

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Dari pemaparan data diatas, dapat kita ambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi Segmentasi pasar yang telah di lakukan oleh BMT NU Cabang Jombang Kota adalah dengan membidik produk tabungan sukarela dan pembiayaan murabahah yang di miliki BMT NU tepat pada sasaran. BMT NU Cabang Jombang Kota melakukan strategi segmentasi pasar dengan menggunakan beberapa pendekatan yaitu pendekatan demografis membidik nasabah berdasarkan pekerjaan, usia dan penghasilan nasabah, pendekatan geografis berdasarkan wilayah, pendekatan psikografi berdasarkan kepribadian seseorang, pendekatan perilaku berdasarkan kelayakan nasabah menggunakan produk. Penggunaan strategi tersebut merupakan salah satu bentuk yang paling efektif untuk mengetahui calon nasabah yang akan dituju.
2. Strategi segmentasi pasar BMT NU Cabang Jombang Kota dalam meningkatkan jumlah nasabah adalah melakukan segmentasi pasar untuk pengumpulan dana ke MI, MTS, MA dan UPZIS tingkat desa. BMT NU Cabang Jombang Kota melakukan segmentasi pasar sosialisasi langsung ke lapangan seperti acara pengajian untuk mengetahui agar produk yang di promosikan tepat sasaran. Setelah melakukan strategi segmentasi pasar baru pada tahun 2020 maka pada tahun 2021 menunjukkan bahwa jumlah nasabah mengalami peningkatan sebanyak 510 orang.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil dari penelitian ini, peneliti memberi saran yang dapat dijadikan masukan, diantaranya :

### **1. Bagi Lembaga**

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa strategi segmentasi pasar berperan penting dalam meningkatkan jumlah nasabah agar nasabah loyal terhadap BMT. Dari hasil itu maka peneliti memberikan sedikit masukan terhadap Lembaga dengan meningkatkan promosi dan segmentasi pasarnya agar banyak nasabah yang loyal.

### **2. Bagi Akademik**

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi atau dokumentasi bagi pihak kampus maupun peneliti selanjutnya selain jurnal dan buku. Adapun bagi pihak kampus harus selalu dapat meningkatkan hasil karya bagi semua mahasiswanya.

### **3. Bagi Peneliti berikutnya**

Pada penelitian berikutnya diharapkan lebih mengembangkan penelitian berikutnya agar dapat menambah ilmu dan wawasan yang lebih luas lagi bagi para pembaca. Dan penelitian berikutnya dapat mengembangkan variabel lain yang digunakan untuk mengembangkan segmentasi pasar agar dapat mempengaruhi nasabah supaya loyal pada Lembaga.