

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan pada bab sebelumnya maka dapat disimpulkan antara lain sebagai berikut :

1. Bentuk Strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT. Bank Sumut Syariah KCP Rantauprapat adalah dalam bentuk SMART Marketing yaitu *Spesifik* (Spesifik), *Measruble* (Terukur), *Achieble / Attanible* (Dapat dicapai), *Realistic* (Relevan), *Time Bound* (Terikat Waktu). Kesemua strategi marketing tersebut berjalan baik sehingga tercapai sesuai target perusahaan. Dimana SMART Marketing yang dilakukan menggunakan spesifikasi program ASN yang memiliki gaji dan yang menjadi ukuran nya adalah ASN yang memiliki gaji yang utuh dan banyak, dimana dalam penetapan nasabah diikat dengan waktu sehingga dalam strategi ini target perusahaan meningkat hingga 35% terhadap pencapaian laba.
2. Berdasarkan analisis yang dilakukan sesuai dengan analisis SWOT adalah melalui Kekuatan (*Strengths*), Kelemahan (*Weaknesses*), Peluang (*Opportunities*), serta Ancaman (*Threats*), yang dihadapi PT. Bank Sumut Syariah KCP Rantauprapat. Ditinjau dari hasil analisis SWOT PT. Bank Sumut Syariah masing-masing memiliki Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman dalam menjalankan usaha untuk mencapai peningkatan produk pembiayaan terhadap nasabah di perusahaan. Sesuai dengan faktor-faktor kekuatan mempunyai nilai skor 1,00 sedangkan faktor kelemahan mempunyai nilai skor 0,9. Hal ini terlihat bahwa Kekuatan (*Strengths*)=1,00 sedangkan Kelemahan (*Weaknesses*)=0,9, sedangkan Peluang (*Opportunities*)=1,00 dan Ancaman (*Threats*)=0,9. Hal ini menunjukkan bahwa PT. Bank Sumut Syariah KCP Rantauprapat memiliki kekuatan dalam strategi SMART serta memiliki Peluang dalam pengembangan SMART Marketing. Dengan demikian PT. Bank Sumut

Syariah KCP Rantauprapat mempunyai kekuatan yang lebih tinggi dibanding kelemahan dalam menentukan stratego pemasaran melalui SMART Marketing dalam upaya meningkatkan produk pembiayaan. Selanjutnya faktor peluang mempunyai nilai skor 1,00 dan faktor ancaman 0,9 ini menunjukkan dalam upaya menentukan strategi bersaing PT. Bank Sumut Syariah KCP Rantauprapat mempunyai peluang yang cukup besar dibandingkan ancaman yang akan timbul.

B. Saran

Adapun yang menjadi saran-saran yang dianggap penting dalam penulisan skripsi ini antara lain :

1. Kepada Pihak PT. Bank Sumut Syariah KCP.Rantuprapat kiranya dapat memperluas penjualan produk pembiayaan dengan tidak hanya menargetkan pada ASN yang memiliki gaji tetap , namun perlu diperhatikan dengan karyawan yang ada di perusahaan atau lembaga swasta lainnya.
2. Kepada para pegawai PT. Bank Syariah Sumut KCP Rantauprapat kiranya saling bersinergi untuk dapat meningkatkan produk penjualan pembiayaan dengan berbagai cara di luar SMART Marketing.
3. Bagi para akademis atau peneliti lain, setidaknya dapat melakukan kajian yang lebih mendalam dengan metedologi yang lebih baik,
4. Bagi para pembaca, diharapkan penelitian ini dapat menjadi sumber informasi dalam mengetahui yang dimaksud SMART marketing dan menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya.