

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan uraian dari bab-bab sebelumnya dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran yang digunakan oleh Koperasi Syariah Rizky Amanah Jaya Kediri adalah *pick up service* dengan menggunakan mekanisme mendatangi para nasabah yang melakukan produk simpanan. Pertama para marketer koperasi melakukan riset untuk memasarkan produknya, lalu menentukan janji dengan para nasabah untuk menentukan waktu yang efisien saat pengambilan dana tabungan. Sehingga saat proses *pick-up* dapat menutup penjualan dengan baik. Proses strategi marketing *pick-up* yang ditentukan oleh pihak koperasi adalah menentukan target pasar sehingga pihak marketer mampu mengetahui sasaran produk, melakukan pendekatan terhadap nasabah, meningkatkan kepercayaan nasabah, menentukan waktu yang efisien.
2. Dana pihak ketiga Koperasi Rizky Amanah Jaya Kediri meningkat dari tahun ke tahun secara kontinyu, kontribusi produk yang paling digemari oleh nasabah adalah simpanan Amanah karena dianggap mudah Ketika diambil sewaktu-waktu. Peningkatan dana pihak mempengaruhi eksistensi dan operasional koperasi Dari tahun 2018 sebesar Rp. 287.426.931, pada tahun 2019 dana pihak ketiga Koperasi Rizky Amanah Jaya Kediri berhasil dihimpun sebesar Rp. 300.500.971 artinya dana pihak ketiga naik sebesar 4,5%. Pada tahun 2020 dana pihak ketiga sebesar Rp. 381.957.500 dari

tahun 2019 ke tahun 2020 dapat naik sebesar 2,7%. Pada tahun 2021 dana pihak ketiga berhasil dihimpun sebesar Rp. 399.429.335, Koperasi Rizky Amanah Jaya berhasil menaikkan dana pihak ketiga sebesar 4,5%.

3. Peran strategi pemasaran *pick -up service* yang diterapkan oleh pihak Koperasi Rizky Amanah Jaya Kediri adalah strategi pemasaran *pick up service* digunakan pihak marketing sebagai *positioning* yaitu upaya dalam membangun produk kemudian mengkomunikasikan fungsi istimewa dari produk yang dipasarkan sehingga memberikan kemudahan bagi nasabah. Dengan demikian keunggulan produk akan semakin diketahui oleh para nasabah sehingga akan meningkatkan motivasi dan menarik perhatian mereka untuk dapat loyaltas dan menaruh dananya di Koperasi. Kualitas jasa *pick -up service* terbukti dapat menutup penjualan lebih banyak, jumlah dana pihak ketiga yang berhasil dihimpun juga meningkat samapi akhir tahun 2022.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian di atas, peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Dalam meningkatkan eksistensinya di Lembaga keuangan strategi pemasaran yang diterapkan oleh Koperasi Syariah Raja Kediri, diharapkan tetap mempertahankannya sesuai dengan visi misi yang dijunjung oleh Koperasi Syariah Raja Kediri yaitu tolong menolong dan mempermudah para nasabahnya untuk melakukan transaksi di Koperasi Syariah Rizki Amanah Jaya Kediri. Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan saran yang dapat diberikan oleh peneliti

adalah untuk tetap mempertahankan layanan *pick-up service* dan terus memberikan pelayanan yang optimal agar para anggota atau nasabah merasa puas dan semakin percaya untuk menipkan dananya di Koperasi Rizky Amanah Jaya Kediri.

2. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan mampu menemukan kesinambungan baru dan melakukan pengembangan yang lebih mendalam tentang strategi *pick-up service* yang dijalankan agar kelemahan kelemahan pada *pick up service* dapat di tangani dengan baik, sehingga dana pihak ketiga dapat di kumpulkan dengan baik.