

## BAB VI

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan sebelumnya, maka peneliti memberikan kesimpulan pada penelitian ini yaitu:

#### 1. Strategi Pemasaran di Istiqomah Karangrejo Tulungagung dalam Meningkatkan Jumlah Anggota

Strategi pemasaran 4P di BMT Istiqomah menjadi hal utama yang dilakukan dalam meningkatkan jumlah anggota. Pada *product* (produk) di BMT Istiqomah anggota merasakan pelayanan dengan baik dan sesuai dengan prinsip syariah. *Price* (harga) yang ditawarkan wajar dan sepadan dengan pelayanan yang diberikan. *Place* (tempat) BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung strategis dan sesuai dengan target pasar serta sarana dan prasarana yang memadai. *Promotion* (Promosi) di BMT ini mengandalkan dari mulut ke mulut (*word of mouth*) dan menjalin relasi dengan berbagai instansi. *People* (orang) pegawai BMT ini menjalankan tugasnya sesuai dengan prosedur dan anggota merasakan kepuasan atas pelayanan yang diberikan. *Process* (proses) proses untuk menjadi anggota di BMT ini cukup mudah dan anggota mudah memahami persyaratan untuk menjadi anggota. *Physical evidence* (bangunan fisik) sarana dan prasarana yang ada di BMT ini cukup memadai dan mampu memenuhi kebutuhan pegawai ataupun anggotanya.

## **2. Strategi Pemasaran BMT Istiqomah Karangrejo dalam Meningkatkan Jumlah Anggota Perspektif *Marketing Syariah***

Pada proses pemasaran ini, BMT juga menganut strategi pada *marketing syariah* yaitu teistis (*rabbaniyyah*), etis (*akhlaqiyyah*), humanitis (*al-insaniyyah*). Ditinjau dari karakteristik realistis (*al-waqiyyah*) BMT Istiqomah dalam mewaspadaikan keadaan pasar yang selalu berubah mampu beradaptasi dan berinteraksi dengan calon anggota/ anggota, namun perlu ditingkatkan dengan memanfaatkan teknologi digital karena dengan produk dan promosi yang seadanya akan banyak pesaing di era yang digital ini. Proses pemasaran ini berbeda dengan lembaga keuangan lainnya. BMT Istiqomah tidak mengandalkan teknologi yang ada, karena memiliki sistem pemasaran dari mulut ke mulut (*word of mouth*) dan lebih memikirkan untuk membuka cabang yang lebih luas agar dapat menjangkau calon anggota yang jauh disertai sistem jemput bola yang menjadi peluang dalam meningkatkan jumlah anggota.

### **B. Saran**

#### **1. Bagi BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung**

Bagi pihak BMT Istiqomah, peneliti memberikan saran untuk meningkatkan strategi pemasaran ini. Dalam rencana cabang selanjutnya, BMT Istiqomah ini dapat melihat kondisi pasar terlebih dahulu di daerah tersebut. Hal ini bertujuan untuk mengetahui kebutuhan masyarakat yang ada di daerah tersebut. Selain itu, diharapkan BMT Istiqomah memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan jumlah anggota.

## **2. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Bagi peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian lebih lanjut mengenai strategi pemasaran berdasarkan perspektif *marketing syariah*. Peneliti selanjutnya dapat melakukan di berbagai instansi yang menganut prinsip-prinsip syariah. Ataupun dapat melakukan penelitian di perbankan syariah.