

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Strategi pemasaran yang dilakukan BMT BATIK MATARAM menerapkan strategi pemasaran proaktif, strategi yang diterapkan dilakukan secara langsung, terintegrasi serta kesinambungan dengan berorientasi kepada kepuasan konsumen, hal ini dibuktikan atas minat anggota tinggi untuk melanjutkan pembelian produk produk BMT. Dalam meraih kesempatan pasar BMT Batik Mataram Yogyakarta telah mendapat apresiasi yang positif dari masyarakat sehingga dapat memperoleh kesempatan pasar.

2. Setelah melakukan penelitian tentang produk terhadap narasumber diperoleh perpaduan antara variabel kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Dapat dilihat poin utama dalam pemasaran yang memiliki kesamaan dalam setiap polanya sehingga dirasa paling sesuai untuk dilakukan diantaranya yaitu :

- 1) Pemasaran secara langsung/ direct selling
- 2) penetrasi pasar lebih gencar saat musim hujan tahunan.
- 3) Brosur dan tema iklan

3. Penetrasi pasar yang sesuai untuk pemasaran produk Asuransi DB pada BMT Batik Mataram adalah pemasaran secara langsung ke masyarakat berupa sales produk dan dengan bekerjasama dengan PT Adira finance untuk masuk ke perusahaan perusahaan yang sudah menjadi konsumen maupun yang belum dengan menggabungkan produk asuransi demam berdarah pada produk asuransi lainnya. media offline yang digunakan berupa poster spanduk dan brosur serta penambahan informasi kepada masyarakat umum melalui media cetak dan online yang populer.

B. Saran

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan di atas, ada beberapa saran yang dapat dikemukakan dan perlu kiranya dipertimbangkan:

1. BMT Batik Mataram harus memaksimalkan kekuatan dan peluangnya dengan penambahan penetrasi pasar langsung dan menambahkan agen.
2. Berdasar temuan penelitian yang dilakukan, BMT Batik Mataram seharusnya mengedukasi masyarakat dan anggotanya tentang produk asuransi karena image masyarakat tentang asuransi memang masih kurang melalui brosur dan iklan yang sesuai..
3. Strategi pemasarannya harus ditambahkan yaitu dengan media cetak pada Koran maupun baliho.

4. BMT Batik Mataram harus lebih berinovasi dalam pemasrannya terutama harus masuk pasar online yaitu dengan media social seperti FB,Instagram Twitter ataupun lainnya. selain itu BMT batik Mataram juga harus mengenalkan produk lewat web agar masyarakat era modern dapat mengakses langsung.