

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah Penulis lakukan mengenai Strategi Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan jumlah nasabah di BMTSepta Bina Usaha, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran yang dilakukan di Baitul Maal Wattamwil Septa Bina Usaha sesuai hasil wawancara sebagai berikut:STP (Segmentasi, Target Pasar, Penentuan Posisi) Baitul Maal Wattamwil Septa Bina Usaha Kec. Marpoyan Damai Pekanbaru, Melalui Promosi, melakukan sosialisasi secara langsung untuk promosi kepada calon nasabah dan melakukan promo dengan adanya hadiah yang akan diberikan, pelayanan yang dilakukan di BMT Septa Bina Usaha Kec. Marpoyan yaitu menggunakan tiga slogan 3S (Senyum, Sapa dan Santun)
2. Adanya faktor Pendukung dan Penghambat dalam Suatu Pemasaran BMT Septa Bina Usaha Kec. Marpoyan Damai Pekanbaru

Adapun faktor pendukung dalam strategi pemasaran BMT Septa Bina Usaha yaitu terdapatnya sarana dan prasarana yang memadai dan lokasinya yang strategis. Sedangkan yang menjadi faktor penghambat BMT Septa Bina Usaha adalah keterbatasan dana, nasabah pembiayaan yang bermasalah dan persaingan dengan lembaga keuangan lainnya.

3. Tinjauan ekonomi Islam terhadap strategi pemasaran produk yang dilakukan oleh BMT Septa Bina Usaha Pekanbaru telah sesuai dengan

syariat Islam karena seluruh strategi yang diterapkan tidak ada bertentangan dengan prinsip-prinsip dalam muamalah.

B. Saran

1. BMT Septa Bina Usaha Pekanbaru disarankan untuk memanfaatkan fasilitas yang ada seoptimal mungkin, khususnya dalam memberikan pelayanan kepada nasabahnya.
2. BMT Septa Bina Usaha Pekanbaru diharapkan mampu untuk dapat terus meningkatkan strategi pemasaran dan selalu berkembang agar selalu meningkatkan keunggulan kompetitif.
3. Usaha untuk memperluas pasar sasaran dilakukan dengan meningkatkan promosi atau sosialisasi kepada masyarakat secara langsung maupun tidak langsung, secara berkesinambungan baik melalui media masa ataupun media lainnya.