

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan analisis kondisi lingkungan internal Bank Muamalat KCP Metro diperoleh hasil Kekuatan utama yang dimiliki oleh Bank Muamalat KCP Metro yakni Bagi hasil lebih tinggi dari Bank lain (0.399) dan kelemahan utama yang dimiliki Bank Muamalat KCP Metro yakni Eksistensinya kurang dikenal luas masyarakat (0.4104).
2. Berdasarkan analisis kondisi lingkungan internal Bank Muamalat KCP Metro diperoleh hasil peluang utama yang harus dimanfaatkan oleh Bank Muamalat KCP Metro yakni Potensi pasar muslim yang besar di Kota Metro dan Kabupaten Lampung Timur (0.4212) dan Ancaman utama Bank Muamalat KCP Metro dalam menghadapi persaingan adalah Kecepatan proses kredit Bank lain (0.3885).
3. Alternatif strategi yang dapat dipilih oleh Bank Muamalat KCP Metro dalam memasarkan produknya yakni strategi pengembangan pasar, strategi penetrasi pasar, strategi pengembangan produk dan strategi *brand image*
4. Berdasarkan analisis AHP, diperoleh alternatif strategi pemasaran utama Bank Muamalat KCP Metro adalah Strategi Penetrasi Pasar (*Market Penetration Strategy*). Berdasarkan analisis SWOT dan AHP, Strategi pemasaran yang tepat digunakan oleh Bank Muamalat KCP Metro adalah Strategi Penetrasi Pasar (*Market Penetration Strategy*). Strategi penetrasi

pasar Bank Muamalat KCP Metro dilakukan dengan cara menjual lebih banyak produk saat ini ke pasar yang ada, tingkatkan tenaga penjualan, distribusi dan promosi produk yang ada saat ini, Mempertahankan Konsumen dari produk saat ini, Mengamankan dominasi pertumbuhan pasar, Usir pesaing dan ambil pangsa pasarnya dan Tingkatkan penggunaan oleh pelanggan yang sudah ada

B. Saran

Beberapa saran yang dapat diberikan untuk Bank Muamalat KCP Metro:

1. Hendaknya Bank Muamalat KCP Metro lebih memaksimalkan kekuatan yang ada dan mengatasi/mengurangi kelemahan yang dimiliki.
2. Hendaknya Bank Muamalat KCP Metro dapat memanfaatkan peluang utama yang ada dan dapat mengatasi ancaman eksternal yang dihadapi.
3. Meningkatkan promosi dan distribusi produk dan jasa Bank Muamalat KCP Metro ke seluruh wilayah Kota Metro dan Kabupaten Lampung Timur.
4. Meningkatkan kualitas pelayan agar nasabah yang ada semakin loyal dan lebih sering menggunakan produk Bank Muamalat KCP Metro dan melakukan kerjasama dengan universitas, sekolah dan pondok pesantren untuk menambah nasabah pada segmen demografis remaja.