

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. KSPPS BMW Ar Rahmah Jawa Timur Kediri menerapkan strategi *Word of Mouth* (WOM) dengan memanfaatkan pengalaman positif anggotanya untuk menarik anggota baru. Anggota yang puas dengan layanan koperasi secara alami membagikan cerita mereka kepada keluarga, teman, dan komunitas, terutama dalam kelompok pengajian, UMKM, atau lingkungan kerja. Koperasi ini dikenal karena pelayanannya yang ramah, transparan, dan peduli, serta memberikan solusi bagi anggota yang mengalami kesulitan pembayaran tanpa memberatkan mereka. KSPPS BMW Ar Rahmah sering mengadakan kegiatan sosial dan edukasi yang mempererat hubungan dengan anggotanya, sehingga mereka semakin percaya dan mau merekomendasikan KSPPS BMW Ar Rahmah Jatim Kediri . Insentif berupa potongan biaya administrasi bagi anggota yang berhasil mengajak anggota baru juga mendorong promosi dari mulut ke mulut. Ditambah dengan pemanfaatan media sosial seperti *WhatsApp*, *Instagram*, dan *website*, serta kehadiran di acara komunitas, koperasi ini semakin dikenal luas tanpa perlu melakukan pemasaran secara agresif. Anggota merasa nyaman karena mendapatkan informasi yang jelas, banyak pilihan akad, serta pelayanan yang lebih personal, sehingga koperasi ini semakin dipercaya dan direkomendasikan.

2. Strategi *Word of Mouth* (WOM) terbukti efektif dalam meningkatkan jumlah anggota di KSPPS BMW Ar-Rahmah Jatim Kediri karena informasi mengenai koperasi disampaikan langsung oleh anggota yang telah merasakan manfaatnya. Rekomendasi dari anggota lama lebih dipercaya dibandingkan promosi formal karena bersumber dari pengalaman nyata. Faktor utama yang membuat strategi ini berhasil adalah pelayanan yang baik, transparansi sistem, serta kemudahan transaksi yang membuat anggota merasa puas dan mau merekomendasikan koperasi kepada orang lain. Selain itu, adanya reward bagi anggota yang aktif mengajak orang baru semakin memperkuat pertumbuhan jumlah anggota. Data menunjukkan peningkatan signifikan dari 478 anggota pada tahun 2019 menjadi 809 anggota pada tahun 2024, membuktikan bahwa strategi WOM memainkan peran penting dalam menarik anggota baru ke koperasi.

B. Saran

Pada penelitian ini peneliti memiliki beberapa saran untuk para pihak sebagai berikut:

1. Bagi KSPPS BMW Ar-Rahmah Jatim Kediri

Penelitian ini memberikan wawasan bagi KSPPS BMW Ar-Rahmah Jatim Kediri tentang bagaimana strategi *Word of Mouth* (WOM) dapat digunakan secara lebih efektif untuk menarik anggota baru. Dengan memahami faktor-faktor yang membuat anggota lama mau merekomendasikan koperasi kepada orang lain, KSPPS bisa meningkatkan kualitas pelayanan, memberikan apresiasi kepada anggota yang aktif, dan

menciptakan sistem komunikasi yang lebih baik. Hasil penelitian ini juga bisa menjadi pedoman bagi koperasi dalam mengembangkan strategi pemasaran berbasis rekomendasi, sehingga jumlah anggota dapat terus bertambah tanpa harus mengeluarkan biaya promosi yang besar.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti yang ingin mengkaji lebih dalam tentang strategi *Word of Mouth* (WOM) di koperasi atau lembaga keuangan lainnya, penelitian ini dapat menjadi referensi awal. Peneliti selanjutnya bisa mengembangkan penelitian ini dengan melihat faktor lain yang mempengaruhi keberhasilan WOM, seperti peran media sosial atau program loyalitas anggota. Selain itu, penelitian ini juga dapat dijadikan dasar untuk membandingkan efektivitas WOM dengan strategi pemasaran lainnya, sehingga bisa ditemukan metode terbaik dalam meningkatkan jumlah anggota koperasi.

3. Bagi Pihak Akademik

Dalam dunia akademik, penelitian ini bisa menambah wawasan tentang bagaimana strategi pemasaran non-konvensional seperti WOM dapat diterapkan dalam dunia koperasi. Penelitian ini juga bisa digunakan sebagai bahan ajar atau referensi dalam mata kuliah manajemen pemasaran, bisnis syariah, atau ekonomi koperasi. Dengan adanya penelitian ini, mahasiswa dan dosen dapat memahami bahwa pemasaran tidak selalu harus dilakukan dengan iklan mahal, tetapi juga bisa dengan membangun hubungan baik dengan pelanggan atau anggota, sehingga mereka dengan sukarela merekomendasikan layanan kepada orang lain.