

## **BAB V PENUTUP**

### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dan pembahasan, maka ada beberapa simpulan yang bisa diambil dari hasil penelitian ini yaitu:

#### **1. Analisis Swot Produk Pembiayaan Murabahah**

- a. Produk murabahah yang dimiliki oleh BMT Assyfi'iyah juga memiliki Kekuatan dan kelemahan. Kekuatan yang dimiliki yaitu dapat memberikan potongan berdasarkan *standar oprasional prosedur* (SOP) BMT, mengurangi nilai angsuran sesuai dengan pendapatan nasabah, akad pembiayaanya yang sangat mudah. Selain kekuatan produk murabahah juga mempunyai kelemahan yaitu produk pembiayaan yang belum terlalu dikenal oleh kalangan masyarakat, resiko kegagalan pembayaran dari nasabah (macet), kurangnya promosi terhadap pembiayaan murabahah.
- b. Harga produk murabahah yang dimiliki oleh BMT Assyafi'iyah juga memiliki kekuatan, kelemahan. kekuatannya yaitu, suku bunga atau margin yang rendah untuk kategori lembaga keuangan non bank, dapat melakukan proses negosiasi terhadap suku bunga atau margin pada saat proses akad. Kelemahannya yaitu persaingan yang ketat.
- c. Tempat juga memiliki kekuatan dan kelemahan. Adapun kekuatannya yaitu, tempatnya yang cukup strategis, kantornya yang nyaman, fasilitas yang memadai. Kelemahannya yaitu, lahan parkir yang kurang luas.
- d. Promosi juga memiliki kekuatan, kelemaha. Adapun kekuatannya yaitu, pemanfaatan media social yang cukup bagus sebagai sarana promosi. Kelemahannya yaitu, kurangnya sumberdaya manusia untuk memasarkan produk pembiayaan murabahah.

## 2. Analisis strategi

- a. Strategi pemasaran khususnya produk pembiayaan murabahah yang diterapkan oleh BMT Assyafi'iyah Kotagajah meliputi beberapa strategi, yaitu jemput bola, membangun jaringan, memberikan servise excellent, dan memberikan fasilitas yang memuaskan untuk meningkatkan kepercayaan dan kepuasan nasabah, sehingga nasabah yang ada tidak akan lari ke bank.
- b. Hasil dari five force model menyebutkan bahwa tentang pesaing industri pihak BMT saat ini telah menawarkan produk dan fasilitas yang lebih beragam. Adapun ancaman produk pengganti pihak BMT terus melakukan antisipasi dan evaluasi serta menetapkan strategi pemasaran yang tepat karena kekuatan pembeli BMT adalah nasabah. Sedangkan kekuatan pemasok BMT adalah penanam saham dan juga menjadi ancaman pendatang baru adalah BMT setempat dan bank konvensional yang merupakan ancaman bagi BMT Assyafi'iyah Kotagajah sendiri.
- c. Hasil analisis SWOT menyebutkan bahwa BMT Assyafi'iyah Kotagajah sudah bisa berani bersaing dipasar persaingan yang kompetitif. Hasil SWOT nya pun hampir memiliki kesamaan dengan BMT pada umumnya.

Berdasarkan interpretasi analisis SWOT, pengembangan strategi pemasaran produk pembiayaan yang bisa dilakukan oleh BMT Assyafi'iyah Kotagajah adalah dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada, serta meminimalkan kelemahan dan ancaman. Strategi yang ditempuh terdiri dari:

- a. strategi SO (*strenght opportunities*)  
meliputi pangsa pasar, memperkuat kerja sama dengan koperasi-koperasi, meningkatkan hubungan dengan ulama, pemerintah dengan pengusaha.
- b. strategi WO (*weakness opportunities*)  
yaitu melakukan strategi jemput bola, meningkatkan loyalitas nasabah dan peningkatan kualitas produk.
- c. Strategi ST (*strenght threat*)  
Terdiri dari menjalin kerja sama dengan BMT lainnya menetapkan target pemsaran, dan meningkatkan kualitas pelayanan.
- d. Strategi WT (*weakness threat*)  
yaitu pelaksanaan peningkatan promosi melalui berbagai media dan

menetapkan strategi pemasaran yang efektif dan efisien.

## **B. Saran**

Saran- saran yang diberikan peneliti dalam penelitian ini khususya bagi BMT Assyafi'iyah Kotagajah adalah sebagai berikut:

1. Dalam menentukan strategi pemasaran, BMT Assyafi'iyah harus memanfaatkan kekuatan dan peluang. Adapun kekuatan dan peluangnya yaitu, memperluas pangsa pasar, memperkuat kerjasama dengan koperasi dan meningkatkan hubungan dengan ulama, pemerintah dan pengusaha. Dengan tetap memandang faktor kelemahan dan ancaman. Jangan sampai kekuatan dan peluang berubah menjadi ancaman besar bagi lembaga perbankan sendiri.
2. Untuk menarik masyarakat agar menjadi nasabah, maka sosialisasi dan promosi harus gencar dilakukan baik secara tertulis maupun secara langsung, selain itu BMT juga harus tetap meningkatkan pelayanan yang prima, melengkapi fasilitas yang memadai.
3. Jaringan sangat berpengaruh terhadap kemajuan perbankan, oleh karena itu hendaknya BMT lebih meningkatkan hubungan dengan pihak- pihak terkait yang bermanfaat bagi laju perkembangan BMT.
4. Produk pembiayaan murabahah yang ditawarkan hendaknya memiliki keunggulan yang tidak dimiliki oleh lembaga keuangan lain baik itu menyangkut kualitas maupun bagi hasilnya. Contohnya memberikan akad pembiayaan yang mudah dan dapat memberikan suku bunga yang rendah dibandingkan dengan lembaga lain.
5. Agar dapat bersaing dipasar persaingan yang semakin kompetitif hendaknya BMT assyafi'iyah kotagajah mampu memprediksi peluang- peluang yang bisa dimanfaatkan oleh BMT dan selalu melakukan inovasi- inovasi produk yang mempunyai nilai jual tinggi.