

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai implementasi strategi pemasaran yang efektif dalam meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan mudharabah pada Baitul Maal Wal Tamwil Pahlawan Tulungagung, maka dapat disimpulkan bahwa:

Strategi pemasaran yang digunakan dalam meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan mudharabah pada BMT Pahlawan Tulungagung adalah menggunakan Strategi marketing mix atau bauran pemasaran yang dimana dalam strategi bauran pemasaran ini menggunakan prinsip 4P yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*). Dimana untuk *product* tabungan di BMT Pahlawan Tulungagung adalah Tabungan Mudharabah yang sesuai dengan prinsip syariah, mudah, murah dan memberikan bagi hasil yang lumayan tinggi, sedangkan untuk *price* atau harga disini maksudnya adalah bagi hasil yang diberikan kepada nasabah sesuai porsi kesepakatan kedua belah pihak, dimana sudah ditentukan setiap masing-masing produk khususnya produk tabungan mudharabah sudah memiliki ketentuan sesuai kesepakatan, dan mendapatkan rasa nyaman dan aman juga memperoleh bagi hasil yang sesuai ketentuan, untuk *place* atau tempatnya sudah strategis dan BMT Pahlawan Tulungagung memiliki lima kantor dan semua tempat atau

kantor berada di tempat yang sangat strategis dekat dengan pemukiman masyarakat. Berikutnya yang terakhir adalah *promotion* atau promosi di BMT dengan cara membagikan brosur dan promosi dari mulut ke mulut, serta melakukan strategi jemput bola atau dengan mendatangi langsung di rumah-rumah masyarakat perdesaan sekitar.

Kendala-kendala yang dihadapi dalam melakukan strategi pemasaran produk tabungan mudharabah adalah Kurangnya pengembangan skill terhadap marketing. Dalam hal ini pihak BMT Pahlawan Tulungagung belum begitu baik dalam pengelolaan strategi pemasaran lewat media sosial, Promosi yang belum optimal. Dalam mempromosikan produknya BMT Pahlawan Tulungagung masih belum menggunakan media elektronik dalam pemasarannya, seperti televisi dan radio. Selain itu juga belum adanya pemasangan spanduk yang diletakkan di jalan raya, Kurangnya tenaga kerja *marketer* produk tabungan mudharabah, Adanya persaingan antar lembaga keuangan syariah dan Bank konvensional yang membuka layanan syariah, Adanya masyarakat yang kurang mengenal Baitul Maal Wat Tamwil (BMT).

## **B. Saran**

Berdasarkan dari hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan, maka peneliti menyampaikan saran-saran yang sekiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak terkait dalam penelitian ini. Adapun saran-saran yang peneliti sampaikan adalah sebagai berikut:

### 1. Bagi Baitul Maal Wat Tamwil Pahlawan Tulungagung

Dengan adanya penelitian ini untuk memberikan gambaran mengenai implementasi strategi pemasaran yang efektif dalam meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan mudharabah sehingga dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan perusahaan.

### 2. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi dan dokumentasi bagi pihak kampus sebagai tambahan perbendaharaan kepustakaan di IAIN Tulungagung.

### 3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi para peneliti selanjutnya yang akan meneliti penelitian yang sama diharapkan agar hasil penelitian ini dapat menjadi salah satu referensi.