BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

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

1. Bagi BMT yang pertama kali dilakukan dengan mengeksplorasi pasar yang kerap berubah adalah melakukan segmentasi pasar sebagai *mapping strategi* (memetakan pasar dalam beberapa segmen. Dengan melakukan segmentasi pasar ini pihak BMT lebih terfokus dalam mengalokasikan dananya, karena segmentasi merupakan faktor kunci untuk mengalahkan pesaing yang mempunyai banyak perbedaan kebutuhan itulah maka BMT perlu mengelompokkan pasar menjadi segmen-segmen pasar, lalu memilih dan menetapkan segmen pasar tertenu sebagai sasaran. Segmentasi pasar sebagai proses membagi pasar menjadi kelompok-kelompok konsumen yang mirip dan memilih kelompok yang paling tepat untuk dilayani BMT. Segmentasi pasar dianalisis dalam menganalisis hubungan konsumen produk, menyelidiki dasar segmentasi, mengembangkan pemosisian produk dan memilih strategi yang tepat.
2. *Targeting* dilakukan untuk memposisikan BMT , target dan posisi yang tepat sehingga segmentasi pasar berjalan dengan baik. Dengan melakukan *targeting* ini pihak BMT bisa mengetahui

persoalan memilih, menyeleksi dan menjangkau pasar, seberapa besar pasar yang menjadi fokus kegiatan pemasaran. Dengan melakukan *targeting* BMT memerlukan beberapa pertimbangan dalam melakukan *targeting* diantaranya yaitu apakah pasar sasaran telah berubah dalam beberapa waktu

3. Dalam melakukan *positioning* ini BMT melakukan cara yang dengan mengidentifikasi keungggulan bersaing yang mungkin untuk ditonjolkan. Keunggulan bersaing ini bisa kita temukan liwat analisis internal yang mendalam atas BMT dan produk. Pada BMT Berkah pproduk yang akan ditawarkan seperti *mudharabah, musyarakah* dan *murabahah.* Kemudian pada BMT PETA akan menonjolkan produk yang dimiliki seperti produk pembiayaan dan produk tabungan. Pada produk pembiayaan yang meliputi *murabahah, musyarakah, mudharabah, rahn, ijarah, qard* dan *qardul hasan.* Selanjutnya produk tabungan yang meliputi simpanan tabaruk (simpanan barokah umum), simpanan taburi (simpanan barokah idul fitri), simpanan tafakur (simpanan baroqah qurban), simpanan tadabur (simpanan barokah berlibur) dan simpanan tahajud (simpanan barokah haji, umrah terwujud).

B. Saran

1. Bagi BMT Berkah Trenggalek dan BMT PETA Trenggalek, diharapkan hasil penelitian ini digunakan sebagai sumbangan saran, pemikiran dan informasi untuk merencanakan segmentasi pasar, *targeting* dan *positioning* dalam meningkatkan jumlah nasabah..
2. Bagi nasabah, hasil ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi nasabah dan calon nasabah di BMT Berkah Trenggalek dan BMT PETA Trenggalek.
3. Bagi peneliti selanjutnya hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan bahan untuk menambah pengetahuan serta diharapkan dapat mencari cara segmentasi pasar, *targeting* dan *positioning* yang dapat meningkatkan jumlah nasabah di BMT Berkah Trenggalek dan BMT PETA Trenggalek.