

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Setelah melakukan pembahasan terhadap paparan data diatas yang diperoleh dalam penelitian dan analisis yang telah dilakukan, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

- a. Strategi yang digunakana oleh BMT UGT Nusantara dalam memasarkan produknya sebagai keunggulan kompetitif adalah strategi jempot bola. Strategi langsung turun kelapangan atau bertatap muka langsung kepada nasabah/anggota, pemasaran ini sangat memudahkan anggota dalam berinteraksi kepada karyawan BMT dan juga melakukan transaksi. Strategi pemasaran produk ditunjukkan dengan adanya produk unggulan yaitu produk tabungan umum, tabungan haji, tabungan umroh, tabungan siswa, tabungan idul fitri, dan tabungan berjangka dengan menetapkan harga yang menyesuaikan dengan kemampuan anggota dan calon anggota.
- b. BMT mempunyai keunggulan seperti memberikan pelayanan dengan baik, benar dan sopan, mempunyai aplikasi Mobile UGT – BMT UGT Nusanatara dan selalu menjaga sillaturrahmie kepada anggota dan calon anggota.

5.2. Saran

Saran yang dapat di ajukan dalam penelitian ini sebagai berikut :

- a. Dilihat dari beberapa kendala yang dihadapi oleh BMT hendaknya marketing dapat mengelola dan memberikan masukan kepada nasabah sehingga nasabah bisa tertarik untuk selalu menabung pada BMT UGT Nusantara cabang Wonokerto.

- b. BMT UGT Nusanatara Cabang Wonokerto hendaknya memulai menerapkan sebuah undian atau beberapa hadiah-hadiah kepada nasabah, sehingga akan membuat nasabah terpacu dirinya untuk giat dalam menabung.



UNIVERSITAS ISLAM
RADEN RAHMAT

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, Thamrin. (2013), *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Al Arif, M. Nur Rianto. (2012), *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung, Alfabeta

Alma, B. (2005). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Edisi revisi. Cet.ke-2, Bandung: Alfabeta

Anoraga, Panji. (2004), *Manajemen Bisnis*, PT. Rineka Cipta, Jakarta.

Anshori, A. Ghofur. (2007). *Perbankan Syariah Indonesia*. Yogyakarta: Gadjah Mada Universitas Press

Arikunro, Suharsimi. (1993), *Manajemen Penelitian*, Renika Cipta, Jakarta

Assauri, Sopyan. (2004), *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, Strategi*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada

Bassu Swastha, dkk. (2008), *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: Liberty

Buchari, Alma. (2007), *Manajemen Pemasaran dan pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta

Dirgantoro, Crown. (2021), *Keunggulan Bersaing Melalui Proses Bisnis*, Jakarta: PT Grasindo

Departemen Kebudayaan dan Kesenian. (2004), *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Balai pustaka.

Gitosudarmo, Indriyo. (2001), *Manajemen Strategis*, Yogyakarta: BPFE

Gultinan, Joseph P dan Gordon W.paul. (1994). *Strategi dan Program Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Huda. Hisbulloh. (2022). *Wawancara Kabag Legal Remedial BMT UGT Nusantara cabang.Wonokerto Tanggal 28 Maret 2022*

Ilmi, Makhlul. (2002), *Teori dan praktek Lembaga Mikro Keuangan Syariah*, Yogyakarta: Ull pres

Jaiz, Muhamad. (2014), *Dasar-dasar periklanan*, Yogyakarta: Graha Ilmu

Joseph. P.Guiltinan dan Gordon W.paul. (2007). *Marketing Manajemen, Strategi and Progres, terj, strategi dan program Manajemen Pemasaran*. Ed. II. Jakarta: Erlangga.

Kasmir. (2014), *Manajemen Perbankan*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada

Kasmir, Jakfar. (2004), *Studi Kelayakan Bisnis*, Jakarta: Kencana

Kismono. (2001), *Pengantar Bisnis*, Yogyakarta: BPFE

Kotler, Amstrong. (2001), *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga

Kotler, Philip. (1996), *Marketing*, Jilid I, Jakarta: Erlangga

Kotler, Philip. (2008), *prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi ke 12, Erlangga, Jakarta

Muhammad. (2004), *Etika Bisnis Islam*, Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, Yogyakarta

Muhammad. (2007), *Lembaga Ekonomi Syariah*, Yogyakarta: Graha Ilmu

Muhammad, S. Antonio. (2005). *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil (BMT)*.

Cetakan kedua, Yogyakarta: UII Press

Muhamad, Rifki. (2008), *Akuntansi Keuangan Syariah*, Jakarta P2EI Press

Molan, Benyamin. (2001), *Pemasaran*, Jakarta: Salemba Empat

Nazir, Moh. (2005), *Metode Penelitian*, Bogor: Ghalia Indonesia

Rangkuti, Ferdy. (2006), *Analisis SWOT: Teknik Membedah kasus Bisnis*,

Jakarta: PT Gramedia Pustaka

Ridwan. (2004). *BMT dan Bank Islam, Instrumen Lembaga Keuangan Syariah*.

Bandung:Pustaka Bani Quraish.

Ridwan, Ahmad Hasan Ridwan, (2013), *Manajemen Baitul Maal Wat Tamwil*,

Bandung: Pustaka Setia

SEBI, (1999), *Manajemen Bisnis Islam dan Strategi Marketing, paper SEBI*,

Jakarta

Suharwadi, Lubis K. (2004), *Hukum Ekonomi Islam*, Jakarta: Sinar Grafika

Sumar'in, (2012). *Konsep Kelembagaan Bank Syariah*. Cetakan Pertama

Yogyakarta: Graha Ilmu

Suwartono. (2004). *Dasar-dasar Metodologi penelitian*. Diakses dari [https://b-](https://b-ok.asia/book/)

[ok.asia/book/](https://b-ok.asia/book/)

Universitas Islam Raden Rahmat Malang. (2022). *Panduan Skripsi*. Malang:

Universitas Islam Raden Rahmat Malang

Yusanto, Muhamad ismail. (2002), *menggagas Bisnis Islam*, Jakarta: Gemma

Insani.