

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. Promosi yang dilakukan oleh BMT Al Ishlah guna mengkomunikasikan produk yang ada di mereka cukup baik. Ini terbukti dengan beragam metode yang dilakukan oleh pihak BMT, seperti penyebaran brosur, pemasangan papan nama, menjaga hubungan yang baik dengan masyarakat, serta mensponsori seminar tentang perbankan Syariah.
2. Pembiayaan yang ada di BMT Al Ishlah disesuaikan dengan kebutuhan pembiayaan masyarakat. Untuk saat ini pembiayaan yang ada di BMT Al Ishlah adalah pembiayaan mudharabah, murabahah, musyarakah, serta pembiayaan administrasi di muka. Pembiayaan ini tidak menutup kemungkinan untuk lebih berkembang lagi sesuai dengan kebutuhan masyarakat.
3. Dari hasil penelitian korelasi antara promosi dengan penggunaan pembiayaan di BMT Al Ishlah Bobos Kecamatan Dukupuntang Kabupaten Cirebon dengan menggunakan pengujian spearman rank di dapat nilai 0,569. Nilai ini menunjukkan adanya korelasi yang positif dan signifikan antara promosi dengan penggunaan pembiayaan di BMT Al Ishlah .

5.2 Saran

1. Promosi yang di lakukan oleh BMT Al Ishlah memang sudah cukup baik. Namun sasarannya kurang luas. Dari 251 pengguna pembiayaan yang menggunakan pembiayaan terhitung sebagian besar dari mereka adalah warga sekitar BMT. Jika ada orang luar yang menggunakan pembiayaan, tidak jauh dari kerabat atau warga sekitar BMT yang merantau di luar kota.
2. Menjalin hubungan yang baik dengan masyarakat serta penyebaran brosur terbukti cukup efektif guna mengkomunikasikan produk – produk BMT Al Ishlah khususnya produk pembiayaan. Ini terbukti dari jawaban positif yang diberikan oleh responden.
3. Berikan pelayanan yang maksimal kepada nasabah. Karena setiap orang memiliki minimal 250 orang yang ia kenal. Jika kita memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah, bukan tidak mungkin nasabah tersebut akan menceritakan kepada orang yang ia kenal, jika ia menceritakan, itu merupakan sarana promosi yang gratis kepada masyarakat.