

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan pengumpulan data, pengolahan data, dan analisis data terkait strategi pemasaran, dapat disimpulkan bahwa:

1. Prosedur pelaksanaan tabungan sumber amanah sudah baik. Bagi hasil 0.8/anggota/perbulan dianggap cukup tinggi dan menarik dan menarik banyak anggota maupun calon anggota. Hal ini menjadi alasan ketertarikan calon anggota untuk mendaftarkan dirinya pada tabungan sumber amanah. Fasilitas pengembalian uang utuh pada bulan ke-21 dan pemberian hadiah atau bonus yang pasti diberikan ini membuktikan bahwa simpanan ini tidak menipu sesuai keuntungan dan manfaat Tabungan Sumber Amanah yang tertulis dalam buku tabungan yaitu:
 - a. Simpanan tanpa dikenakan potongan.
 - b. Anggota pasti mendapatkan hadiah, dan hadiah diundi setiap 7 bulan sekali.
 - c. Anggota berkesempatan mendapat Hadiah Utama berupa Grand Prize 1 Unit Sepeda Motor
2. Dalam hal pemasaran syari'ah, KSPPS Kowanu Nugraha secara umum tidak berbeda dengan pemasaran konvensional. Aktivitas pemasaran yang dilakukan KSPPS Kowanu Nugraha memfokuskan pada (1) tidak melakukan transaksi bisnis yang diharamkan oleh Islam, (2) tidak mencari dan menggunakan harta dengan cara yang tidak halal, (3) tidak bersaing dengan cara yang bathi, (4) tidak menipu/bohong untuk meningkatkan transaksi, dan (5) tidak memasarkan produk yang dilarang syari'ah.

Perencanaan pemasaran berbasis Bauran pemasaran (*Marketing Mix*) adalah salah satu konsep kunci dalam teori pemasaran modern. Ada banyak kiat pemasaran, Mc Catty dalam buku manajemen pemasaran karya Ekawati rahayu Ningsih mempopulerkan pembagian ini dalam empat factor yang disebut dengan 4P produk, price, promosi, place.

a. Strategi Persaingan Desain Produk (*Product*)

Tabungan Sumber Amanah dikemas sedemikian rupa, tabungan semi deposito yang diberi jangka waktu 21 bulan, dan akan tetap kembali utuh sampai jangka waktu berakhir. Selain itu produk ini juga dapat dijadikan jaminan pembiayaan sehingga nantinya mampu bersaing di pasaran dan akan menambah jumlah anggotanya.

b. Strategi Persaingan Harga (*Price*)

Dalam menetapkan strategi harga KSPPS Kowanu Nugraha menjalankan prinsip-prinsip yang sesuai syariah. Sehingga penetapan harga dapat dipertimbangkan sebagai bagian dari fungsi diferensiasi barang dalam pemasaran. Harga Rp 200.000 dianggap pantas sesuai kemampuan dan keuntungan dalam hal ini anggota Tabungan Sumber amanah dan KSPPS Kowanu Nugraha.

c. Promosi Penjualan (*Promotion*)

Media promosi yang digunakan KSPPS Kowanu Nugraha ada beberapa macam, diantaranya: brosur, promosi langsung, dan hadiah/bonus. Brosur memaparkan tentang apa itu tabungan sumber amanah, promosi langsung memaparkan tindakan persuasif kepada calon pembeli sehingga akan mampu didapat *feedback* saat itu juga dalam bentuk pembelian produk untuk kemudian mau menjadi *loyal customer* dari produk tersebut. Sedangkan bonus/hadiah yang paling menjadi alasan ketertarikan anggota mengapa memilih tabungan sumber amanah. Strategi ini yang paling menonjol dibandingkan strategi yang lain dikarenakan Mereka tertarik oleh *iming-iming* bonus barang elektronik dan jaminan uang kembali utuh sampai periode berakhir.

d. Strategi Sasaran Pasar (*Place*)

Strategi pemasaran yang berhasil sangat ditentukan oleh tingkat kepuasan konsumen yang diperolehnya dari kegiatan pemasaran yang dilakukan perusahaan untuk produknya. Kepuasan konsumen merupakan ukuran keberhasilan strategi pemasaran perusahaan dalam memasarkan suatu produk. Pasar yang dituju KSPPS Kowanu Nugraha

adalah seluruh lapisan masyarakat, terutama para pedagang dan anggota-anggota jam'iyah majlis ta'lim.

3. Dampak pelaksanaan *Marketing Mix* bagi tabungan sumber amanah dapat menambah serta mempengaruhi konsumen terhadap nilai pada barang atau jasa yang sedang diedarkan di pasaran. Kegiatan ini mendorong dan mengarahkan konsumen untuk mendaftar menjadi anggota, sehingga penjualan akan meningkat sesuai tujuan yang diharapkan. Peningkatan jumlah anggota dengan adanya bonus yaitu calon anggota yang asal mulanya belum mengenal hingga akhirnya mengenal dan tertarik sehingga mendaftarkan diri menjadi anggota tabungan Sumber Amanah.

Adapun dampak positif dari adanya bonus tabungan Sumber Amanah yaitu calon anggota yang asalnya tidak mengenal KSPPS Kowanu Nugraha akhirnya mengenal kemudian berlomba-lomba mendaftarkan diri menjadi anggota tabungan Sumber Amanah. Sedangkan dampak negatif dari adanya bonus tabungan Sumber Amanah yaitu setelah adanya anggota yang banyak terkadang terjadi kemacetan pembayaran setiap bulannya sehingga perputaran uang menjadi tidak stabil.

B. Saran – Saran

1. Bagi Manajer

Kepemimpinan yang efektif merupakan komponen penting untuk mensukseskan perencanaan pemasaran. Pemasaran yang berhasil nantinya akan mempunyai andil yang cukup besar dalam kemajuan koperasi. Seorang manajer juga serta membuat penyesuaian-penyesuaian jika diperlukan, untuk mendorong KSPPS Kowanu Nugraha dalam mencapai tujuan serta mewujudkan visi, misi dan strateginya.

2. Bagi BMT

Agar Koperasi terus meningkatkan strategi pemasarannya, dimulai dari menyusun konsep pemasaran yang matang, menganalisis kondisi yang terjadi di lapangan, dan meningkatkan kinerjanya karyawannya lebih

optimal lagi agar seluruh karyawannya berkinerja tinggi sehingga KSPPS Kowanu Nugraha menjadi lebih unggul dari pesaing.

3. Bagi Staff Pemasaran

Seorang marketing selayaknya memiliki kemampuan untuk menggerakkan perusahaan, melihat, merespon, dan membuat anggota puas. Seorang marketing seharusnya berkinerja tinggi dan agar KSPPS Kowanu Nugraha menjadi unggul dari pesaing.

C. Penutup

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan hidayah, inayah dan cahaya Ilmu-Nya sehingga diiringi dengan alunan ayat-ayat-Nya akhirnya Penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Semua ini adalah kebahagiaan yang tiada tara dari-Nya yang selalu mewajibkan Peneliti untuk bersyukur tiada henti. Dan apabila ada kesederhanaan dalam penulisan, itu merupakan keterbatasan kemampuan yang Penulis miliki.

Penulis sudah membuat skripsi sesuai prosedur ilmiah dengan sangat hati-hati, tetapi tentu masih banyak ditemukan kekurangan. Karena itu tegur sapa dari pembaca berupa kritikan maupun masukan sangat Penulis harapkan demi perbaikan di masa yang akan datang.

Akhirnya Penulis berharap semoga apa yang tertuang dalam skripsi ini, bisa memberikan manfaat khususnya bagi Penulis dan umumnya bagi para Pembaca. Serta dapat memberikan kontribusi keilmuan dalam bidang manajemen. *Aamiin*