

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian dan pembahasan terhadap Strategi Pemasaran Simpanan Berkah Dalam Menarik Minat Masyarakat, maka dapat disimpulkan bahwa sudah efektif dengan mengikuti perkembangan arus teknologi informasi dan pemanfaatan aplikasi simko anggota, berikut strategi pemasaran simpanan berkah dalam menarik minat masyarakat pada BMT Insan Mulia Palembang:

1. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh BMT Insan Mulia Palembang terhadap produk simpanan berkah dengan menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix*) yang terdiri dari empat variabel, yaitu:
 - a. Strategi produk (*product*), Produk simpanan berkah paling banyak diminati oleh masyarakat karena memiliki beberapa kelebihan diantaranya fleksibel (dapat ditarik sewaktu-waktu), tidak ada potongan setiap bulan serta bonus yang didapatkan anggota dengan perhitungan bagi hasil sesuai dengan jumlah tabungan.
 - b. Strategi harga (*price*), BMT Insan mulia Palembang memberikan harga yang dapat dijangkau oleh masyarakat menengah ke bawah, dengan biaya pembukaan rekening hanya

keuntungan yang didapat BMT sebesar 0.1% dari jumlah saldo anggota.

- c. Strategi distribusi (*place*), Dari strategi tempat BMT Insan Mulia Palembang berada di Jl. Kampar Raya Sako, Kec Sako, Kota Palembang. Berada di dekat terminal dan pasar perumnas sako Palembang, selain untuk menarik minat masyarakat yang sebanyak-banyaknya lokasi BMT Insan Mulia yang mudah dijangkau juga dapat mempertahankan anggota yang sudah ada.
 - d. Strategi promosi (*promotion*), Kegiatan promosi yang dilakukan oleh pihak BMT Insan Mulia Palembang yaitu secara langsung dan tidak langsung. Secara langsung yaitu bagian *funding* mendatangi masyarakat secara langsung, menyebarkan brosur baik ke pasar ataupun masyarakat yang datang langsung ke kantor. Sedangkan secara tidak langsung yaitu dengan memanfaatkan media sosial.
2. Dalam melakukan pemasaran terdapat faktor pendukung dan penghambat strategi pemasaran simpanan berkah, adapun faktor pendukung dan penghambat strategi pemasaran simpanan berkah dalam menarik minat masyarakat pada BMT Insan Mulia Palembang adalah sebagai berikut:
- a. Faktor pendukung strategi pemasaran simpanan berkah dalam menarik minat masyarakat pada BMT Insan Mulia Palembang:

- 1) Kemudahan dalam melakukan penyeteroran.
 - 2) Memberikan fasilitas pembiayaan penambahan modal untuk usaha bagi anggota yang sudah membuka simpanan berkah.
 - 3) Pelatihan-pelatihan kepada pegawai guna meningkatkan kemampuan SDM.
- b. Faktor penghambat startegi pemasaran simpanan berkah dalam menarik minat masyarakat pada BMT Insan Mulia Palembang:
- 1) Lembaga yang belum banyak di kenal.
 - 2) Adanya kasus-kasus koperasi bodong saat ini yang dapat menimbulkan trauma pada masyarakat.

B. Saran

Dari hasil penelitian yang telah diuraikan diatas, maka peneliti memberikan beberaqa saran diantaranya:

1. Kiranya BMT Insan Mulia Palembang dapat memperluas jaringan wilayah pemasaran, tidak hanya fokus pada wilayah perumnas sako, sematang borang dan kalidoni.
2. Diharapkan BMT Insan Mulia Palambang dapat mempertahankan stategi pemasaran yang sudah ada dan terus mengikuti perkembangan arus teknologi informasi agar mampu bersaing dengan lembaga keungan lainnya.
3. Diharapkan BMT Insan Mulia Palembang dapat mempertahankan dan meningkatkan pelayanan kepada anggota serta menjaga hubungan baik antara anggota dan pegawai.

