

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan penulis mengenai strategi pemasaran dan kendala dalam proses memasarkan produk tabungan umum syariah pada BMT UGT Sidogiri Cabang Banjarmasin, dapat disimpulkan hasil penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Strategi pemasaran BMT UGT Sidogiri Cabang Banjarmasin dalam memasarkan produk tabungan umum syariah yaitu melalui pendekatan pada nasabah, melalui promosi, menentukan lokasi segmentasi pasar dan pemasaran, dan memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah merupakan strategi khusus yang dijalankan, dan dengan menggunakan sistem jemput bola pada nasabahnya. Dimana pihak BMT akan datang kerumah-rumah nasabah untuk mengambil dana simpanan atau uang yang akan di tabung dengan berpakaian sopan. Dan juga menggunakan strategi promosi untuk mencari nasabah dengan menggandeng tokoh agama maupun tokoh masyarakat untuk menarik minat masyarakat menjadi nasabah.
2. Kendala yang muncul disetiap kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh BMT UGT Sidogiri Cabang Banjarmasin yaitu kurangnya kesadaran masyarakat terhadap transaksi yang halal, kurangnya kepercayaan masyarakat terhadap BMT dan terbiasanya masyarakat menggunakan jasa simpanan di bank, khususnya bank konvensional.

## **B. Saran**

Berdasarkan penelitian diatas saran yang dapat saya sampaikan adalah :

1. Dari BMT UGT Sidogiri Cabang Banjarmasin agar strategi pemasaran yang digunakan dapat ditingkatkan lagi supaya BMT menjadi kepercayaan masyarakat di Banjarmasin dan sekitarnya. Melakukan sosialisasi produk-produk yang ada di BMT UGT Sidogiri secara terus menerus kepada masyarakat khususnya produk simpanan.
2. Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan litelatur untuk peneliti berikutnya dalam membahas produk tabungan umum syariah yang lebih mendalam lagi.