

BAB V

PENUTUP

1. KESIMPULAN

- a.** Strategi pemasaran produk yang di terapkan BMT Amal Rizki dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah adalah (1) Meningkatkan kualitas SDM (2) inovasi produk dan (3) meningkatkan pelayanan kepada nasabah. Dengan menggunakan strategi tersebut BMT Amal Rizki penganalisis strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix*).

Produk di BMT Amal Rizki dibedakan menjadi dua yaitu simpanan dan pembiayaan, produk tabungan yang paling di minati nasabah adalah produk tabungan Mudharabah yang memberikan manfaat dapat di ambil kapan saja, serta produk pembiayaan yang diminati nasabah adalah pinjaman pembiayaan murabahah.

Dalam transaksi pembiayaan atau pinjaman setiap Angsuran (*price*) yang di kenakan kepada nasabah di sesuaikan dengan kemampuan membayar serta anggunannya hal ini tidak akan merugikan BMT Amal Rizki serta nasabah.

Lokasi (*place*) BMT Amal Rizki GunungKidul terletak di jalan utama menuju Yogya sehingga masyarakat yang akan ke kota Yogya dapat melewati depan kantor

BMT Amal Rizki dan di lewati oleh bermacam kendaraan yang berlalu lalang, berdekatan dengan lembaga pendidikan Swasta yang cukup terkenal di kalangan masyarakat wonosari serta berdekatan dengan asrama pendidikan traditional yang mengedepankan pendidikan Agama.

Dari segi Promosi yang dilakukan BMT Amal Rizki menggunakan brosur, personal selling dan menggunakan kecanggihan teknologi internet seperti blog dan youtube. Dalam hal ini promosi melalui brosur (media cetak) dan personal selling yang sering dilakukan dalam meningkatkan jumlah nasabah.

Latar belakang pendidikan karyawan (people) BMT Amal Rizki merupakan tamatan SMA dan SMK sehingga pengurus BMT Amal Rizki menguliahkan 5 karyawannya di STAIYO serta pengurus BMT Amal Rizki sebanyak 4 orang yang sudah memiliki gelar sarjana. .

Dalam proses pencairan dana pembiayaan proses dilakukan cepat karena pelayanan jasa yang efektif sehingga setelah di survei oleh Account officer dana akan cepat cair dalam waktu 1 minggu.

BMT Amal Rizki memberikan bukti fisik (psycal evidence) berupa bangunan kantor yang besar dapat menampung banyak nasabah, penampilan staf yang rapi serta

berseragam, satpam yang selalu siap sedia membantu nasabah selama jam kerja, tempat parkir luas dapat menampung mobil serta motor dan perlengkapan kantor yang menunjang semua kegiatan BMT Amal Rizki sehingga terlayani dengan baik.

- b. Analisis SWOT terhadap strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah yang diterapkan oleh BMT Amal Rizki.

Dengan kekuatan-kekuatan yang dimiliki BMT amal Rizki maka diharapkan dapat meminimalisir kelemahan-kelemahan yang dimiliki BMT Amal Rizki, dan Dengan mengetahui sedikit ancaman-ancaman yang ada di BMT Amal Rizki yang harus mempunyai strategi pemasaran untuk meminimalisir ancaman yang ada serta mengetahui peluang yang ada. Banyaknya peluang yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan jumlah nasabah, mayoritas penduduk islam menjadi peluang utama tapi tidak menutup kemungkinan ada masyarakat non Muslim yang menjadi calon nasabah BMT Amal Rizki.

dengan strategi pemasaran yang baik tidak menutup kemungkinan nasabah yang belum percaya ke BMT Amal Rizki akan beralih ke BMT Amal Rizki, serta dapat meningkatkan kepercayaan nasabah kepada BMT Amal Rizki dan BMT Amal Rizki sebagai lembaga keuangan

syariah harus mampu meningkatkan *trusting* yang baik kepada nasabah agar terhindar dari *image* buruk dari masyarakat maupun dari nasabah. Serta dapat memanfaatkan peluang-peluang yang dapat meningkatkan jumlah nasabah serta ancaman yang sedikit di rasakan BMT Amal Rizki.

hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran berhasil dalam meningkatkan jumlah nasabah bisa dikatakan berhasil karena meningkatnya nasabah dan efektifitas pemasaran yang menunjang melalui brosur dan personal selling serta bisa dilihat dari segi kualitas pemasaran sudah baik karena meningkatnya kinerja marketing yang baik.

2. SARAN :

- a.** Lebih Memanfaat kan media cetak untuk mempromosikan produk-produk di BMT Amal Rizki, dengan banyak memberikan informasi tentang BMT Amal Rizki. masyarakat akan tertarik untuk bergabung dengan BMT Amal Rizki.
- b.** Lebih memfokuskan lagi pemasaran di desa-desa terpencil yang sebagian besar penduduknya pedagang dan petani sehingga banyak masyarakat yang tertarik untuk bergabung di BMT Amal.