

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari paparan data diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa :

1. Strategi promosi di KSPPS BMT PETA Cabang Pare

Strategi promosi yang dilakukan KSPPS BMT PETA Cabang Pare Kediri ada tiga yaitu pertama promosi produk simpanan bernama SIJAKA PLUS yang memiliki keunggulan bagi hasil dapat diambil diakhir dan bentuk bagi hasil dapat berupa uang atau barang. Kedua LPDB (Lembaga Pengelola Dana Bergulir) atau semacam KUR. Produk ini diminati oleh kalangan pedagang kecil (UMKM) untuk tambahan permodalan. Ketiga pembukaan rekening gratis saat Haul dan konsultasi layanan BMT PETA *mobile*. Pada saat haul semua jamaah pondok yang berasal dari Pulau Jawa berkumpul di Pondok PETA, karena sebagian jamaah Pondok PETA merupakan anggota di BMT PETA

2. Peran Strategi Promosi dalam meningkatkan jumlah anggota di KSPPS BMT PETA Cabang Pare

Peran strategi promosi yang dilakukan KSPPS BMT PETA Cabang Pare dalam meningkatkan jumlah anggota yaitu melalui tiga yang pertama SIJAKA PLUS berlaku untuk semua anggota BMT PETA Cabang Pare yang memiliki keinginan untuk investasi dana dalam jangka waktu tertentu dan memberikan kepercayaan kepada anggota untuk mendapatkan bagi hasil yang dapat diambil diakhir dan berdasarkan jangka waktu tertentu (sesuai kesepakatan diawal). Kedua LPDB

(Lembaga Pengelola Dana Bergulir) yang memberi kemudahan pinjaman atau modal kepada nasabah atau anggota. Ketiga pembukaan rekening gratis saat Haul dapat menarik peserta Haul untuk menjadi anggota di KSPPS BMT PETA Cabang Pare. Dari ketiga strategi promosi tersebut dapat membuat calon nasabah tertarik dan akhirnya menjadi anggota kemudian dapat menjadikan peningkatan jumlah anggota di KSPPS BMT PETA Cabang Pare. Peran strategi promosi yang dilakukan KSPPS BMT PETA Cabang Pare dalam meningkatkan jumlah anggota terlihat dari jumlah anggota dari tahun 2018-2023 terus meningkat. Hal tersebut tentu tidak terlepas dari promosi yang ada sehingga membuat masyarakat tertarik dan akhirnya menjadi anggota

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti di KSPPS BMT PETA Cabang Pare, maka peneliti akan memberikan beberapa saran untuk dijadikan pertimbangan tentang strategi promosi yang dilakukan oleh BMT PETA Cabang Pare dalam meningkatkan jumlah anggota yaitu :

1. Agar KSPPS BMT PETA Cabang Pare dikenal masyarakat, untuk itu harus lebih meningkatkan strategi promosinya dan juga mengembangkan konsep *promotion* yang lebih terstruktur dan terperinci sehingga masyarakat mudah tertarik sehingga dapat meningkatkan jumlah anggota.
2. Diharapkan KSPPS BMT PETA Cabang Pare dalam menerapkan strategi promosi dengan tetap memperhatikan prinsip syariah dan memperhatikan etika-etika pemasaran dalam Islam, serta terus menjadi lembaga keuangan yang sehat dan mencapai tujuan yang diharapkan.