

## BAB V

### PENUTUP

#### A. KESIMPULAN

Setelah melihat hasil penelitian yang telah dibahas mengenai analisis SWOT dan strategi pemasaran produk simpanan wadiah di BMT NU SEJAHTERA Semarang, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari hasil analisis SWOT, berdasarkan Internal – Eksternal matrik (IE Matrik), BMT NU SEJAHTERA Semarang berada dengan nilai total skor IFAS sebesar 3,00 berarti posisi internal perusahaan kuat, sedangkan EFAS dengan skor 2,60 diartikan bahwa perusahaan sedikit di atas rata-rata dalam usahanya menjalankan strategi yang memanfaatkan peluang dan menghindari ancaman yang muncul. Tampak bahwa dalam faktor internal dan eksternal, strategi yang sesuai bagi BMT NU SEJAHTERA Semarang adalah di kolom 4 yaitu strategi stabilitas. Artinya strategi yang diterapkan tanpa mengubah arah strategi yang telah ditetapkan.
2. Dalam prakteknya BMT NU SEJAHTERA Semarang mengimplementasikan strategi pemasaran simpanan wadiah dengan menggunakan *segmenting, targetting, positioning* untuk menganalisis strategi pemasaran agar lebih terarah. Segmentasi pasar BMT NU SEJAHTERA adalah dengan membagi pasar berdasarkan variabel geografis, variabel demografis dan variabel manfaat. Untuk

mengembangkan strategi pemasaran BMT NU SEJAHTERA Semarang menggunakan konsep diferensiasi, bauran pemasaran (*marketing mix*) dan *selling*.

## **B. SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan maka selanjutnya peneliti menyampaikan saran-saran yang kiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait atas hasil penelitian ini. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Penggunaan analisis SWOT BMT NU SEJAHTERA Semarang hendaknya lebih bersifat fleksibel, efektif dan efisien. Mengingat situasi dan kondisi yang cepat berubah seiring dengan berjalannya waktu. Maka analisis harus sesering mungkin dibuat dan disesuaikan.
2. Dalam analisis kekuatan yang dimiliki BMT NU SEJAHTERA Semarang sekiranya perlu dipertahankan supaya masyarakat tetap berkomitmen untuk menyimpan dananya di BMT NU SEJAHTERA.
3. Untuk dapat meningkatkan strategi pemasaran produk simpanan wadiah di BMT NU SEJAHTERA Semarang perlu mempertahankan dan meningkatkan produk dengan penerapan teknologi-teknologi terbaru.
4. Disarankan agar dalam pemasaran produk simpanan wadiah perlu memperbaiki kelemahan-kelemahan seperti meningkatkan kualitas pelayanan dan kinerja karyawan dalam melayani nasabah dengan menyuguhkan pelayanan yang profesional.

### C. PENUTUP

*Alhamdulillah*, untaian rasa syukur kehadiran Allah yang telah melimpahkan rahmat, taufiq serta hidayah-Nya. sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas penulisan skripsi ini dengan lancar, penuh semangat dan tetap optimis, meski berbagai kendala terus menghampiri.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, meskipun sudah penulis usahakan semaksimal mungkin. hal tersebut disebabkan karena keterbatasan pengetahuan dan informasi yang ada pada penulis. untuk itu kritik serta saran yang konstruktif dari semua pihak sangat penulis harapkan, demi membantu kesempurnaan pembahasan skripsi ini.

Penulis ucapkan terimakasih atas segala dukungan dan bimbingan dari semua pihak, hingga terselesaikannya pembahasan ini. akhir kata, terbesit harapan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca budiman pada umumnya, dan khususnya bagi penulis sendiri di masa-masa mendatang. *Amin yaa rabbal alamin...*