

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan temuan penelitian yang dilakukan di BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional KC Purbolinggo dengan fokus pada strategi pemasaran lembaga keuangan syariah, dapat disimpulkan bahwa:

1. Dalam mengembangkan strategi bisnis untuk menarik minat masyarakat, BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional KC Purbolinggo menggunakan model bisnis berupa *Segmentation* (Segmentasi Pasar), *Targeting* (Pasar Sasaran), *Positioning* (Menentukan Posisi).
2. Untuk melakukan segmentasi, BMT Assyafi'iyah KC Nasional Purbolinggo diberkahi dengan kebijakan segmentasi yang didasarkan pada 3 variabel seperti *Geografis*, *Demografis*, Dan *Psikologis*. Hal ini menggambarkan komitmen dan keseriusan BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional KC Purbolinggo. Serta mempermudah perusahaan dalam memenuhi kebutuhan akan suatu produk kepada pelanggan.
3. Untuk melakukan *targeting* BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional, KC Purbolinggo menyasar usaha kecil/mikro yang bergerak di bidang perdagangan, pertanian, industri dan jasa. Namun, di masa pandemi COVID-19 seperti yang terjadi saat ini, usaha kecil/mikro sedang mengalami dampak dari virus COVID-19, sehingga perlu lebih fokus pada pekerjaan yang tidak berdampak pada pandemi COVID-19, seperti seperti dokter, pejabat, polisi, dll..
4. Selanjutnya untuk melakukan *positioning* BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional mendefinisikan dirinya sebagai "Bisnis dan Kemitraan". Ini berarti kemitraan atau persahabatan dalam BMT dan anggotanya tidak hanya terbatas pada lembaga keuangan dengan anggota, tetapi juga dianggap sebagai sekte Allah SWT di semua industri terkait. Selain itu, BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional selalu mengatur kebaikan, memperkuat layanan klasifikasi pemasaran, partisipasi sistem pertunjukan perusahaan yang akuntabel dan selalu berinovasi.

B. Saran

Penulis dapat memberikan beberapa informasi untuk BMTAssyafi'iyahBerkah ini diberkati dengan masa depan KC Purbolinggo, berdasarkan kesimpulan yang penulis uraikan di atas:

1. Saran pemasaran yang dihasilkan oleh BMTAssyafi'iyahBerkah Nasional untuk KC Purbolinggo perlu lebih ditingkatkan lagi untuk mencapai tujuan dan sasaran yang dibutuhkan serta meningkatkan basis pelanggan.
2. BMTAssyafi'iyahBerkah Nasional KC Purbolinggo harus terus mengembangkan produk-produk inovatif dan inovatif yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Karena reformasi bisa menjadi ide bisnis yang bagus untuk bersaing dengan bank syariah lainnya.
3. BMTAssyafi'iyahBerkah Keberkahan KC Purbolinggo seharusnya dapat meningkatkan konten bisnis yang ada, karena akan berdampak pada bertambahnya anggota setiap tahunnya.