

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Sehubungan dengan perdebatan mengenai “Analisis Strategi Pemasaran Syariah untuk Meningkatkan Jumlah Anggota pada Produk Simpanan Berjangka di KSPPS Berkah Abadi Gemilang Jepara”. Berdasarkan apa yang telah dikatakan, kita dapat menyimpulkan:

1. Koperasi KSPPS Berkah Abadi Gemilang Jepara dalam menerapkan strategi pemasaran menggunakan startegi diantaranya:
 - a. *Marketing mix*
 - 1) *Product*, yang dipasarkan simpanan berjangka dengan memiliki manfaat untuk membantu pengembangan ekonomi umat, lebih aman dan menguntungkan bagi hasil yang kompetitif, serta simpanan berjangka dapat dijadikan agungan dalam pembiayaan.
 - 2) *Price*, simpanan berjangka pembagian hasilnya dari 3 bulan nisbah 35:65, 6 bulan nisbah 50:50, 1 tahun 65:35 dan lebih 1 tahun nisbah 70:30
 - 3) *Place*, kantor yang memiliki letak strategis dan mudah dijangkau dapat membantu pemasaran
 - 4) *Promotion*, KSPPS Berkah Abadi Gemilang Jepara yang dilakukan promosi utama dari pengawas, pegawai, anggota dan untuk melengkapi menggunakan media sosial
 - b. *Segmentasi, targeting dan positioning*
 - 1) *Segmentasi* KSPPS Berkah Abadi Gemilang Jepara diberlakukan kepada siapa saja tidak membedakan.
 - 2) *Targeting* KSPPS Berkah Abadi Gemilang Jepara lebih ke target marketing
 - 3) *Positioning* KSPPS Berkah Abadi Gemilang Jepara yaitu mengenalkan produk simpanan berjangka agar melekat di benak anggota simpanan dan pembiayaan
 - c. Karakteristik pemasaran syariah
 Pemasaran berandasaknan ketuhanan yaitu memiliki sifat religius tidak ada riba dalam barang yang diiklankan. akhlaqiyyah yaitu Ketika seseorang mempromosikan barang tanpa hiperbola, itu menunjukkan bahwa barang tersebut memiliki nilai yang sangat baik. Realistis yaitu berpenampilan

yang sopan sesuai dengan budaya indonesia dan melakukan kegiatannya secara profesional. Humanistis yaitu melakukan pelayanan dan bertransaksi dengan saling menghargai dan tidak membedakan.

2. Hasil analisis dari strategi dalam upaya meningkatkan jumlah anggota pada simpanan berjangka di KSPPS Berkah Abadi Gemilang Jepara pada startegi *marketing mix* yaitu sangat baik terutama pada pelayanan yang sopan, ramah, profesional, mau mengambil dan mengantarkan simpanan kerumah dan menjadikan anggota lebih nyaman. Pada startegi STP tidak melakukan segmentasi khusus, melainkan menargetkan semua orang untuk produk simpanan berjangka. Strategi targeting dilakukan dengan menetapkan target tahunan yang harus dicapai. KSPPS Berkah Abadi Gemilang Jepara berusaha menanamkan produk simpanan berjangka dalam benak anggota agar produk tersebut selalu diingat dan dikenal. Dalam penerapan pemasaran syariah, pegawai KSPPS Berkah Abadi Gemilang Jepara melakukan pemasaran dengan jujur, berakhlak baik, tidak berlebihan dalam menyampaikan produk, melayani secara profesional, serta menghargai dan tidak membedakan calon anggota.
3. Kekurangan dari strategi pemasaran KSPPS Berkah Abadi Gemilang Jepara yaitu kendala ekonomi anggota dan likuiditas anggota, anggota memilih produk simpanan yang bisa di ambil kapan saja, anggota sering memilih menabung secara sedikit-sedikit. Sedangkan kelebihanannya yaitu berlokasi strategis sebelah jalan raya yang selalu dilalui oleh masyarakat, mudah di jangkau oleh anggota, produk simpanan berjangka yang lebih aman dan menguntungkan, bagi hasil yang kompetitif, membantu pengembangan ekonomi, dan menggunakan strategi syariah yang disukai para anggota.

B. Saran

1. Ini merupakan keuntungan bagi KSPPS dalam jangka panjang, sebuah taktik cerdas yang telah membantu mereka menarik lebih banyak anggota dan selalu mematuhi standar pemasaran syariah.
2. Mengingat penelitian ini tidak dapat dianggap sempurna oleh pembaca atau penulis, maka peneliti mengusulkan untuk menambahkan variabel baru untuk penelitian selanjutnya agar penelitian tugas akhir ini dapat menjadi ideal