

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dikemukakan pada bab sebelumnya yaitu terkait strategi pemasaran dalam menciptakan kepercayaan anggota terhadap produk simpanan umum syariah, baik di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung maupun di BMT Pahlawan Tulungagung maka dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Penerapan strategi pemasaran dalam menciptakan kepercayaan anggota terhadap produk simpanan umum syariah, baik di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung dilakukan dengan menggunakan tiga macam strategi pemasaran, yaitu: a) strategi penetrasi pasar, b) strategi pengembangan produk, dan c) strategi pengembangan pasar. Adapun untuk BMT Pahlawan Tulungagung menggunakan strategi pemasaran, yaitu: a) strategi pengembangan produk dan b) strategi penetrasi pasar.
2. Kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan strategi pemasaran untuk menciptakan kepercayaan anggota terhadap produk simpanan umum syariah, baik di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung adalah: a) kendala internal meliputi: 1) minimnya inovasi produk, dan 2) minimnya sumber pendanaan. b) kendala eksternal meliputi: 1) persaingan dari lembaga keuangan lain, 2) minimnya anggota mengetahui produk simpanan lainnya. Adapaun untuk BMT Pahlawan

Tulungagung adalah a) kendala internal meliputi: 1) kesulitan dalam penempatan posisi karyawan ketika dilakukan rotasi pekerjaan, 2) kurangnya SDM. b) kendala eksternal meliputi: 1) persaingan dari lembaga keuangan lain, 2) adanya isu negatif mengenai perkoperasian lainnya.

3. Solusi yang dilakukan BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung adalah: a) solusi internal meliputi: 1) memunculkan produk baru, 2) peminjaman modal ke kantor cabang BMT Istiqomah yang lain. b) solusi eksternal meliputi: 1) memunculkan produk baru untuk mengimbangi lembaga keuangan lainnya, 2) pengenalan produk kepada anggota dan meningkatkan pengetahuan SDM terkait produk BMT. Sedangkan untuk BMT Pahlawan Tulungagung adalah: a) solusi internal meliputi: 1) membuat program pengembangan SDM sebelum dilakukan rotasi pekerjaan, 2) menambahkan tenaga kerja baru. b) solusi eksternal meliputi: 1) pendekatan dengan anggota, 2) memberikan pemahaman yang benar ke anggota.

## **B. Saran**

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

1. Bagi Lembaga (BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung dan BMT Pahlawan Tulungagung)

Bagi pimpinan dan segenap pegawai BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung maupun BMT Pahlawan Tulungagung hasil penelitian ini

diharapkan dapat berguna bagi kedua pihak lembaga tersebut untuk membuat strategi pemasaran yang lebih baik lagi khususnya untuk mengembangkan produk simpanan umum syariahnya kepada anggota agar para anggota merasa nyaman dan menjadi lebih loyal untuk tetap menjadi anggota di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung dan BMT Pahlawan Tulungagung.

## 2. Bagi Masyarakat

Dengan mempertimbangkan banyak hal masyarakat diharapkan lebih pandai dan bijak dalam memilih lembaga keuangan agar tidak terjadi ketidaktahuan berita terutama terkait kolapsnya lembaga keuangan.

## 3. Bagi Akademik

Penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi dan dokumentasi bagi pihak kampus sebagai bahan acuan penelitian yang akan datang selain jurnal dan buku yang sudah ada ditujukan untuk penelitian selanjutnya kepada mahasiswa IAIN Tulungagung. Selain itu pihak kampus diharapkan selalu meningkatkan kualitas karya hasil penelitian bagi semua mahasiswanya.

## 4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini masih banyak kekurangan dan keterbatasan penelitian, sehingga perlu adanya penelitian-penelitian yang lebih lanjut dan lebih mendalam terkait permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini. Diharapkan bagi peneliti selanjutnya agar menggunakan variabel-variabel yang lebih banyak lagi yang digunakan untuk mengetahui jenis

strategi pemasaran apa saja yang dapat digunakan untuk mengembangkan jumlah anggota produk simpanan umum syariah terutama di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung dan BMT Pahlawan Tulungagung. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan rujukan untuk peneliti selanjutnya dan mengembangkan penelitian berikutnya dalam bentuk penelitian kuantitatif.