

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Strategi bauran pemasaran simpanan *mudharabah* di BMT Rahmat Kediri meliputi pertama strategi produk melalui setoran dapat secara langsung ke kantor maupun jemput bola. Selain itu anggota juga dapat melakukan setoran melalui transfer rekening lembaga. Kedua strategi harga dengan adanya nisbah bagi hasil dan tidak ada potongan administrasi tiap bulan. Ketiga strategi promosi bahwa hanya melalui kegiatan yang mengundang banyak masyarakat dan mulut ke mulut. Tidak ada promosi khusus yang dilakukan lembaga. Keempat strategi tempat dengan keberadaan lembaga yang strategis di wilayah Pasar yang ramai aktivitas masyarakat.
2. Strategi bauran pemasaran 4P dapat meningkatkan jumlah anggota simpanan *mudharabah* sesuai data pada tahun 2020-2022. Pada tahun 2020 terdapat 14 anggota baru atau tumbuh 3,3%. Kemudian tahun 2021 terdapat 24 anggota baru atau tumbuh 5,%. Tahun 2022 terdapat 30 anggota baru atau tumbuh 6,8%.
3. Strategi bauran pemasaran simpanan *mudharabah* dalam marketing syariah meliputi pertama *teistis* dengan penggunaan produk melalui akad *mudharabah* dan skema bagi hasil sesuai syariah. Kedua etis dengan memaksimalkan layanan dengan baik pada anggota. Ketiga

realistis sudah tidak melakukan adanya promosi, baik dari media sosial ataupun media cetak. Keempat humanistis dengan memperlakukan anggota dengan baik, professional, sopan santun, dan tidak membedakan antara nasabah yang satu dengan yang lain.

B. Saran

1. Untuk BMT Rahmat Kediri, Pada aspek bauran promosi perlu dioptimalkan. Hal ini untuk menyesuaikan lembaga dengan berbagai kondisi di masa depan, sehingga promosi produk tetap perlu dilakukan. Untuk BMT Rahmat Kediri, Pada indikator *realistis* dalam marketing syariah, perlu memperluas target sasaran dengan melakukan adanya kegiatan promosi dalam media cetak maupun media sosial. Hal ini agar dapat mengoptimalkan peningkatan jumlah anggota di lembaga.
2. Untuk peneliti selanjutnya, diharapkan dapat dijadikan bahan acuan atau referensi dalam melakukan penelitian yang membahas tentang Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Anggota Simpanan *Mudharabah* Ditinjau Dari *Marketing* syariah. Diharapkan penelitian yang akan datang dapat melengkapi kekurangan-kekurangan yang ada dalam penelitian ini.