

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari penelitian yang telah dilakukan oleh penulis pada Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) BMW Rahmah Jatim Kediri, maka penulis dapat memberikan kesimpulan sebagai berikut ini:

1. Strategi pemasaran yang digunakan oleh KSPPS BMW Rahmah Jatim Kediri adalah strategi sistem jemput bola (*pick up service*) dengan memiliki tujuan untuk memudahkan para anggota dalam menabung dan juga melakukan penarikan dana tanpa harus datang ke kantor. Namun tidak lupa dalam melaksanakan strategi pemasaran harus terdapat prinsip atau pedoman yang dijadikan sebagai landasan, KSPPS BMW Rahmah Jatim Kediri telah melakukan dengan sebaik mungkin beberapa prinsip atau pedoman tersebut. Akan tetapi terdapat beberapa kendala pada saat melakukan sistem jemput bola (*pick up service*), ini mengenai persoalan keterlambatan untuk sampai di lokasi dikarenakan faktor dari banyaknya anggota yang harus dilayani, sedangkan yang melakukan antar jemput ini hanya dilakukan oleh satu orang, sehingga hal inilah yang sering menjadi keluhan oleh para anggotanya.
2. Dengan menggunakan strategi sistem jemput bola (*pick up service*) ini, kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh KSPPS BMW Rahmah Jatim Kediri dapat berjalan lebih terarah. Sehingga, membuat KSPPS BMW

Rahmah Jatim Kediri mampu menghadapi persaingan yang ketat dalam dunia bisnis ini, serta akan lebih mudah untuk menarik masyarakat untuk bergabung dengan KSPPS BMW Rahmah Jatim Kediri dan hasilnya berdampak pada peningkatan jumlah anggotanya. Selain itu dalam menciptakan karakteristik suatu produk atau jasa KSPPS BMW Rahmah Jatim Kediri menerapkan bauran pemasaran yang terdiri dari 7P yaitu: Produk (*Product*), Harga (*Price*), Promosi (*Promotion*), Tempat (*Place*), Orang (*People*), Proses (*Process*), Bukti Fisik atau Lingkungan Fisik (*Physical Evidence*).

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis, maka penulis ingin menyampaikan beberapa saran yang mungkin dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan agar kualitas dari KSPPS BMW Rahmah Jatim Kediri dapat meningkat dan lebih baik lagi kedepannya:

1. KSPPS BMW Rahmah Jatim Kediri supaya dapat menggunakan alternatif yang lain sebagai upaya penerapan strategi pemasaran yang signifikan, contohnya seperti melakukan pemasaran di website resmi dari KSPPS BMW Rahmah Jatim Kediri, media sosial, radio, brosur, dan juga dapat lebih masuk lagi ke dalam organisasi yang ada di masyarakat sehingga dapat memperbaiki sesuai dengan apa yang menjadi keinginan dan yang anggota butuhkan.
2. KSPPS BMW Rahmah Jatim Kediri harus lebih meningkatkan kinerja agar dapat meminimalisir kesalahpahaman dan meningkatkan keharmonisan

antara sesama karyawan, lebih meningkatkan kualitas dari strategi pemasarannya, meningkatkan kualitas ini dapat dimulai dari fasilitas fisik yang diperlukan oleh anggota seperti tempat parkir yang memadai agar dapat mempertahankan kepercayaan para anggota maupun calon anggota terhadap pelayanan yang diberikan. Serta menambah Sumber Daya Manusia (SDM) agar dapat lebih efektif dan efisien. Hal ini akan membantu KSPPS BMW Rahmah Jatim Kediri dalam mencapai tujuan dari strategi pemasarannya, yaitu meningkatkan jumlah anggota tabungan produk tara muda (tabungan *mudharabah*).

3. Kepada para akademis atau bagi peneliti selanjutnya, untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat melakukan kajian yang lebih mendalam lagi dengan menggunakan metodologi yang lebih komprehensif agar dapat memberikan dampak yang positif secara luas. Karena penelitian yang saya lakukan ini hanya terfokus pada strategi pemasaran sistem jemput bola (*pick up service*) pada produk simpanan atau tabungan tara muda (tabungan *mudharabah*) saja.

