

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Strategi pemasaran produk tabungan simpanan pelajar yang dilakukan BMT Rizwa Manba'ul 'Ulum Tulunggung dengan melakukan pemasaran online dan offline. Pemasaran onlinenya seperti *Whatsaap Sender, Intagram, SMS Sender*, dan sosial media lainnya, untuk pemasaran offline menggunakan brosur dan poster. Sedangkan strategi pemasaran yang dilakukan oleh BMT Istiqomah Karangrejo awal mulanya melakukan *door to door*, tetapi dengan seiring berkembangnya zaman sekarang sudah menggunakan pemasan online dan offline.

BMT Rizwa Tulungagung dan BMT Istiqomah karangrejo menerapkan empat karakteristik pemasaran Syariah, tapi hal ini mempunyai perbedaan dalam mengimplementasikannya, BMT Rizwa selalu melakukan hukum-hukum syariat sesuai dengan Pancasila sila kesatu, BMT mengedepankan moral dan etika dalam semua aspek kehidupan, BMT memberikan hadiah kepada anggota tabungan pelajar, dan BMT selalu melakukan kegiatannya sesuai dengan undang-undang dasar yang berlaku. Sedangkan BMT Istiqomah Karangrejo menerapkan *An- tarodhin* yaitu sama-sama ridho, akad yang digunakan atas dasar karakter *ta'awun*, BMT berdiri sesuai dengan nilai-nilai

Syariah dan kemanusiaan, dalam akadnya jelas dapat dipertanggung jawabkan serta masuk akal, dan BMT selalu melekatkan label Syariah.

BMT Rizwa dalam membangun citra *ta'awun* dengan mempunyai program dana sosial, yang diperuntukan untuk santunan anak yatim piatu, beasiswa, kaum duafa, dan membantu sesama. Sedangkan BMT Istiqomah Karangrejo dengan melakukan syiar atau dakwah kepada pelajar. Dalam target pasar untuk memasarkan produk tabungan simpanan pelajar BMT Rizwa Tulungagung dan BMT Istiqomah, mempunyai target yang sama yaitu sama-sama ditargetkan untuk pelajar dan masyarakat umum, tetapi target utama BMT Istiqomah Karangrejo secara kelembagaan.

BMT Rizwa Tulungagung dan BMT Istiqomah Karangrejo dalam produk tabungan simpanan pelajar ini mempunyai keunggulan yang berbeda dari tabungan lainnya, karena tabungan ini dikhususkan untuk pelajar agar mendorong gemar menabung sejak dini, dengan persyaratan mudah. Akad yang digunakan dalam tabungan simpanan pelajar BMT Rizwa Tulungagung menggunakan akad Wadiah (titipan) tidak ada bagi hasil. Sedangkan BMT Istiqomah Karangrejo menggunakan akad Mudharabah. Kendala yang dihadapi BMT Rizwa Tulungagung yaitu saat musim pandemic covid-19 sulit memasarkan produk karena tidak bisa langsung bertatap muka, tetapi BMT mempunyai solusi untuk menhadapai kendala seperti memanfaatkan intagram, Whatsaaps sender, SMS Dender dengan rutin mengirim dan memosting produk sosial

media. Sedangkan BMT Istiqomah Karangrejo yang menjadi kendala terbatasnya karyawan dan operasional yang dimiliki BMT, solusinya dengan mengolektifkan tabungan ke guru dan mengatas namakan lembaga sekolah tersebut.

2. Strategi dalam meningkatkan literasi ekonomi Syariah BMT Rizwa Manba'ul 'Ulum Tulungagung dengan melalui orang tua walimurid dan ada pogram biasiswa, santunan anak yatim piatu, kaum duafa, yang membuat siswa siswi paham tentang literasi ekonomi Syariah, BMT diuntungkan mempunyai lembaga Pendidikan sendiri. Sedangkan BMT Istiqomah Karangrejo dengan melakukan pendekatan kepada guru disekolah dan memberikan beasiswa dan undian hadiah kepada siswa-siswi.

BMT Rizwa Tulungagung sebagai media literasi ekonomi Syariah di kalangan pelajar dengan berkomitmen produknya selalu halal dan BMT mempunyai RAT sehingga dapat menerima usulan-usulan yang akan dikembangkan serta memberi edukasi kepada pelajar dengan mengalihkan menabung di BMT yang sebelumnya menabung di Bank. Berbeda dengan BMT Istiqomah Karangrejo dengan memberikan edukasi pemahaman kepada Guru terlebih dahulu.

Kendala yang dihadapi BMT Rizwa Manba'ul 'Ulum tulungagung dalam meningkatkan literasi ekonomi Syariah di kalangan pelajar MI- MTs, terkendala karena usia siswa-siswa yang masih anak-anak, dan BMT masih fokus mengurus anak dari Yayasan BMT

Rizwa. Solusi untuk kendala tersebut BMT melakukan pendekatan kepada orangtua anak-anak tersebut. Sedangkan BMT Istiqomah terkendala terbatasnya karyawan dan operasional yang dimiliki. Solusi untuk kendala tersebut dengan meminta bantuan kepada Guru agar dapat mengidukasi anak- anak.

Dampak yang dirasakan siswa-siswi anggota simpanan pelajar yaitu pelajar tahu cara menabung, berhemat dan merasa aman jika menabung di BMT, walaupun pelajar menabung karena dorongan orangtua dan menabung karena konsutif.

B. Saran

1. Untuk BMT
 - a. Rizwa Manba'ul 'Ulum Tulungagung dalam melakukan stratregi pemasaran produk tabungan simpanan pelajar, tetap dijaga dikembangkan dengan cara-cara yang lebih kreatif lagi dan meluaskan target pasarannya. Serta dalam meningkatkan literasi ekonomi Syariah hendaknya lebih diperhatikan serta tetap mengedukasi anak supaya banyak anak-anak yang gemar menabung dan dapat mengelola keuangan sejak dini.
 - b. BMT Istiqomah Karangrejo dalam startegi pemasaran lebih baik lagi sesuai dengan prinsip tabungan simpanan pelajar, dan dalam meningkatkan literasi ekonomi Syariah kepada pelajar hendaknya langsung terjun langsung ke lapangan supaya tahu perkembangan seberapa tahu anak-anak tentang literasi ekonomi Syariah.

2. Untuk peneliti yang akan datang

Sebagai ilmu untuk mengembangkan pengetahuan kedepannya tentunya dalam bidang lembaga keuangan, dan literasi keuangan Syariah. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi peneliti yang akan datang.