

## BAB V

### PENUTUP

#### 1. KESIMPULAN

KSPPS BMT NU Kota Kraksaan adalah Koperasi yang didirikan oleh PCNU Kota Kraksaan dan diresmikan oleh Drs. HA. Timbul Prihanjoko sebagai wakil bupati Probolinggo. Pendirian ini berangkat dari keprihatinan anggota PCNU Kota Kraksaan terhadap sektor keuangan yang berjalan selama ini.

Produk BMT NU Kota Kraksaan terdiri dari produk simpanan dan produk pembiayaan antara lain Simpanan sukarela, Simpanan sukarela berjangka, Simpanan pendidikan, Simpanan hari raya, Simpanan haji, Simpanan umroh. Pembiayaan konsumtif antara lain Murabahah, Bai bitsama ajil, Al qardhul hasan, Al ijarah. Sedangkan pembiayaan produktif antara lain Mudhorobah, Musyarakah.

**Produk BMT NU Kota Kraksaan dalam meningkatkan produk UMKM :**

#### 2. Akad Mudharobah

Akad kerja usaha antara dua pihak, dimana nasabah sebagai pengelola usaha dan BMT NU Kraksaan sebagai penyedia modal, atas kerja sama ini berlaku sistem bagi hasil. Presentasenya ini sebesar 1.7% .

#### 3. Akad Musyarakah

Akad kerja sama antara dua belah pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana dengan kesepakatan keuntungan dan resiko akan di tanggung bersama. Presentasenya ialah 50% untuk BMT NU dan 50% untuk nasabah

**Strategi yang di pakai BMT NU Kota Kraksaan dalam memasarkan produknya sebagai berikut :**

#### **4. Pendekatan Door To Door (Secara individu ke setiap pelaku UMKM)**

Pendekatan secara langsung melewati proses hati ke hati kepada pelaku UMKM. Dengan menjelaskan apa saja produk yang ada di BMT NU Kota Kraksaan yang dapat menguntungkan bagi nasabah.

#### **5. Pendekatan Terhadap Perkumpulan Masyarakat**

Pendekatan terhadap perkumpulan masyarakat tentu sangat menghemat waktu dan tenaga bagi karyawan BMT NU Kota Kraksaan.

#### **6. Penyebaran Brosur**

Salah satu cara dalam menunjang setiap pemasaran produk ialah dengan menyebarkan brosur. Brosur merupakan media alat yang di gunakan oleh BMT NU Kota Kraksaan dalam memasarkan produknya.

#### **7. SARAN-SARAN**

Penelitian ini masih jauh dari kata sempurna dalam melengkapi ilmu pengetahuan tentang sebuah pemasaran lembaga keuangan syariah dalam meningkat produktivitas UMKM yang baik. Maka perlu selanjutnya ada sebuah penelitian baru yang dapat melengkapi pemikiran yang sudah kami lakukan dan kami teliti.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Juaningsih, *Gambaran Resiliensi Karyawan Swasta yang Terkena PHK Akibat Pandemi COVID-19*(PSIKODIMENSIA Kajian Ilmiah Psikologi, 2021).220  
Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal wa Tamwil*, (Yogyakarta: UII Press,2004),126  
M. Nor Rianto Al-Arif, *Lembaga Keuangan Syariah Suatu Kajian Teoritis Praktis*, (Bandung: CV Pustaka Setia,2012).,317  
*Pelaku Usaha UMKM di Desa Sidomukti dan Bag. Marketing di BMT NU Kota Kraksaan*  
Nurul fitria, *Skripsi Strategi pemasaran produk di PT. Sentral 88 kota parepare*, 19  
Philip kotler, *Manajemen pemasaran*(ED.Milinium; jakarta:indeks kelompok gramedia,2004),81