

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Koperasi Syariah Harum Dhaha Kota Kediri memiliki peningkatan penjualan terbilang baik dilihat dari peningkatan produk funding dan lending dari produk KSSU. Peningkatan tersebut dilihat dari periode tahun 2012 sampai 2013 namun peningkatan tersebut belum sesuai dengan target perusahaan sebesar 50-100 juta per bulan. Dalam waktu tiga tahun sejak berdirinya peningkatan yang diperoleh KSSU Harum Dhaha dari bertambahnya penjualan produk funding maupun lending yang dimiliki KSSU sehingga keuangan yang diperoleh KSSU berupa aset, dana pihak ketiga, dana yang tersalur dan laba mengalami peningkatan disetiap tahunnya. Peningkatan penjualan produk penyaluran dana KSSU yaitu murabahah, produk al-qard dan mudharabah. Produk penghimpunan dana juga mengalami peningkatan setiap tahunnya, namun ada beberapa produk yang belum mengalami peningkatan yang signifikan dikarenakan persaingan yang ada dan kurangnya SDM pemasar yang dimiliki KSSU Harum Dhaha. KSSU Harum Dhaha selalu berupaya meningkatkan penjualannya, diantaranya adalah bekerjasama dengan yayasan pendidikan Bina Insani untuk mengelola keuangan dari tabungan siswa dan bekerjasama dengan lembaga lainnya.

2. Koperasi Syariah Serba Usaha Harum Dhaha Kediri menerapkan strategi pelayanan yang terarah, yaitu dengan memperhatikan elemen-elemen pelayanandiantaranya faktor keandalan yaitu memberikan pelayanan dan produk yang handal, faktor daya tanggap memberikan pelayanan yang cepat dan selalu siap membantu nasabah, faktor kepastian atau jaminan yaitu dengan memberikan rasa nyaman kepada nasabah KSSU berupa ijin dari pihak terkait dan mempunyai badan hukum, faktor empati atau berpihak kepada nasabah dan menjaga baik hubungan dengan nasabah, serta bukti langsung diantaranya sistem komputerisasi, kebersihan, kesegaran udara menggunakan penyejuk udara / AC. KSSU Harum Dhaha juga menerapkan aspek-aspek pelayanan yaitu *Acces, Communication, helpfulnes, competence, courtesy, reliability, security, tangibles, understanding customer, perceived quality, dan self perceived role*. Seluruh strategi pelayanan yang dilakukan adalah dalam rangka mendorong penjualan produk yang terbukti dengan KSSU Harum Dhaha mengalami peningkatan yang baik sebesar 40% pada tahun periode 2012-2013. Dari hasil penelitian, strategi pelayanan KSSU masih terbilang standart dibandingkan dengan UGT Sidogiri dan BMT Beringharjo. Namun KSSU Harum Dhaha memberikan pelayanan yang tulus lewat sikap sopan dan ramah Sehingga pelayanan yang paling efektif dan berhasil adalah melalui karyawan yang melakukan kegiatan secara langsung kepada nasabah mulai dari promosi dan pelayanan. Nasabah baru atau lama dilayani dengan sepenuh hati.

B. Saran-saran

Dari penelitian ini, peneliti memberikan beberapa masukan demi kemajuan perusahaan dalam menerapkan strategi pelayanan untuk meningkatkan penjualan produk antara lain sebagai berikut:

1. Meningkatkan perbaikan pelayanan mulai dari pelayanan produk, pelayanan kepada nasabah yang dimiliki misalnya dengan memberikan bonus atau potongan, untuk nasabah yang sudah lama dan sarana prasarana yang mendukung pelayanan.
2. Memperluas kerjasama dengan lembaga keuangan syari'ah yang ada di Kediri khususnya dengan cara mengajak bergabung dan meninvestasikan dananya untuk di kelola oleh koperasi.
3. Merekrut tenaga-tenaga pemasaran atau karyawan yang memiliki ketrampilan dan jaringan yang luas serta memahami tentang produk dan sistem keuangan syari'ah.