

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dengan pembahasan yang telah diuraikan oleh peneliti pada bab sebelumnya mengenai strategi pemasaran untuk menarik minat calon anggota produk pembiayaan musyarakah, maka dapat ditarik Kesimpulan sebagai berikut:

1. Dalam pembahasan strategi memasarkan produk pembiayaan musyarakah yang ditawarkan oleh BMT Beringharjo Kediri, BMT tersebut sudah menerapkan bauran pemasaran atau marketing mix jasa dengan unsur 7P yang terdiri dari produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*), orang (*people*), proses (*process*), dan tampilan fisik (*physical evidence*) yang digunakan untuk mempengaruhi dan menarik minat anggota supaya menggunakan produk pembiayaan musyarakah di BMT Beringharjo Kediri. Dari keseluruhan strategi pemasaran tersebut strategi promosi, strategi harga, dan juga strategi tampilan fisik tampaknya menjadi yang paling dominan dalam mempengaruhi minat anggota untuk menggunakan produk pembiayaan musyarakah dari BMT Beringharjo Kediri dengan menerapkan strategi promosi yang efektif seperti kegiatan kanvas. Hal ini membuktikan pentingnya strategi promosi yang tepat, penetapan harga yang sesuai dan memberikan bukti fisik yang konkret tentang keunggulan produk dan BMT untuk menarik minat anggota.
2. Strategi pemasaran untuk menarik minat calon anggota terhadap produk pembiayaan musyarakah di BMT Beringharjo Kediri berfokus pada

3. berbagai pendekatan untuk memahami dan memenuhi kebutuhan serta preferensi calon anggota dengan menggunakan indikator-indikator tolak ukur minat. Perkembangan transaksi anggota pembiayaan musyarakah di BMT Beringharjo selalu menunjukkan peningkatan. Hal ini dipengaruhi oleh beberapa faktor utama, yaitu proses pembiayaan yang cepat dan efisien, fleksibilitas plafon pembiayaan sesuai kebutuhan usaha anggota, pendekatan berbasis syariah yang dipercaya oleh anggota, rekomendasi melalui *word of mouth* yang memperluas jangkauan keanggotaan. Dan juga terdapat hambatan utama yang dihadapi adalah ketidakhadiran fasilitas ATM atau layanan transaksi elektronik. Hal ini menyebabkan beberapa anggota juga membuka rekening di bank konvensional untuk kebutuhan transaksi praktis, yang berpotensi mengurangi keterikatan dengan koperasi syariah. Namun, hubungan ini menunjukkan bahwa koperasi syariah dan bank konvensional dapat berjalan berdampingan, dengan masing-masing melayani kebutuhan yang berbeda.

B. Saran

Setelah melakukan penelitian di BMT Beringharjo Kediri, adapun peneliti mengemukakan beberapa saran yang diantaranya adalah:

1. Bagi pihak BMT Beringharjo Kediri

Pihak BMT Beringharjo Kediri harus terus berusaha untuk meningkatkan strategi pemasarannya, untuk memaksimalkan kinerja dalam menawarkan produknya. Menjalin kemitraan dengan bank syariah untuk menyediakan layanan ATM atau transaksi digital.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti mengharapkan bahwa kedepannya penelitian mengenai strategi pemasaran untuk menarik minat calon anggota produk pembiayaan musyarakah dapat dikembangkan lebih lanjut oleh penelitian yang lainnya. Dan sebaiknya peneliti selanjutnya bisa mempertimbangkan dan lebih memahami apa yang ingin dijadikan sebagai judul skripsi, hal tersebut bertujuan supaya lebih mudah dalam mengerjakan penulisan skripsi yang baik.