

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah diperoleh peneliti, maka bisa disimpulkan bahwa:

1. Strategi pemasaran berbasis *human spirit* yang diterapkan oleh BWM Amanah Makmur Sejahtera Al-Amin di Kota Kediri berfokus pada pendekatan kemanusiaan dan nilai-nilai spiritual, bukan semata-mata mencari keuntungan. Hal ini terlihat dari pemilihan produk pembiayaan sosial berbasis akad *qard* (pinjaman tanpa bunga), pendekatan komunitas seperti melalui ibu-ibu yasinan untuk menyebarkan informasi, serta penerapan sistem tanggung renteng untuk membantu nasabah saat kesulitan membayar. Strategi ini membuat BWM Al-Amin lebih dekat dengan masyarakat dan membangun kepercayaan, sekaligus menjalankan prinsip ekonomi syariah yang menjunjung keadilan, tolong-menolong, dan kebermanfaatan bagi sesama.
2. Strategi pemasaran berbasis *human spirit* yang diterapkan oleh BWM Amanah Makmur Sejahtera Al-Amin Kota Kediri terbukti efektif dalam meningkatkan jumlah nasabah. Strategi ini dilakukan dengan pendekatan yang mengutamakan nilai kemanusiaan, spiritual, dan budaya lokal, seperti melalui kegiatan keagamaan, kerja sama dengan pesantren, serta pembinaan usaha secara langsung kepada nasabah. Tidak hanya menawarkan

pembiayaan tanpa bunga sesuai prinsip syariah, BWM juga menerapkan sistem tanggung renteng dan pendampingan usaha yang menumbuhkan rasa kebersamaan serta kepercayaan. Pendekatan personal ini membuat masyarakat merasa lebih dihargai, didampingi, dan memiliki hubungan yang kuat dengan lembaga, sehingga tertarik menjadi nasabah dan loyal terhadap layanan keuangan syariah yang ditawarkan.

## **B. Saran**

### **1. Saran untuk BWM Amanah Makmur Sejahtera Al-Amin Kota Kediri**

Agar dapat meningkatkan jumlah nasabah, BWM Amanah Makmur Sejahtera Al-Amin sebaiknya lebih aktif dalam membangun hubungan personal dengan calon nasabah. Pendekatan berbasis *human spirit*, seperti komunikasi yang lebih empati, pelayanan yang ramah, serta transparansi dalam sistem keuangan, bisa menjadi daya tarik utama. Selain itu, melakukan edukasi keuangan syariah kepada masyarakat melalui seminar atau media sosial juga akan membantu meningkatkan kepercayaan dan minat mereka untuk menjadi nasabah.

### **2. Saran untuk Peneliti Selanjutnya**

Peneliti selanjutnya sebaiknya memperluas cakupan penelitian dengan membandingkan strategi pemasaran berbasis *human spirit* di beberapa BWM lainnya. Dengan begitu, hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang lebih luas mengenai efektivitas strategi ini dalam meningkatkan jumlah nasabah. Selain itu, menambahkan metode penelitian kualitatif melalui wawancara mendalam dengan nasabah akan memberikan wawasan

lebih dalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mereka dalam memilih BWM.

### 3. Saran untuk Pihak Akademik

Pihak akademik, seperti dosen dan institusi pendidikan, bisa berperan dalam mengembangkan penelitian tentang strategi pemasaran berbasis *human spirit* ini. Mereka dapat mengadakan seminar, diskusi, atau pelatihan bagi mahasiswa agar konsep ini lebih dipahami dan diterapkan dalam dunia bisnis dan keuangan syariah. Selain itu, kolaborasi antara akademisi dan praktisi BWM bisa menjadi jembatan dalam mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan berbasis nilai-nilai Islam.