

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Simpulan**

Dari hasil penelitian diatas maka peneliti menyimpulkan dan strategi pemasaran produk MUB menggunakan akad *mudharabah* di BMT UGT Sidogiri Kc Banjarmasin, dan kendala dalam memasarkan produk modal usaha barokah, yaitu:

1. Strategi pemasaran BMT UGT Sidogiri Cabang Banjarmasin dalam memasarkan produk modal ushaha barokah dengan melalui pendekatan pada nasabah, melalui promosi, menentukan lokasi pasar dan pemasaran, dan memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah suatu strategi khusus yang dijalankan, dan dengan menggunakan sistem layanan antara jemput kepada nasabahnya. pihak BMT akan datang kerumah-rumah nasabah untuk mengambil dana pembayaran pinjaman dengan berpakaian sopan, menggunakan peci, Dan juga menggunakan strategi promosi untuk mencari nasabah dengan menggandeng tokoh agama maupun tokoh masyarakat untuk menarik minat masyarakat menjadi nasabah.

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, terkhusus kepada bank konvensional.

## **2. Saran**

Dari kesimpulan diatas maka penulis memberikan saran :

1. Dari BMT UGT Sidogiri Kantor cabang Banjarmasin diharapkan strategi pemasaran yang digunakan dapat ditingkatkan lagi supaya BMT menjadi kepercayaan di tengah masyarakat Banjarmasin dan sekitarnya. Melakukan sosialisasi produk yang ada di BMT UGT Sidogiri secara berkelanjutan kepada masyarakat khususnya produk modal usaha barokah.
2. Diharapkan penelitian ini dijadikan literature untuk peniliti berikutnya dalam membahas produk modal usaha barokah.