

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Dari hasil penelitian dapat diambil kesimpulan yang dapat menjawab tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Hasil identifikasi terhadap faktor-faktor internal perusahaan didapatkan kekuatan yang saat ini dimiliki oleh perusahaan, yaitu memiliki sistem jemput bola, memberikan paket/hadiah, bebas biaya administrasi, pelayanan yang memuaskan dan menggunakan sistem aplikasi IT. Sedangkan faktor-faktor internal yang menjadi kelemahan perusahaan, yaitu keterbatasannya tenaga kerja atau karyawan, pengambilan uang tabungan 1 tahun sekali, keuangnya promosi, produk belum banyak dikenal dan kurangnya pengembangan produk terhadap permintaan pasar.
2. Dari hasil identifikasi terhadap faktor-faktor eksternal perusahaan dihasilkan peluang yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan, yaitu mayoritas santri di Martapura, kepercayaan masyarakat yang tinggi terhadap BMT Khairul Ikhwan, banyaknya masyarakat mulai tertarik pada sistem syariah, bekerja sama dengan instansi-instansi, dan memiliki Undang-Undang yang mendukung BMT. Sedangkan yang menjadi ancaman bagi perusahaan, yaitu mulai menurunnya daya

santri/siswa untuk menabung, banyaknya lembaga keuangan syariah, semakin inovatif produk pesaing lain yang dilengkapi teknologi canggih, banyaknya produk yang sama/sejenis, dan penabung tidak terikat keanggotaan BMT.

3. Kemudian dari hasil pengolahan QSPM diperoleh delapan alternatif strategi pemasaran BMT Khairul Ikhwan Martapura untuk produk tabungan santri yaitu, memelihara kepercayaan dan menjalin komunikasi dengan baik, mengoptimalkan sumber daya pemasaran, peningkatan kualitas produk, memperluas pangsa pasar, mencari kiat-kiat baru dalam mensosialisasikan produk tabungan santri, BMT harus mengoptimalkan meningkatkan loyalitas nasabah, melakukan berbagai macam kegiatan sosial di masyarakat, dan mempertahankan SDM yang berpotensi untuk memberikan pelayanan yang terbaik agar dapat menghadapi pesaing. Yang menjadi prioritas utama dengan total nilai 11,21 yaitu ada pada strategi pertama yaitu memelihara kepercayaan dan menjalin komunikasi dengan baik.

B. Saran-saran

1. Strategi utama yang baik dilakukan oleh BMT Khairul Ikhwan Martapura adalah memelihara kepercayaan dan menjalin komunikasi dengan baik. Dengan adanya strategi ini memungkinkan perusahaan untuk bisa lebih banyak dengan anggota yang ada serta bisa mendapatkan anggotanya karena jika dilihat dengan komunikasi yang

baik merupakan salah satu strategi pemasaran yang baik selain melalui media-media. Tapi tetap dibarengi dengan pemasaran secara langsung melalui staf pemasaran agar lebih maksimal dalam peningkatan jumlah anggota yang ada pada tabungan santri.

2. Strategi kedua tidak kalah penting, yaitu menambah SDM pemasaran, penambahan staf SDM di rasa sangat perlu mengingat masih kurangnya SDM yang ada pada BMT Khairul Ikhwan Martapura.