

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian dan paparan hasil penelitian yang peneliti sajikan pada hasil sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Segmentasi sangat penting dilakukan bagi BMT Ar-Rahman Tulungagung, karena dengan segmentasi memungkinkan BMT lebih terfokus dalam mengalokasikan dana. Kedua segmentasi merupakan basis untuk menentukan komponen-komponen strategi. Segmentasi yang disertai dengan pemilihan target market akan memberikan suatu acuan dan basis bagi penentuan positioning. Ketiga segmentasi merupakan faktor kunci untuk mengalahkan pesaing. Karena konsumen yang terlalu heterogen itulah maka BMT perlu mengelompokkan pasar menjadi segmen-segmen pasar, lalu memilih dan menetapkan segmen pasar tertentu sebagai sasaran.
2. BMT Ar-Rahman mempunyai beberapa pertimbangan sebelum memilih strategi penetapan pasar. Beberapa pertimbangan yang perlu dilakukan dalam memasuki suatu pasar adalah menetapkan atribut-atribut yang dianggap penting, menetapkan luas dan nilai dari berbagai macam segmen pasar, menetapkan bagaimana merek-merek yang ada itu berada di pasar, mencari kesempatan pada segmen-segmen pasar yang belum terlayani

atau belum cukup terlayani oleh produk-produk dari BMT lain yang sudah ada, menetapkan hubungan antara segmen-segmen yang akan dilayani.

3. Dalam menghadapi persaingan, strategi BMT Ar-Rahman memiliki 6 tahap. Tahap pertama transparansi manajemen melalui pelaporan laporan secara berkala. Tahap kedua promosi sistematis dengan cara sosialisasi ke masyarakat, publikasi melalui media massa, publikasi melalui pamphlet, spanduk, mensponsori acara-acara keagamaan, bagi-bagi rezeki. Tahap ketiga sinergi dengan pihak lain. Dengan pihak lain (instansi swasta dan instansi pemerintahan), dengan pihak perbankan. Tahap keempat peningkatan kinerja pengelola BMT. Tahap kelima diversifikasi produk. Keenam tanggungjawab sosial perusahaan.

B. Saran

1. Bagi BMT Ar-Rahman Tulungagung diharapkan hasil penelitian ini digunakan sebagai sumbangan saran, pemikiran dan informasi untuk merencanakan segmentasi pasar dalam meningkatkan jumlah nasabah.
2. Bagi nasabah hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi nasabah dan calon nasabah di BMT Ar-Rahman Tulungagung.
3. Bagi peneliti selanjutnya hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan untuk menambah pengetahuan serta diharapkan dapat mencari cara segmentasi pasar yang lebih efektif yang dapat meningkatkan jumlah nasabah di BMT Ar-Rahman Tulungagung.