

## BABV

## PENUTUP

## 5.1 Kesimpulan

HasilpenelitiandananalisisstrategipemasaranBankWakafMikroSinarSukses

Bersama Annur II Bululawang menunjukkan bahwa:

1. **Strategi pemasaran yang digunakan** oleh Bank Wakaf Mikro Annur II Bululawang sangat terfokus pada pendekatan personal, edukatif, dan religius. Bank ini menerapkan strategi pemasaran berbasis nilai-nilai syariah melalui program pembiayaan tanpa bunga (qardhul hasan), pendampingan usaha, serta edukasi spiritual melalui program Halaqoh Mingguan. Pendekatan ini terbukti efektif dalam menarik perhatian dan kepercayaan masyarakat.
2. **Faktor-faktor yang memengaruhi minat nasabah** terhadap Bank Wakaf Mikro meliputi kepercayaan terhadap lembaga, pemahaman masyarakat mengenai konsep dan manfaat bank wakaf, kualitas pelayanan, lingkungan sosial yang mendukung, kemudahan prosedur pembiayaan, serta tingkat religiusitas masyarakat. Kombinasi faktor-faktor tersebut menjadikan kunci dalam meningkatkan minat dan loyalitas nasabah.
3. **Efektivitas strategi pemasaran** terbukti signifikan dalam meningkatkan jumlah nasabah dan memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap Bank Wakaf Mikro. Penerapan strategi yang sesuai dengan karakteristik lokal dan berbasis nilai-nilai Islam menjadi pembeda utama dibandingkan lembaga keuangan lainnya.

Dengan demikian, Bank Wakaf Mikro Annur II Bululawang berhasil membangun kepercayaan dan meningkatkan minat nasabah melalui strategi pemasaran yang tidak



hanya bersifat komersial, tetapi juga menentuhaspek sosial, spiritual, dan edukatif secara menyeluruh.

## 5.2 Saran

Penulis memberikan rekomendasi berikut berdasarkan temuan dan hasil penelitian:

### 1. Bagi Bank Wakaf Mikro Annur IIBululawang

- Disarankan untuk terus meningkatkan strategi pemasaran berbasis edukasi dan nilai-nilai syariah dengan pendekatan personal, terutama melalui kegiatan keagamaan dan pembinaan rutin kepada nasabah.
- Perlu adanya penguatan dalam penggunaan media digital untuk memperluas jangkauan informasi kepada masyarakat, terutama generasi muda yang akrab dengan teknologi.
- Menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan, terutama dalam hal kecepatan dan kemudahan prosedur, agar tetap menjadi daya tarik utama bagi calon nasabah baru.

### 2. Bagi Masyarakat (Nasabah dan Calon Nasabah)

- Diharapkan lebih aktif mencari informasi mengenai produk dan layanan Bank Wakaf, serta memanfaatkan fasilitas pembiayaan yang disediakan dengan bijak dan bertanggung jawab untuk kemajuan usaha.
- Masyarakat juga perlu meningkatkan literasi keuangan dan pengetahuan tentang ekonomi syariah agar dapat memaksimalkan manfaat dari keberadaan Bank Wakaf Mikro.

### 3. Bagi Peneliti Selanjutnya

- Untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang seberapa efektif strategi pemasaran syariah, diharapkan penelitian ini dapat diperluas dengan membandingkan berbagai Bank Wakaf Mikro di wilayah lain.



- Selain itu, penelitian kuantitatif dapat dilakukan untuk mengukur seberapa besar pengaruh masing-masing komponen terhadap minat konsumen secara statistik.



UNIVERSITAS ISLAM  
**RADEN RAHMAT**



## DAFTAR PUSTAKA

- Karjuni,A.,&Mulasih,S.(2021).StrategiPemasaranSyariahdalamUpayaMenarikMinat Nasabah Pada Bank Wakaf Mikro Buntet Pesantren Cirebon Tahun 2020.
- Yuliani,I.(2022).Analisisfaktoryangmempengaruhiminatnasabahmemilihproduktabungan wakaf di Bank CIMB Niaga Syariah Cabang Samarinda.
- Pratama,R.,&Edi,S.(2024).StrategiPemasaranSyariahDalamUpayaMenarikMinat Nasabah Pada Bank Wakaf Mikro Pesantren Mawaridussalam.
- Zen,F.A.,Efendy,R.,Ubaidi,A.,&Muar,R.(2024).STRATEGIPEMASARANDAN SOSIALISASIPRODUKBANKWAQAFMIKRO KEPADAMASYARAKATPESANTREN.
- Octavia,A. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Pemasaran Terhadap PengambilanKeputusanNasabahMelakukanPembiayaanMikroDiBankWakafMikro Mawaridussalam (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara).
- Budiman,B.,Rahayu,R.,&Adawiyah,E.R.(2023).StrategiPembinaandalamMeminimalisir Resiko Pengembalian Modal Pinjaman Nasabah Bank Wakaf Mikro Syariah.
- Maharsi,S.,&Mulyadi,Y.(2007).Faktor-factoryangmempengaruhiMinatNasabah.
- Andespa,R.(2017).Faktor-factoryangmempengaruhiminatnasabahdalammenabungdi bank syariah.
- Nasution,M.H.,&Sutisna,S.(2015).Faktor-factoryangmempengaruhiminatnasabah terhadap internet banking.
- Caroline,C.C.,&Hastuti,T.D.(2021).AnalisisFaktor-FaktorYangMempengaruhiMinat Nasabah Menggunakan M-Banking Berdasarkan Teori TAM.



Ilfita,I.,&Canggih,C.(2021).PengetahuandanReligiusitasTerhadapNiatNasabah Menggunakan Produk Pembiayaan Bank Wakaf Mikro

Oktamaihandri, T. (2020). Strategi Bauran Promosi Produk Pembiayaan Modal Kerja di Bank WakafMikroSyariahFajarPelitaHarapanCabangPerawang.Skripsi,UniversitasIslam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Hardiani,T.,&Silmina,E.P.(2022).VideoCompanyProfileSebagaiMediaPeningkatan Branding Bank Wakaf Mikro Mandiri Sakinah UNISA.

Rahib,R.,Rahman,A.,&Widayanti,D.(2021).ProductivePoorPerceptionTowardsEasily Micro-Business Financing Based on Micro Waqf Banks in Indonesia.

Arinta,N.Y.,Nabila,R.,AlUmar,U.A.U.,&Alvian,W.A.(2020).EksistensiBankWakafMikro dan Implikasinya terhadap Kesejahteraan Masyarakat Dalam Perspektif Islam.

Rahfi,A.D.(2024).PengaruhLiterasiWakafterhadapMinatMasyarakatMuslimdalamWakaf Produktif.

Waldelmi,I.,&Fatkhurahman,F.(2025).PengaruhLiterasiWakafterhadapMinatWakafTunai Masyarakat

Harahap,I.,Mailin,&Amini,S.(2019).PeranBankWakafMikroSyariahdiPesantren Mawaridussalam dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat.

Zen,F.A.,Efendy,R.,Ubaidi,A.,&Muar,R.(2024).StrategiPemasarandanSosialisasiProduk Bank Wakaf Mikro kepada Masyarakat Pesantren.

Pramono,N.H.,&Wahyuni,A.N.(2021).StrategiInovasiandanKolaborasiBankWakafMikro Syariah dan UMKM Indonesia di Era Digital.



Selasi,D.,Nurpitasari,S.,&Saputri,M.(2023).Pengaruhliterasikeuangansyariahterhadap minat investasi pada pasar modal syariah. SANTRI: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam

Nurhayati,S.,Rustamunadi,&Fitriyyah.(2019).StrategiPemasarandanSosialisasiProduk Bank Wakaf Mikro kepada Masyarakat Pesantren.

Ardiansyah,N.,Nasution,E.Y.,&Hariani,P.(2023).PersepsiMasyarakatTerhadapLembaga KeuanganMikroSyariahKhususnyaBankWakafMikroDiKotaMedan.Inovatif:Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, Bisnis Digital dan Kewirausahaan.

Ghanny,A.R.,&Fatwa,N.(2021).IndeksLiterasiWakafGenerasiMilenial.

Sulaeman,A.(2020).ApakahKepercayaanMuwakifDitentukanolehAkuntabilitas Pengelolaan Wakaf Tunai dan Peran Nadzir.

Rahfi,A.D.(2024).PengaruhLiterasiWakafterhadapMinatMasyarakatMuslimdalamWakaf Produktif.

Fatmawati,D.(2024,November23).GovernansiWakafUangDorongPeningkatan Kepercayaan Masyarakat.

Kurniawan, D., & Pimada, L. M. (2023). Analisis Faktor Yang Memengaruhi Kepercayaan Masyarakat Terhadap Lembaga Wakaf Di Indonesia. Skripsi, Universitas Brawijaya.

Sadri,A.(2022).AntesedenKepercaayaanDanImplikasinyaTerhadapPerilakuTenaga Profesional pada Wakaf Tunai.

Aulia, P., & Siregar, P.A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan Produk Pembiayaan terhadap Pengembangan UMKMNasabah (Studi Bank Wakaf Mikro Pesantren Mawaridusallam). MODELING: Jurnal Program Studi PGMI

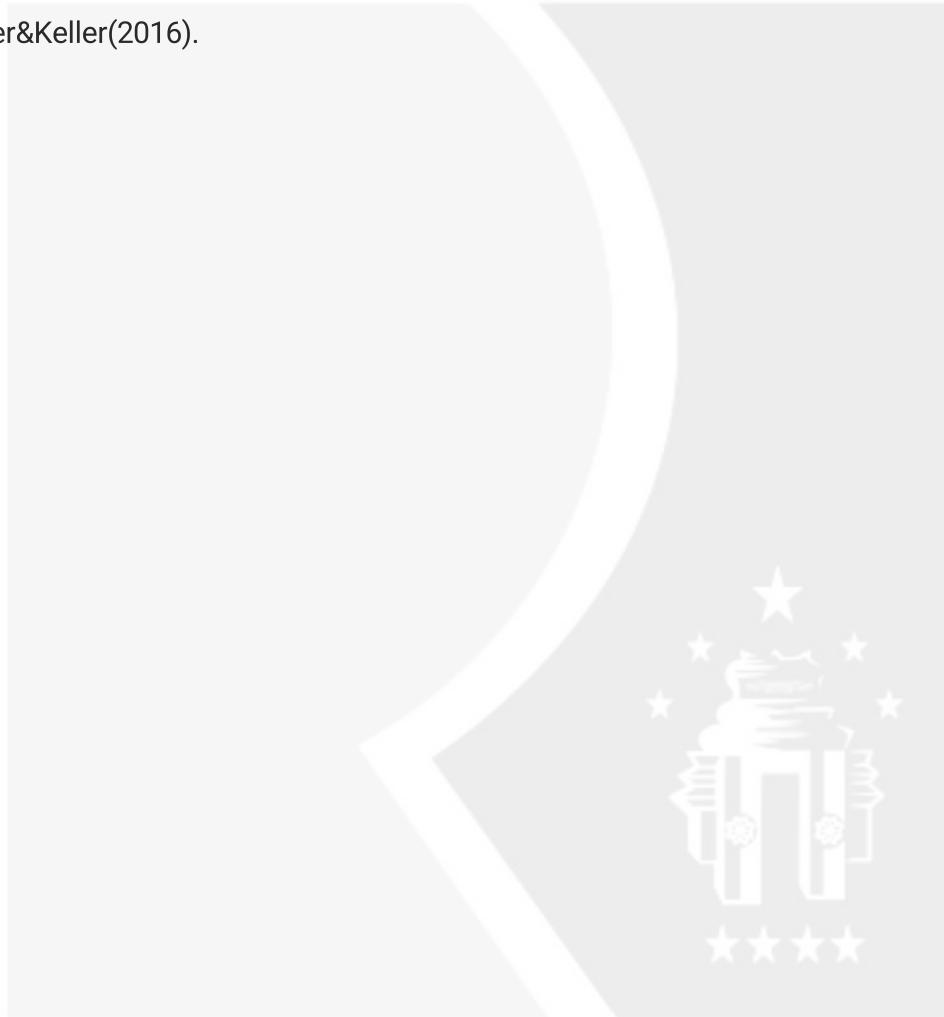


Sari,M., &Rahman,A.(2024).Microwaqfbankanditsimpactonmicro-enterpriseproductivity in Indonesia. Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen Bisnis

Mu'awanah,A.S.,&Fitriyani,Y.(2024).PeranBankWakafMikroSyubbanulWathonMaslahah Dalam Penguatan Usaha Mikro.

Hasanah&Nugraha(2019).EfektivitasPromosiDigitaldiLembagaKeuanganSyariah.

Kotler&Keller(2016).



UNIVERSITAS ISLAM  
RADEN RAHMAT

