

BAB VI

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Analisis SWOT pada BMT Artha Buana dapat diketahui faktor internal kekuatan BMT meliputi: asset yang dimiliki BMT cukup tinggi, nama baik BMT, kepengurusan dan manajemen yang baik serta inovasi produk dan pelayanan, dan faktor internal kelemahan meliputi: terbatasnya jumlah karyawan, karyawan kurang memahami sistem syariah, media promosi yang kurang, kurangnya teknologi. Sedangkan untuk faktor eksternal peluang BMT meliputi: lokasi yang strategis, mayoritas masyarakat muslim, mayoritas masyarakat bermata pencaharian sebagai petani dan pembudidaya ikan, keinginan masyarakat untuk mengembangkan usahanya, dan faktor eksternal ancaman meliputi: persaingan antar BMT, adanya kredit macet, kurangnya pemahaman masyarakat terkait sistem syariah, dan kesan sosial pada BMT. Berdasarkan matriks internal dan eksternal diketahui skor total IFE kekuatan sebesar 1,70 dan kelemahan sebesar 0,90, sedangkan skor total EFE peluang sebesar 1,50 dan ancaman sebesar 0,80. Hal ini menunjukkan bahwa kekuatan dan peluang yang dimiliki BMT Artha Buana lebih besar dibanding faktor kelemahan dan ancaman. Sehingga dalam perumusan strategi dengan menggunakan

matriks SWOT, BMT Artha Buana dapat menggunakan strategi SO yang meliputi menyediakan yang dibutuhkan nasabah dengan memberikan inovasi pelayanan dan inovasi produk, membangun kepercayaan masyarakat dengan manajemen dan kepengurusan yang baik sesuai dengan prinsip syariah, memberikan fasilitas pembiayaan dengan cepat dan mudah, modal BMT dapat tersalurkan dengan mayoritas masyarakatnya yang muslim dan dengan lokasi yang strategis. Dan dengan diagram analisis SWOT diketahui bahwa BMT Artha Buana berada pada posisi kuadran I dengan menerapkan strategi pertumbuhan/ agresif.

2. Strategi keunggulan bersaing BMT Artha Buana yaitu strategi keunggulan biaya, strategi diferensiasi dan strategi fokus. Strategi keunggulan biaya dalam efisiensi biaya iklan yaitu dengan adanya kepercayaan masyarakat dengan lembaga BMT Artha Buana sehingga nasabah dapat mereferensikan kepada yang lain, sedangkan dalam efisiensi pelayanan yaitu dengan adanya fasilitas antar jemput bola dan efisiensi waktu dalam pencairan dana yang dapat dilakukan dengan waktu singkat. Strategi diferensiasi terkait dengan inovasi produk yang ditawarkan yaitu dengan tingkat suku bunga yang menarik pada produk simpanan. Dimana suku bunga yang ditawarkan lebih tinggi dibanding dengan yang lain. Dan startegi fokus menekankan pada segmen pasar yang meliputi peternak ikan, petani dan masyarakat umum.

B. SARAN

Dari penelitian yang dilakukan, peneliti berharap kepada BMT Artha Buana:

1. Untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan dengan menambah sarana dan prasarana yang dapat mendukung kegiatan bermuamalah sehingga akan terjalin keharmonisan antara nasabah dengan pegawai BMT Artha Buana.
2. BMT Artha Buana dituntut untuk dapat melakukan inovasi terhadap produk sesuai dengan kebutuhan pasar, dan juga melakukan inovasi jasa pelayanan seiring dengan meningkatnya ekonomi masyarakat dan keinginan masyarakat dalam mengembangkan usahanya. Sehingga dapat mencapai maksud dan tujuan dari BMT Artha Buana.
3. Mensosialisasikan keberadaan BMT Artha Buana kepada masyarakat luas, tidak hanya pada segmen tertentu sehingga masyarakat umum mengetahui keberadaan BMT Artha Buana.