

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, maka penulis menyimpulkan sebagai berikut:

1. BMT Mitra Khazanah Palembang menerapkan beberapa strategi manajemen pemasaran sebagai upaya untuk menarik minat anggota, yaitu antara lain: melakukan promosi secara langsung dengan cara mengenalkan produknya secara langsung kepada masyarakat sekitar dan diteruskan *face to face* kemudian melalui brosur dengan membuat brosur semenarik mungkin dan strategi manajemen pemasaran dengan sosial media.
2. Strategi manajemen pemasaran yang dilakukan BMT Mitra Khazanah Palembang dalam meningkatkan jumlah anggotanya adalah dengan melakukan sosialisasi secara langsung kepada masyarakat, meningkatkan kualitas pelayanan yang baik, meningkatkan kualitas SDM, meningkatkan kegiatan promosi kepada masyarakat, rutin memberikan reward kepada para anggotanya agar para anggota tetap merasa senang dalam bergabung menjadi anggota BMT Mitra Khazanah Palembang ini. Strategi manajemen pemasaran BMT Mitra Khazanah Palembang yaitu sebagai berikut:

a. Promosi secara langsung

Melakukan promosi dengan cara terjun langsung ke lapangan dan menjelaskan secara detail tentang produk yang ada di BMT.

b. Brosur

Menyebarkan brosur-brosur kepada masyarakat dan membuat brosur lebih menarik.

c. Media sosial (Instagram: bmtmitrakhazanah, Facebook: Bmt Mitra Khazanah)

Melakukan promosi lewat media sosial dengan menayangkan iklan-iklan tentang produk BMT.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. BMT Mitra Khazanah Palembang harus lebih meningkatkan kualitas pelayanannya agar bisa terus meningkatkan jumlah anggotanya. Dan juga meningkatkan kualitas SDM, karena masih banyak strategi yang belum terealisasi akibat kurangnya Sumber daya manusia(SDM).
2. BMT Mitra Khazanah dapat menggunakan alternative lain sebagai upaya untuk melakukan strategi manajemen pemasarannya seperti melakukan pemasaran di website resmi BMT Mitra Khazanah Palembang, melalui iklan-iklan di media sosial lainnya dan memasuki ranah kampus dan bekerjasama dalam promosi produknya seperti yang telah direncanakan sebelumnya.

3. Kepada para akademis untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat melakukan kajian lebih mendalam lagi dengan metode-metode yang lebih efektif agar dapat memberikan dampak yang positif dan luas bagi penelitian-penelitian selanjutnya. Saran untuk penelitian selanjutnya lebih ke cara untuk mengatasi kesulitan masalah pembiayaan.