

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Strategi *word of mouth* pada pembiayaan multi jasa barokah yang diterapkan di KSPPS BMT UGT Nusantara Cabang Jombang berjalan secara alami dan direncanakan sesuai dengan teori dari Irawan bahwa untuk membentuk strategi *word of mouth*, pertama dapat memasarkan produk pada seseorang yang berpengaruh dalam suatu komunitas yaitu anggota pembiayaan utamanya MJB, memberi pelayanan yang terbaik untuk memunculkan rasa kepuasan dalam diri anggota, dan membuat cara yang unik dan menarik. *Word of mouth* yang diterapkan melibatkan *account officer* dan anggota pembiayaan multi jasa barokah. *Account officer* mendatangi anggota pembiayaan salah satunya MJB saat melakukan penarikan pinjaman untuk membantu merekomendasikan ke orang-orang dengan menawarkan produk yang beragam dan bermanfaat dimana MJB dapat digunakan untuk modal usaha, biaya pendidikan, resepsi atau hajatan lainnya, dan melunasi hutang di bank lain. Dan rekomendasi yang diberikan oleh anggota ada yang berasal dari kemauan sendiri. Anggota MJB merekomendasikan tanpa diberi imbalan dan yang memotivasi mereka mau merekomendasikan karena ada rasa kepuasan seperti pelayanan cepat, baik dan ramah, proses mengajukan pembiayaan cepat, mudah dan tidak ribet, produknya beragam dan bermanfaat. Ada indikator terjadinya penerapan *word of mouth* di BMT UGT sejalan dengan teori

dari Babin yaitu ada kemauan, rekomendasi, dan dorongan. Dan dari Sernovitz ada pembicara, topik, alat, partisipasi, dan pengawasan.

2. Strategi *word of mouth* yang dijalankan BMT UGT Nusantara Cabang Jombang berjalan secara alami dan direncanakan dengan melibatkan AO dan anggota MJB yang memberikan rekomendasi yang positif dan penawaran produk yang beragam dapat menarik masyarakat umum dan memberi dampak adanya peningkatan jumlah anggota pembiayaan utamanya yang dominan yaitu pembiayaan multi jasa barokah yaitu dari tahun 2018-2022. Tahun 2018 jumlahnya 90, 2019 jumlahnya 110, 2020 jumlahnya 300, 2021 jumlahnya 310, dan tahun 2022 jumlah anggota meningkat 350. Adanya rasa kepuasan dari anggota pembiayaan multi jasa barokah mereka mau merekomendasikan ke orang-orang. Rekomendasi yang disampaikan ke orang lain berdasarkan pengalaman yang dirasakan selama menjadi anggota pembiayaan multi jasa barokah dan tanpa di buat-buat. Kemudian banyak anggota baru yang mengajukan pembiayaan dengan mengatakan bahwa mendapat rekomendasi dari anggota MJB. Anggota MJB terdorong untuk melakukan rekomendasi secara sukarela karena adanya rasa kepuasan yang dirasakan. Dan masyarakat pada umumnya cenderung percaya kepada orang terdekatnya yang telah berpengalaman terhadap suatu produk atau jasa dari lembaga atau perusahaan.

B. Saran

1. Penelitian ini diharapkan bagi BMT UGT Nusantara Cabang Jombang untuk mengembangkan partisipasi dalam menerapkan strategi *word of mouth* pada produk pembiayaan yaitu dengan menyediakan *event* tertentu seperti perkumpulan ibu-ibu pkk, arisan, atau pengajian agar informasi tersampaikan dengan luas dan berkembang dengan cepat.
2. Bagi peneliti selanjutnya, jika mempunyai ketertarikan untuk meneliti hal yang sama terkait *word of mouth* bisa lebih dikembangkan lagi untuk variabelnya agar hasil penelitian dapat dijadikan perbandingan antar peneliti sebelumnya dengan peneliti selanjutnya.