

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan yang telah dikemukakan pada bab-bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Pelaksanaan yang dilakukan Lembaga Keuangan KSPPS semakin menunjukkan eksistensinya dengan memiliki berbagai macam produk yang tidak kalahnya menariknya dengan dengan produk perbankan. KSPPS AL-BAHJAH Tulungagung dan BMT UGT Sidogiri Cabang Lodoyo Blitar merupakan salah satu dari lembaga keuangan syariah Indonesia yang menjalankan tugasnya sebagaimana Perbankan Syariah yaitu penghimpunan dana dan penyaluran dana dengan mekanisme tertentu, beberapa pembiayaannya antara lain meliputi: Pembiayaan murobahah, Tabungan Siaman, Tabungan Umroh dan Haji Plus, Deposito berkah dan Qardhul hasan.

Pelaksanaan dari unsur produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*), dan distribusi (*place*) disebut sebagai strategi bauran pemasaran 4P. Bauran pemasaran atau *Marketing Mix* 4P berhasil dengan baik untuk pemasaran barang. Untuk mencapai keberhasilan di pemasaran jasa, maka dibutuhkan elemen tambahan 3P (*People, Physical evidence, and Proses*) dalam *Marketing Mix*. *Marketing Mix* ditujukan agar perusahaan mampu menciptakan, mempromosikan, mendistribusikan produk atau jasanya secara tepat,

- memproses secara tepat produk atau jasanya dengan baik, serta mampu menampilkan bukti fisik yang menarik konsumen.
2. Dampak setelah dari pelaksanaan marketing mix harus dilaksanakan dengan cara serta media yang tepat dan sesuai sehingga menjadi efektif dan diharapkan dapat mencapai sasaran dalam upaya meningkatkan minat masyarakat untuk menjadi nasabah. Tetapi masih saja sebagian masyarakat tidak mengetahui apa itu KSPPS karena kurangnya promosi yang diberikan oleh pihak KSPPS. Selain dengan promosi dan kualitas pelayanan juga harus dipertahankan demi loyalitas nasabah yang sudah ada dengan begitu masyarakat akan tetap berminat untuk menjadi nasabah KSPPS. Dampak positifnya, Di BMT UGT Sidogiri dan KSPPS AL-BAHJAH ini pembiayaan yang paling banyak di minati adalah pembiayaan *murobahah*. *Murobahah* merupakan produk pembiayaan unggulan di BMT UGT Sidogiri Cabang Lodoyo Blitar dan KSPPS AL-BAHJAH adalah produk pembiayaan murabahah yang menguntungkan bagi masyarakat dan sesuai dengan syariah. Sedangkan dampak negatifnya dengan minimnya pengetahuan masyarakat tentang BMT/KSPPS serta pembiayaan dan produk-produk yang diberikan BMT/KSPPS.
 3. Kendala dalam mengatasi pembiayaan bermasalah di KSPPS AL-BAHJAH Tulungagung dan BMT UGT Sidogiri Cabang Lodoyo Blitar yaitu tidak menjadi kendala yang serius karena masyarakat

sudah percaya untuk melakukan pembiayaan di BMT/KSPPS tersebut dengan menggunakan akad murobahah untuk mengembangkan usahanya. Dalam hal ini peneliti tertarik untuk meneliti tentang bagaimana persepsi serta tanggapan mereka terhadap keunggulan pembiayaan murobahah yang diberikan oleh BMT/KSPPS.

B. Saran

1. Untuk Koperasi

Pihak Koperasi Syariah harus menciptakan, penawaran, dan perubahan value dari satu inisiator kepada *stakeholders* nya yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai akad dan prinsip-prinsip muamalah (bisnis) dalam islam. Ini artinya bahwa dalam *syariah marketing* seluruh proses, baik proses penciptaan, proses penawaran, maupun proses perubahan nilai (*value*) tidak boleh ada hal-hal yang bertentangan dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah yang islami. Konsep Syariah Marketing mempunyai tujuan utama selain mencari laba yaitu bisnis yang disertai keikhlasan semata-mata hanya untuk mencari keridhaan Allah. Ini akan menjadi bibit dan modal dasar untuk tumbuh menjadi bisnis yang besar, yang memiliki spiritual brand, kharisma, keunggulan, dan keunikan yang tak tertanding.

2. Untuk Akademik

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi literatur buat peneliti selanjutnya dan bisa mengisi bahan referensi atau perbendaharaan kepustakaan IAIN Tulungagung dibidangnya.

3. Untuk Peneliti Selanjutnya

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan literatur dalam penelitian berikutnya yang akan meneliti bidang terkait dengan variabel yang berbeda.