

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan pada bab sebelumnya mengenai Strategi *Experiential Marketing* Pada Produk Deposito IB Desa Mudharabah Di BPRS Suriyah Melalui Pendekatan *Asset Based Community Development* maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Strategi pemasaran *experiential marketing* yang diterapkan terhadap produk deposito Ib desa mudharabah yaitu dengan melakukan berbagai event dan menjadi sponsor salah satunya ialah sponsor di SD 1 Jati Wetan dan mengikuti gebyar di Alun-alun Kota Kudus. Strategi *experiential marketing* yang digunakan juga sesuai dengan unsur-unsur dari *experiential marketing*. Yaitu melalui panca indera seseorang dapat merasakan sebuah pengalaman yang termasuk kepada unsur sense, hal yang melibatkan sebuah emosional maka termasuk kedalam feel, cara memecahkan masalah atau problem solving merupakan unsur think, pengalaman yang berhubungan dengan perilaku dan gaya hidup merupakan unsur act, pengalaman yang melibatkan pendekatan dengan orang lain merupakan unsur relate. Kelima unsur *experiential marketing* tersebut dilakukan oleh BPRS Suriyah untuk menarik minat dari konsumen sesuai dan sudah sesuai dengan kriteria unsur *experiential marketing* yang dapat memengaruhi keputusan pembelian nasabah sehingga memberikan feedback positif kepada BPRS Suriyah yaitu tercapainya tujuan jangka pendek (profit atau keuntungan) dan tujuan jangka panjang (kepuasan dan loyalitas pelanggan) jenis pemasaran menggunakan event atau open table memberikan pengalaman dihati dan benak nasabah, perusahaan sendiri dapat memperoleh efisiensi promosi yaitu adanya *word of mouth* atau nasabah merekomendasikan kepada orang terdekatnya sebagai implementasi dari kepuasan yang mereka peroleh ketika memutuskan menabung dan menjadi nasabah di BPRS Suriyah Kudus. Akan tetapi kendala yang dihadapi pada strategi *experiential marketing* adalah

membangun kepercayaan dari nasabah karena terkadang konsumen datang hanya untuk hiburan. Tetapi tujuan dari pemasaran yang dilakukan yaitu untuk memberitahukan bahwa di BPRS Suriah mempunyai produk-produk yang bagus dan bersaing.

2. Pendekatan *Asset Based Community Development* dilakukan kepada nasabah dengan tujuan untuk menjelaskan kepada konsumen tentang pentingnya investasi kepada setiap individu atau nasabah guna merancang masa depan yang baik. Melalui tabungan deposito IB Desya mudharabah yang menjanjikan dan aman karena sudah terjamin oleh lembaga penjamin simpanan (LPS) agar nasabah tidak terjerumus atau salah langkah berinvestasi kepada orang atau instansi yang tidak bertanggung jawab atau investasi bodong. Karena belum tentu semua kalangan paham akan pengelolaan aset. Dan juga memberikan pengetahuan tentang cara mendayagunakan atau memanfaatkan aset yang ada untuk mengatasi problem ataupun memenuhi kebutuhan dasar setiap individu dan ditujukan untuk menyadarkan nasabah tentang penggunaan aset baik aset yang berwujud maupun tidak berwujud berdasarkan kepada potensi-potensi yang dimiliki konsumen ataupun modal yang dapat digali dari diri konsumen itu sendiri.
3. Hambatan dari proses pemasaran ini adalah minimnya kesadaran masyarakat terkait investasi hal ini disebabkan karena minimnya literasi masyarakat terkait apa itu investasi bagaimana manfaat dan tujuan investasi itu sendiri. Hal inilah yang menyebabkan minimnya minat masyarakat terkait produk deposito IB Desya Mudharabah.

Solusi dalam hal ini adalah pihak BPRS Suriah perlu memberikan wawasan kepada masyarakat terkait pentingnya berinvestasi, hal ini dapat dilakukan sekaligus untuk mempromosikan produk yang ada pada BPRS Suriah yaitu produk Deposito IB Desya Mudharabah. Tujuan promosi adalah untuk memperkenalkan produk dan memperluas jaringan yang ada pada BPRS Suriah terutama pada produk Deposito IB Desya Mudharabah, hal ini dapat dilakukan dengan cara memperluas jangkauan dengan cara menggunakan media social sebagai media promosi hal ini dikarenakan media social saat ini memiliki jangkauan yang

sangat luas, akan tetapi selain menggunakan media social pihak BPRS Suriah juga harus mempertahankan media promosi secara konvensional seperti mendirikan stand-stand dalam event dan penggunaan brosur.

B. Saran

Beracuan kepada simpulan yang diuraikan sebelumnya, maka peneliti memberikan beberapa masukan yang terurai sebagai berikut :

1. Bagi lembaga pendidikan diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi dan tambahan dalam menyelesaikan tugas ataupun keperluan lainnya. Sebab data yang valid merupakan kunci atas sumber referensi yang kita gunakan
2. Bagi BPRS Suriyah Kudus diharapkan BPRS Suriyah Kudus bisa mempertahankan dan berupaya lebih baik lagi dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan Deposito IB Desya Mudharabah karena kelebihan dari Deposito IB Desya Mudharabah sendiri dapat bersaing dengan instansi lain dan juga merupakan lembaga yang sudah terjamin oleh LPS.
3. Bagi funding officer diharapkan lebih baik giat dalam memasarkan produk baik melalui pemasaran secara nyata maupun media digital. Serta banyak memberikan tawaran-tawaran yang menarik seperti promo dan pemberian *rewards* untuk nasabah. agar lebih menarik minat nasabah dan menyadarkan nasabah pentingnya berinvestasi guna masadepan yang lebih cerah.