BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh penulis, maka diperoleh kesimpulan bahwa:

- 1. Implementasi sistem layanan jemput bola yang diterapkan BMT MUDA (Mandiri Ukhuwah Persada) Kedinding Lor Surabaya merupakan suatu sistem yang efektif untuk pemasaran, sistem yang memudahkan nasabah untuk melakukan transaksi baik menabung ataupun penarikan, sistem yang simpel atau sederhana, sistem yang tidak memaksa nasabah untuk selalu menabung, sistem yang menguntungkan bagi nasabah ataupun BMT MUDA sendiri, dan sistem yang aman.
- 2. Motivasi menabung nasabah dengan adanya sistem layanan jemput bola yang diterapkan BMT MUDA mengacu pada beberapa kebutuhan manusia pada umumnya. Kebutuhan-kebutuhan nasabah dalam mendorong untuk menabung melalui layanan jemput bola adalah:
 - a. Kebutuhan fisologis, dimana kebutuhan yang datang karena fasilitas yang ditawarkan BMT MUDA kemudian fasilitas tersebut memotivasi nasabah menabung pada tingkat kebutuhan dasar, yaitu pengajaran, edukasi kepada anak-anak untuk menabung.

- b. Kebutuhan rasa aman, dimana nasabah percaya menabung di BMT MUDA bisa dijadikan untuk memenuhi kebutuhan di masa mendatang. Selain itu kenal dengan pengelola atau petugas BMT MUDA dan letak kantor dekat dengan tempat tinggal dijadikan penunjang keamanan tabungan.
- c. Kebutuhan cinta memiliki-dimiliki, dimana nasabah sangat diperhatikan dengan sistem menabungnya yang jemput bola dan tidak memaksa.

Sementara nasabah belum sampai pada kebutuhan penghargaan dan aktualisasi diri karena notabene nasabah masih tergolong menengah ke bawah jadi belum terpikirkan untuk motif lebih dari pelayanan yang mudah dalam menabung di BMT MUDA (Mandiri Ukhuwah Persada) melalui layanan jemput bola.

B. Saran

Berdasarkan uraian hasil penelitian tentang "Sistem Layanan Jemput Bola di BMT MUDA (Mandiri Ukhuwah Persada) Kedinding Lor Surabaya", penulis memberikan saran sebagai berikut :

 Kepada pihak BMT MUDA diharapkan dapat mengembangkan strategi pemasarannya, bukan hanya jemput bola saja. Contohnya seperti menawarkan promosi-promosi, inovasi produk yang ditawarkan, dan lain sebagainya.

- 2. Bagi Perbankan atau lembaga keuangan Syariah lainnya juga dapat menerapkan sistem layanan jemput bola tersebut sebagai salah satu strategi pemasaran agar dapat meningkatkan jumlah nasabah untuk menyimpan atau mendepositkan dananya serta untuk meningkatkan jumlah DPK (Dana Pihak Ketiga) agar mencapai target penghimpunan dana.
- 3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan mengadakan penelitian yang mendalam dan lebih luas tentang layanan jemput bola, misalnya biaya operasional dari layanan jemput bola itu sendiri.