

BAB IV

PENUTUP

1.1. Kesimpulan

Dari permasalahan di atas penulis dapat menyimpulkan sebagai berikut :

1. Berikut adalah strategi pemasaran yang dilakukan oleh BMT Harapan Ummat Kudus pada produk-produknya yaitu dengan menggunakan segmenting, targetting, dan positioning. Selain itu, dengan mengembangkan marketing mix atau bauran pemasaran yang terdiri dari empat unsur yaitu

- 1) Produk
- 2) Harga
- 3) Distribusi,dan
- 4) Promosi

Yang mana dengan menggunakan perumusan strategi pemasaran tersebut bertujuan untuk menarik dan mempertahankan loyalitas para nasabah.

Di dalam menganalisis SWOT terhadap strategi pemasaran produk BMT Harapan Ummat Kudus ada beberapa hal yang diperhatikan antara lain :

- a. Yang menjadi kekuatan dan peluang
 - 1) Menggunakan strategi jemput bola untuk melayani anggota yang ingin bertransaksi tanpa harus datang ke BMT Harapan Ummat Kudus.
 - 2) Bertambahnya nasabah, serta bertambahnya cabang-cabang baru BMT Harapan Ummat Kudus.
- b. Yang menjadi kelemahan dan ancaman

- 1) Kurangnya fasilitas yang dimiliki BMT Harapan Ummat Kudus untuk menunjang pemasaran produk.
 - 2) Perilaku nasabah yang cenderung memilih untuk membandingkan dengan lembaga keuangan lainnya.
2. Adapun faktor yang mempengaruhi dalam pemasaran produk. Dalam hal ini peran marketing sangatlah penting. Marketing harus selalu dapat bersifat dinamis, selalu dapat menyesuaikan diri dengan lingkungan eksternal maupun internal.

Faktor eksternal yaitu faktor diluar jangkauan perusahaan yang antara lain terdiri dari:

- 1) pesaing
- 2) teknologi
- 3) peraturan pemerintah
- 4) keadaan perekonomian dan
- 5) lingkungan sosial budaya.

Sedangkan faktor internal adalah variabel-variabel yang terdapat dalam marketing mix yakni : Product (produk), Price (Harga), Place (Tempat), dan Promotion. Dan untuk perusahaan Jasa ditambah 2 P lagi, yaitu: People dan Process

1.2. Saran

Berdasarkan hasil Praktek Kerja Lapangan pada BMT Harapan Ummat Kudus, maka penulis memiliki saran sebagai berikut :

1. Hubungan karyawan dengan nasabah perlu dijaga dan dipertahankan.
2. Komunikasi antar karyawan harus tetap dijaga untuk menjaga kekompakan dalam mengelola BMT Harapan Ummat Kudus.

3. Promosi produk lebih maksimal supaya lembaga keuangan ini dapat cepat berkembang.
4. Perekrutan pegawai yang benar-benar dibidangnya, untuk mengoptimalkan potensi perusahaan

1.3. Penutup

Demikian penulisan tugas akhir, penulis menyadari bahwa dalam penulisan tugas akhir ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bermanfaat membangun demi kesempurnaan tugas akhir ini. Semoga tugas akhir ini memberi manfaat kepada penulis pada khususnya dan pembaca pada umumnya.