian diatas mengenai Strategi *marketing mix* dalam meningkatkan jumlah anggota pembiayaan Musyarakah (Studi kasus Koperasi Syariah BTM Surya Dana Campurdarat dan KSPPS BMT Harapan Umat Tulungagung), dapat di simpulkan sebagai berikut :

1. Pelaksanaan strategi *Marketing Mix* dalam meningkatkan jumlah anggota pembiayaan Musyarakah di Koperasi Syariah BTM Surya Dana Campurdarat dan KSPPS BMT Harapan Umat Tulungagung sudah menggunakan sistem 7P, yang meliputi: *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (Tempat), *Promotion* (Promosi), *People* (Orang atau Partisipan) *Process* (Proses) dan *Physical Evidance* (Bukti Fisik/Fasilitas Fisik), dari ke 7 sistem tersebut sudah di terapkan, akan tetapi sistem strategi yang paling berperan penting dalam meningkatkan jumlah anggota pembiayaan Musyarakah di Koperasi Syariah BTM Surya Dana Campurdarat adalah strategi Promosi dan Harga sedangkan di KSPPS BMT Harapan Umat Tulungagung adalah strategi Promosi.
2. Kendala Strategi *Marketing mix* dalam meningkatkan jumlah anggota pembiayaan Musyarakah di Koperasi Syariah BTM Surya Dana Campurdarat yaitu meliputi a). Kendala internal, minimnya tanggapan dari pihak lembaga guna menyikapi persaingan dan minimnya pengawasan dalam manajemen koperasi untuk mensurvey usaha calon

anggota, b). Kendala eksternal, penunggakan tagihan khususnya anggota pembiayaan Musyarakah, dan minimnya pengetahuan masyarakat akan produk yang dimiliki oleh Lembaga Keuangan Syariah. Sedangkan pada KSPPS BMT Harapan Umat Tulungagung, a). Kendala internal, Minimnya tanggapan dari pihak lembaga guna menyikapi persaingan, dan kurang maksimalnya tanggapan lembaga keuangan syariah dalam menyikapi anggota yang telat membayar angsuran. b). Kendala eksternal, keterangan dari anggota yang tidak jujur akan usaha yang dimiliki, dan keterlambatan anggota dalam membayar angsuran pembiayaan.

3. Solusi Strategi *Marketing mix* dalam meningkatkan jumlah anggota pembiayaan Musyarakah di Koperasi Syariah BTM Surya Dana Campurdarat, a). Solusi internal, Bersaing sehat, memberikan pelayanan yang prima dan menggunakan media promosi semaksimal mungkin, dan Pihak lembaga menggunakan pengawasan secara sederhana. b). Solusi eksternal, Memberikan surat tagihan dan juga denda, dan Memaksimalkan sosialisasi kepada masyarakat/ para anggota. Sedangkan pada KSPPS BMT Harapan Umat Tulungagung, a). Solusi internal, menggunakan pelayanan prima dan menambah jumlah media promosi yang di gunakan, lebih berhati-hati, teliti dan tegas, memberikan denda dan juga memberikan peringatan secara tulis dan lisan. b). Solusi eksternal, teliti dan tetap berusaha mencari informasi dari orang terdekat, dan memberikan denda dan juga memberikan peringatan secara tulis dan lisan kepada para anggota.

B. SARAN

Dengan hasil kesimpulan dalam penelitian ini, peneliti memberikan saran sebagai berikut :

1. Bagi Lembaga

Hasil dari penelitian ini di harapkan dapat berguna untuk seluruh lembaga keuangan syariah sebagai evaluasi dalam penerapan strategi marketing mix guna meningkatkan jumlah anggota pembiayaan Musyarakah.

2. Bagi Masyarakat atau pengguna

Untuk seluruh anggota dan masyarakat dalam memilih lembaga keuangan di harapkan agar tetap melihat kualitas lembaga yang terpercaya.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil dari penelitian ini semoga dapat bermanfaat bagi peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian lebih lanjut, dalam penelitian ini hanya meneliti *Marketing Mix* dalam meningkatkan jumlah anggota pembiayaan Musyarakah, diharapkan untuk peneliti selanjutnya melakukan penelitian lebih lanjut berdasarkan faktor lain yang berhubungan dengan strategi bauran pemasaran atau *Marketing Mix*, sehingga akan memperoleh pembahasan skripsi yang lebih sempurna.