

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka BMT UGT sidogiri memiliki alasan yang berbeda untuk menentukan lokasi yang akan digunakan untuk sebagai bangunan kantor pusat. Menurut Agus Sucipto faktor-paktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi dibagi menjadi dua faktor yaitu faktor primer dan faktor sekunder. Faktor primer terdiri dari :

- a. Faktor primer

- 1) Kedekatan dengan pasar sasaran atau konsumen potensial di mana tempat produk dijual.
- 2) Kedekatan dengan sumber (ketersediaan) bahan baku utama.
- 3) Ketersediaan tenaga kerja, baik dari sisi kuantitas maupun kualifikasi yang dibutuhkan.
- 4) Ketersediaan sarana dan prasarana transportasi yang memadai yang dapat memperlancar pengadaan bahan baku dan memasarkan hasil produksi, misalnya jalan raya, jembatan, pelabuhan laut, bandar udara, kereta api, dan lainnya
- 5) Ketersediaan sarana listrik, sumber air telekomunikasi untuk memperlancar kegiatan produksi agar tidak terganggu

- 6) Sikap masyarakat setempat yang dapat mempengaruhi aktivitas usaha baik positif maupun negatif.

b. Faktor Sekunder

- 1) Kondisi iklim, kelembaban, curah hujan dan tanah
- 2) Strategi kebijakan pemerinth terutama pemerintah daerah setempat yang dapat mendukung atau menghambat usaha yang akan dijalankan serta kebijakan arah pembangunan yang akan dijalankan.
- 3) Kemungkinan perluasan pengembangan perusahaan dan rencana masa depan perusahaan.
- 4) Sikap masyarakat setempat yang dapat mempengaruhi aktivitas usaha baik positif maupun negatif, misalnya adat istiadat, budaya, agama, keamanan, dan lainnya.
- 5) Biaya untuk investasi dan eksplorasi misalnya pengadaan tanah dan pembangunan gedung.

BMT UGT memahami bahwasanya faktor-faktor tersebut sangat perlu diperlu dipertimbangkan tetapi ada satu hal yang perlu diperhatikan ketika menentukan lokasi untuk dibangun yaitu kedekatan dengan yayasan yang mngembangkan usaha tersebut.

2. Dari analisis yang dilakukan maka strategi yang perlu dilakukan oleh BMG UGT adalah:

Hasil strategi dari SO sebagai berikut:

- a. Memberi pelayanan secara syariah, produk-produknya, serta ada konsultasi keuangan syariah (S4,S4,O1)
- b. Mengadakan event-event yang melibatkan alumni dan santri untuk menarik masyarakat datang ke acara tersebut. (S6, O2)
- c. Membuka Cabang baru di desa-desa yang belum teraba oleh perbankan. (S1,S2, O3,O3)
- d. Menciptakan produk kredit yang bisa diterima oleh masyarakat dari kalangan atas dan kalangan bawah. (S2,O7)

Hasil dari Strategi WO sebagai berikut:

- a. Memasang papan petunjuk nama lembaga. (W6,T1)
- b. Melakukan pelatihan akuntansi dan pembukuan serta komputerisasi terhadap para santri. (W2,O6)
- c. Melibatkan masyarakat sekitar untuk ikut andil dalam kepengurusan. (W5,O2)
- d. Membuat standar pelayan sendiri yang bisa diterima oleh masyarakat. (W3, O3, O4)

Hasil dari Strategi ST Sebagai sebagai berikut:

- a. Memperkuat produk dengan akad-akad Syariah (S4,T4)
- b. Mempromosikan produk-produk terhadap para alumni pondok pesantren. (S1, T1, T3)

- c. Menjadi Sponsor disetiap acara yang dilaksanakan oleh yayasan pondok pesantren (S2, S3, T2,T3)

Hasil dari strategi WT sebagai berikut :

- a. Memperbaiki kualitas kantor dan layout kantor untuk mempermudah proses pelayanan. (W1,T4)
- b. Memperbaiki standart pelayanan sehingga sejajar dengan perbankan. (W3,T4)

B. Saran

Setelah peneliti mengadakan penelitian di BMT UGT Sidogiri maka ada beberapa hal yang perlu diperbaiki atau dilakukan oleh BMT UGT Sidogiri terkait dengan pemilihan lokasi tersebut:

1. Perlunya adanya Papan Arah yang menunjukkan bahwa ditempat tersebut terdapat kantor BMT UGT kantor pusat sehingga orang atau masyarkat yang membutuhkannya lebih mudah mengetahuinya.
2. Lebih aktif ikut andil dalam setiap kegiatan yang dilakukan oleh warga sekitar atau yayasan sehingga lebig dikenal orang.