

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian pembahasan diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam memasarkan produknya BMW Rahmah Jatim melakukan pemasaran yang akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Pemasaran memiliki peran yang sangat penting bagi BMW Rahmah Jatim dalam mengenalkan produk dan layanan berbasis syariah kepada masyarakat. Dengan strategi pemasaran yang tepat, mereka dapat membangun hubungan erat dengan calon anggota dan memastikan bahwa masyarakat memahami manfaat serta keuntungan produk yang ditawarkan. BMW Rahmah Jatim menggunakan berbagai teknik pemasaran, seperti pemasaran langsung melalui rekomendasi anggota lama, pemasaran digital dengan memanfaatkan media sosial untuk memperkenalkan kegiatan mereka, serta pemasaran tatap muka dengan pendekatan personal, di mana anggota diperlakukan seperti keluarga. Selain itu, mereka juga fokus pada publisitas untuk membangun citra positif dan promosi penjualan untuk memberi apresiasi kepada anggota yang loyal. Semua teknik ini membantu memperkuat kepercayaan, memperluas jangkauan pasar, dan membangun loyalitas anggota koperasi.
2. Penerapan strategi STP dalam meningkatkan jumlah anggota produk pembiayaan mudharabah pada BMW Rahmah Jatim terbukti belum cukup maksimal karena pendekatan pemasaran yang masih bersifat pasif. Meskipun koperasi telah menetapkan segmen pasar yang jelas, dengan

pemasaran yang pasif membuat jangkauan terhadap calon anggota menjadi terbatas. Pada dasarnya, BMW Rahmah Jatim menyediakan layanan keuangan berbasis syariah dengan pendekatan yang terpersonalisasi, mengutamakan kepercayaan, transparansi, dan keadilan dalam setiap transaksi. Mereka menerapkan strategi pemasaran yang tersegmentasi untuk memenuhi kebutuhan anggota yang berbeda, dengan lebih menekankan pada pelaku usaha mikro di bidang jasa, UMKM, dan komunitas berbasis syariah. Pemilihan calon anggota didasarkan pada pemahaman mereka terhadap prinsip syariah, sikap terhadap produk, loyalitas anggota, dan pola transaksi. Selain itu, mereka memberikan pembiayaan dengan sistem mudharabah yang mengutamakan bagi hasil, yang fleksibel bagi pelaku UMKM dan lebih terjangkau bagi anggota yang membutuhkan pembiayaan tanpa bunga tetap. Mereka juga menjaga kualitas pelayanan dengan pendekatan yang bersifat kekeluargaan, dengan tujuan membangun hubungan jangka panjang yang saling mendukung dan memberdayakan ekonomi anggota.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis ingin memberikan saran untuk penelitian selanjutnya, yaitu agar dapat mengkaji lebih dalam mengenai fenomena menurunnya jumlah anggota di berbagai lembaga keuangan syariah serta faktor-faktor yang melatarbelakanginya. Penelitian tersebut diharapkan mampu mengungkap secara komprehensif penyebab penurunan jumlah anggota, baik dari sisi internal lembaga, seperti kualitas pelayanan, produk, dan manajemen, maupun dari sisi eksternal, seperti

perubahan kebutuhan anggota, kondisi ekonomi, serta meningkatnya persaingan antar lembaga keuangan.