

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah melakukan penelitian tentang analisis SWOT strategi promosi yang telah dilakukan oleh BMT Ar Rahmah Kutorejo dapat disimpulkan sebagai berikut: Dalam mempromosikan produk dan layanannya, BMT Ar Rahmah Kutorejo ini menggunakan alat promosi guna memperkenalkan produk dan layanan jasanya. Dengan menggunakan pendekatan dalam penjualan personal dan hubungan masyarakat sebagai alat promosi utamanya, pegawai lebih bisa mengambil hati Masyarakat dan menjalin keakraban dengan suasana santai dan tetap memperhatikan etiket yang ada.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan diketahui dari kekuatan BMT Ar Rahmah Kutorejo meliputi menjalin hubungan baik dengan nasabah, terus berusaha amanah dalam segala perbuatan, terus mempertahankan promosi yang baik dalam hal memberikan apresiasi kepada nasabah. Sedangkan kelemahan yaitu Pemahaman mitra dibidang syariah kurang sehingga agak sulit menyatukan pemahaman kerjasama syariah. sedangkan yang menjadi ancaman terkuat adalah Banyak saingan dari bank – bank dan rentenir yang terdapat disekitar ruang lingkup BMT yang memiliki mangsa pasar yang sama.

Dari penelitian yang telah dilakukan empat faktor promosi mempunyai pengaruh yang cukup besar, seperti pendanaan yang lebih besar jika keuangannya sedikit maka

promosinya berkurang, keadaan pasar cukup mempengaruhi dalam promosi produk, keadaan produk demikian apakah produk dapat diberikan ke konsumen atau tidak, dan terakhir adalah tingkat siklus kehidupan produk yang dicapai sudah dapat digunakan atau belum.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, dalam hal ini penulis akan memberikan saran yang diharapkan dapat menjadi bahan masukan atau pertimbangan bagi instansi yang bertujuan untuk mengembangkan instansi itu sendiri. Setelah mengkaji hasil dari analisis ini maka saran yang dapat diajukan adalah sebagai berikut :

1. Teoritis

- a. Hasil penelitian ini belum dapat dikatakan sempurna, oleh karena itu peneliti memberikan saran kepada pembaca agar dapat meneliti lebih lanjut mengenai penelitian yang terkait dengan penulisan skripsi ini atau dengan menambahkan variabel-variabel yang dapat dikaitkan dengan penelitian ini guna penyempurnaan dan melengkapi kekurangan yang terdapat dalam skripsi ini
- b. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan lebih memberikan sebuah variasi seperti mendalami tingkat kesehatan keuangan di lembaga yang diteliti serta memberikan sebuah perbandingan antar lembaga yang menggunakan strategi

promosi. Dengan tujuan untuk memberikan sebuah gambaran mengenai mana yang lebih efektif dilakukan sebagai strategi promosi dalam BMT

2. Praktis

- a. Secara keseluruhan dalam pelayanan dan promosi yang diterapkan oleh BMT Ar Rahmah perlu ditingkatkan lagi dalam hal pendekatan penjualan secara personal agar peningkatan jumlah anggota menjadi pesat dan signifikan.
- b. Dalam hal promosi periklanan, seiring kemajuan teknologi BMT Ar Rahmah perlu meningkatkan periklanan dengan memanfaatkan kemajuan teknologi dengan membuat website tentang BMT Ar Rahmah guna memperluas jaringan sosialisasi.
- c. Dalam hal perluasan jangkauan pasar. BMT Ar Rahmah Kutorejo perlu mengadakan sosialisasi promosi ke berbagai pusat keramaian di beberapa wilayah tidak hanya di wilayah Kutorejo saja.

