

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Analisis SWOT dalam produk Simpanan Umroh pada Bmt Al-Hikmah Mlonggo ini yang termasuk dalam kekuatan (*strenghts*) adalah memberikan kenyamanan dalam pelayanan dan lokasi BMT yang strategis. Kelemahan (*weakness*) adalah promosi yang masih kurang dan masih kalah saing dengan bank yang lebih besar dan sudah berdiri lama.

Sedangkan peluang (*opportunities*) yaitu mayoritas penduduk kota Jepara beragama Islam dan rata-rata masyarakat lebih memilih menunaikan ibadah umroh dulu daripada haji karena waktu tunggu ibadah umroh lebih singkat daripada ibadah Haji. Dan yang termasuk ancaman (*threats*) yaitu banyaknya pesaing , karena banyak bank lain yang menjual produk sejenis dan walaupun di BMT Al-Hikmah ini sudah mempunyai biro umroh sendiri yaitu PBMT Travel, tetapi biaya umroh lebih mahal yang disebabkan karena masih bekerjasama dengan biro travel lain yang lebih besar.

Dalam mengatasi kelemahan dan ancaman pada produk simpanan umroh pihak BMT Al-Hikmah menggunakan strategi ST dan WO. Strategi ST yaitu strategi dengan tujuan menggunakan kekuatan untuk

mengatasi ancaman dan strategi WO yaitu memanfaatkan peluang dengan cara meminimalkan kelemahan.

B. Saran-saran

Sebagai saran-saran untuk menyempurnakan penelitian ini, harapan penulis yaitu sebagai berikut :

1. Diadakan pendidikan setelah pra karyawan kontrak sehingga marketing lebih mantap dalam memberikan penawaran kepada nasabah.
2. Harus fokus dalam menawarkan produk Simpanan Umroh kepada masyarakat.
3. Pihak BMT harus lebih meningkatkan sosialisasi kepada masyarakat umum mengingat peluang yang besar di Jepara.
4. Harus ada target tersendiri untuk produk Simpanan Umroh supaya bisa menjadi produk unggulan.