

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah penulis lakukan mengenai Peranan Penerapan Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Pembiayaan pada BMT As-Salam Trusmi Kecamatan Weru Kabupaten Cirebon, penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut :

5.1.1 Strategi promosi yang diterapkan oleh BMT As-Salam dengan berbagai alternatifnya walau masih dalam taraf sederhana, terbukti cukup berhasil dalam mengenalkan (memasarkan) produk-produknya khususnya pembiayaan. Pembiayaan yang diberikan oleh BMT As-Salam meningkat cukup signifikan. Gambaran penerapan strategi promosi yang dilaksanakan oleh BMT As-Salam, adalah baik, hal ini dapat dilihat dari hasil pengolahan angket variabel X, dari 3 (tiga) responden, 27,78 % yang menyatakan sangat setuju, 50,00 % yang menyatakan setuju, 22,22 % yang menyatakan ragu-ragu, serta tidak ada sama sekali yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

5.1.2 Peningkatan pembiayaan (variabel Y) dalam persepsi karyawan (sebanyak 3 orang) adalah baik. Dimana dari 3 responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 38,89 %, yang menyatakan setuju 38,89 %, yang menyatakan ragu-ragu 22,22 %, dan tidak ada yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

5.1.3 Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Strategi Promosi dengan peningkatan pembiayaan BMT As-Salam, yang ditunjukkan dengan diperolehnya nilai koefisien korelasi (r) sebesar 1, yang termasuk kategori sangat kuat. Ditunjukkan pula dengan hasil pengujian signifikansi korelasi antara penerapan Strategi Promosi dengan peningkatan Pembiayaan pada BMT As-Salam, dengan hasil ditolaknya hipotesis nol (H_0) dan diterimanya hipotesis alternatif (H_a). Serta dari uji Determinasi (penentu) diperoleh nilai sebesar 1 yang termasuk kategori sangat kuat. Hal tersebut membuktikan bahwa penerapan Strategi Promosi berperan terhadap peningkatan Pembiayaan pada BMT As-Salam sebesar 1 %.

5.2 Saran

BMT As-Salam Trusmi Kecamatan Weru Kabupaten Cirebon dalam praktiknya memberikan bantuan modal usaha kecil merupakan penyokong terhadap pertumbuhan usaha kecil dan menengah yang kontribusinya cukup besar terhadap perekonomian negara.

Dalam upayanya membantu pengembangan usaha kecil menengah, BMT As-Salam diantaranya melakukan promosi dengan berbagai variasinya. Namun kesederhanaan varian promosi, membuat kegiatan BMT belum sepopuler lembaga keuangan lainnya di Cirebon khususnya. Hal itu berdampak pada belum optimalnya perkembangan BMT As-Salam.

Mengingat hal tersebut, dirasa sangat perlu bagi BMT As-Salam untuk lebih intens dalam melakukan kegiatan promosi. Diantaranya mungkin dengan

memasang iklan di surat kabar di wilayah Cirebon, pemasangan iklan di radio, penyebaran brosur/ famplet mengenai produk-produk dari BMT As-Salam.

Selain itu, penyederhanaan istilah-istilah produk keuangan di BMT As-Salam juga perlu dilakukan. Hal ini untuk lebih memasyarakatkan BMT As-Salam, sehingga nantinya mampu meningkatkan usaha BMT.