

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil serta pembahasan diatas bisa ditarik kesimpulan bahwa:

1. Strategi *marketing* harga dan promosi KSPPS BMT PETA Kediri adalah sebelum adanya pandemi KSPPS BMT PETA Kediri belum menggunakan strategi marketing harga untuk meningkatkan jumlah anggota, namun dengan adanya pandemi KSPPS BMT PETA Kediri mulai memikirkan untuk menggunakan strategi *marketing* harga dalam meningkatkan jumlah anggota yakni dengan biaya harga pemeliharaan 1,6% yang kemudian bisa di nego hingga 1,5% serta menyesuaikan kemampuan anggota atau calon anggota, kemudian pada promosi sebelum adanya pandemi promosi yang dilakukan hanya mendatangi anggota yang potensial, brosur dan *public relatoin*, namun dengan adanya pandemi membuat KSPPS BMT PETA Kediri melakukan berbagai macam promosi yang diantaranya mendatangi anggota yang potensial, *publisitas*, menyebarkan brosur, memasang spanduk, *public relation*, *personal selling*, serta promosi penjualan.
2. Peran strategi *marketing* harga dan promosi BMT PETA dalam meningkatkan jumlah anggota *rahn* dimasa pandemi covid-19 adalah dengan melakukan strategi *marketing* harga dan berbagai macam promosi pada masa pandemi membuat KSPPS BMT PETA Kediri

mampu meningkatkan jumlah anggota *rahn* sebanyak 116 orang pada tahun 2020 dan 136 orang pada tahun 2021 yang dimana sebelumnya terdapat 106 orang pada tahun 2019 sebelum terjadi pandemi, selain itu juga dari kedua strategi tersebut mampu menarik minat anggota maupun calon anggota untuk melakukan pembiayaan produk *rahn*.

B. Saran

Berdasarkan hasil dan kesimpulan yang telah dikemukakan diharapkan bisa memberikan manfaat serta masukan bagi pihak lembaga maupun pihak lainnya.

1. Bagi KSPPS BMT PETA Kediri, peran dari *marketing* harga dan promosi yang dilakukan sudah baik, akan tetapi untuk kedepannya KSPPS BMT PETA Kediri diharapkan lebih baik lagi dalam mengoptimalkan berbagai macam promosi yang dilakukan karena dari berbagai macam promosi tersebut yang paling banyak berpengaruh adalah *public relation*.
2. Bagi peneliti selanjutnya penulis berharap hasil penelitian ini dapat menambah wawasan kepada para pembaca maupun sebagai referensi untuk melakukan penelitian serta untuk peneliti selanjutnya diharapkan bisa mengembangkan yang lebih baik lagi dengan meneliti faktor-faktor yang lain selain *marketing* harga dan promosi dalam meningkatkan jumlah anggota produk *rahn* pada masa pandemi Covid-19.