

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

1. Strategi 7P yang ditetapkan oleh Kopsyah BMT Sahara Bolorejo Kauman Kabupaten Tulungagung dan KSPPS Al-Madani Panggungrejo Kabupaten Tulungagung hampir memiliki kesamaan. Hanya saja pada KSPPS Al-Madani Panggungrejo Kabupaten Tulungagung menyediakan limit pembiayaan mudharabah 5-15 juta sedangkan pada Kopsyah BMT Sahara Bolorejo Kauman Kabupaten Tulungagung menyediakan limit hingga 25 juta. *Product* (Produk), dengan menerapkan sistem bagi hasil pembiayaan mudharabah menggunakan perbandingan nisbah bagi hasil disesuaikan dengan jenis usaha .kebutuhan nasabah/anggota dan kesepakatan bersama. Strategi *Price* (Harga) dengan pembagian nisbah keuntungan kepada anggota pembiayaan dengan limit penawaran pinjaman Untuk strategi *Place* (Tempat) dengan memilih lokasi yang strategis yaitu dekat keramaian (daerah pertokoan, perkantoran, dan sekolah) serta kemudahan akses transportasi menuju lokasi. Untuk strategi *Promotion* (Promosi) dilakukan dengan strategi jemput bola, melalui brosur, pamflet dan media sosial serta sosialisasi serta pemasaran secara *door to door* dan mendatangi pasar di pelosok desa. Strategi *People* (Orang), berkaitan dengan pelatihan dan pembinaan karyawan. Pendukung Fisik (*physical evidence*) yang dimaksud adalah menonjolkan sisi syariah dengan mendesain ruangan, brosur dengan kata-kata berbahasa arab.

Karyawan menggunakan seragam yang bebas, sopan rapi, untuk perempuan harus berhijab. Selanjutnya menggunakan akad pembiayaan dengan akad-akad syariah. Strategi *Process* (proses) adalah proses transaksi yang mudah dan cepat. Untuk menjadi anggota pembiayaan harus membuka rekening baru dengan persyaratan seperti foto copy KTP suami istri, surat jaminan asli, pengisian blanko pinjaman serta penandatanganan perjanjian akad pembiayaan mudharabah.

2. Kendala-kendala penerapan strategi pemasaran 7P terhadap minat nasabah dalam pembiayaan Mudharabah di Kopsyah BMT Sahara Bolorejo Kauman Kabupaten Tulungagung adalah masyarakat banyak yang kurang paham mengenai sistem pembiayaan mudharabah serta dalam proses komunikasi yang dilakukan staff marketing dalam menjelaskan mengenai pembiayaan mudharabah tidak berjalan maksimal ditandai adanya respon yang negatif dan sikap tak acuh. Sementara itu kendala penerapan strategi pemasaran 7P terhadap minat nasabah dalam pembiayaan Mudharabah di KSPPS Al-Madani Panggungrejo Kabupaten Tulungagung adalah munculnya wabah Covid-19 menyebabkan proses promosi tidak dapat berjalan maksimal ditambah kurangnya sumber daya manusia kurang mumpuni.
3. Solusi penerapan strategi pemasaran 7P terhadap minat nasabah dalam pembiayaan Mudharabah di Kopsyah BMT Sahara Bolorejo Kauman Kabupaten Tulungagung adalah dengan mengubah pola komunikasi dengan masyarakat, dimana bagian marketing dituntut belajar untuk memiliki strategi khusus dalam berkomunikasi dengan masyarakat seperti berusaha

menciptakan suasana yang kondusif serta belajar memahami karakteristik masyarakat sebelum melakukan sosialisasi produk pembiayaan mudharabah dan memberikan target bagi Staff marketing agar lebih memacu semangat dalam mengenalkan pembiayaan mudharabah. Sementara itu solusi penerapan strategi pemasaran 7P terhadap minat nasabah dalam pembiayaan Mudarabah di KSPPS Al-Madani Panggungrejo Kabupaten Tulungagung adalah dengan melakukan *open recrutmen* terpadu, melakukan pembinaan dan pelatihan baik yang diselenggarakan oleh pihak Dinas Koperasi maupun pihak KSPPS AL-Madani itu sendiri.

## **B. Saran**

### **1. Bagi Pihak Lembaga**

Terkait strategi promosi mengingat kondisi pandemi Covid-19 maka sebaiknya lebih memaksimalkan pemanfaatan digital marketing atau promosi melalui media online baik media sosial maupun dalam bentuk website.

### **2. Bagi Akademik**

Penelitian ini dapat dijadikan sumbangan teori, sebagai bahan referensi atau rujukan, dan tambahan pustaka pada perpustakaan IAIN Tulungagung untuk dapat meningkatkan kualitas karya hasil penelitian bagi semua mahasiswa.

### 3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk penelitian mendatang, penelitian ini diharapkan dapat dilakukan tidak terbatas hanya pada strategi pemasaran 7P saja namun juga dapat melakukan pengembangan penelitian ini seperti meneliti penerapan strategi pemasaran lainnya yang relevan terhadap minat anggota pembiayaan.