

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pada pembahasan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa kedua strategi memiliki persamaan dan perbedaan dalam meningkatkan serta mempertahankan jumlah anggota dan portofolio anggota, Berikut merupakan hasil dari penelitian:

1. Strategi marketing mix pada produk sirela dalam meningkatkan jumlah anggota dan portofolio, menggunakan strategi marketing mix atau bauran pemasaran 7P yang meliputi: *product*, *price*, *promotion*, *place*, *people*, *process*, dan *physical evidence*. Strategi *product* yaitu marketing memaksimalkan pemasaran dengan ibu-ibu dan pedagang di pasar Mlonggo dan sekitarnya. Strategi *price*, pada sirela tidak terdapat biaya administrasi, strategi *promotion* yang dilakukan marketing yaitu dengan mengunggah pamflet di media sosial, menyebar brosur, dan melakukan pendekatan terhadap masyarakat. Strategi lokasi atau *place* BMT Al-Hikmah Cabang Mlonggo lokasi yang strategis untuk para pedagang pasar Mlonggo. Strategi *people* atau SDM, karyawan melakukan pelatihan yang diadakan oleh BMT untuk mengembangkan pengetahuan supaya dapat memberikan rasa nyaman terhadap calon anggota. Strategi *process* pada sirela yaitu Jemput bola dan mendatangi secara langsung ke kantor. Dan *physical evidence*, strategi yang dilakukan yaitu memiliki gedung yang

bagus, bersih, menyediakan kursi tunggu anggota yang nyaman, ruangan ber AC, dan tempat parkir.

2. Tidak hanya strategi dalam meningkatkan yang menggunakan 7P, strategi marketing funding pada produk sirela dalam mempertahankan jumlah anggota dan portofolio anggota juga menggunakan 7P, yaitu Strategi *product*, pelayanan dengan jemput bola, lalu terdapat pelayanan aplikasi payBMT yang saling berkaitan dengan produk sirela. Strategi *price* Tidak ada administrasi pada produk sirela. Strategi promosi dalam mempertahankan anggota pihak BMT mengadakan *doorprize* undian berupa hadiah menarik setiap setahun sekali. Strategi *place*, BMT memiliki lokasi strategis yang memudahkan karyawan dan anggota saat datang ke kantor. Strategi *people*, marketing memberikan pelayanan dengan baik dan ramah, serta diwajibkan melakukan 3S (senyum, sapa, salam). Sedangkan strategi *process* pada pelayanan sirela, yaitu mempermudah penyeteroran dan penarikan pada produk sirela, menepati janji atau amanah untuk meningkatkan kepercayaan anggota kepada pihak BMT. Dan strategi *physical evidence* pihak BMT memberikan pelayanan fasilitas area parkir motor dan mobil dengan tidak dipungut biaya parkir, kenyamanan ruang tunggu full AC dan kursi tunggu yang nyaman.

B. Saran

Dari pembahasan pada bab sebelumnya, maka penulis menyarankan :

1. Mengadakan sosialisasi pada lembaga-lembaga dimasyarakat, seperti sekolah, Fatayat dan Muslimat, Ibu-ibu PKK dan lain sebagainya.

2. Memberikan hadiah tidak hanya pada undian dorpress saja, namun hadiah kecil berupa gelas atau mangkok cantik tiap bulan bagi anggota yang rajin menabung diatas 5 atau 10 juta tiap bulannya.
3. KSPPS BMT Al-Hikmah Cabang Mlonggo perlu meningkatkan kualitas keistimewaan yang dimiliki untuk menarik simpati masyarakat.

