

## BAB V

### KESIMPULAN

#### A. Kesimpulan

Dari pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. KJKS Pilar Mandiri dalam menetapkan strategi pemasaran produk simpanan haji mabrur yaitu menggunakan *marketing mix* produk mencakup 7Variable : *Product, Price, Place, and Promotion, People, Process dan Customer Service*. Penerapan ketujuh elemen tersebut adalah:

- a. Product

Mutu dari produk yang di terapkan oleh KJKS Pilar Mandiri meliputi fasilitas dan kemudahan yang ter dapat didalam karakteristik produk simpanan haji mabrur. Simpanan haji mabrur ini menggunakan prinsip *mudharabah mutlaqah*, sehingga akan mendapatkan bagi hasil Proporsi bagi hasil 55% BMT :45% anggota, layanan lebih selama di tanah air berupa manasik haji hingga 10 kali pertemuan. Ditambah satu bimbingan khusus tentang pemaknaan haji/umroh berupa training “MENATA HATI MERAIH KEMABRURAN HAJI”, mendampingi dan melayani mulai dari tanah air hingga tanah suci dengan tujuan semua jamaah dapat memaknai setiap tahap perjalanan spiritual ibadah haji, proses administrasi dilakukan oleh staff Pilar Mandiri sehingga sangat

memudahkan calon jamaah yang akan mendaftar dan Kemudahan dalam layanan program DANA TALANGAN HAJI. Proses dengan cepat dan bisa di lakukan dirumah.

b. Price

Dalam penetapan harga yang dilakukan oleh KJKS Pilar Mandiri didasarkan pada konsep harga Islami dengan setoran awal minimal Rp. 50.000,- dan membayar administrasi Rp. 10.000 dalam satu tabungan. Selanjutnya terserah nasabah simpanan haji mabrur mau menabung dengan jumlah yang diinginkannya, asalkan dengan jumlah minimal Rp. 50.000,- saldo minimal Rp. 50.000,-.

c. Place

Untuk tempat para nasabah tidak hanya terpacu pada tempat saja dimana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi. Tetapi di KJKS pilar mandiri memberikan kemudahan dalam bertansaksi, seperti. pelanggan mendatangi langsung ketempat koperasi pilar mandiri; apabila nasabah tidak bisa mendatangi koperasi (lagi ada kesibukan) maka pihak koperasi pilar mandiri akan mendatangi langsung ketempat dimana nasabah bertempat tinggal. Dalam hal ini nasabah memberikan upah jasa layanan jemput sebesar RP 3.000,00 ( Tiga Ribu Rupiah ) dan melalui *Service provider* yaitu pihak nasabah dan pihak koperasi tidak bertemu langsung hanya melalui telepon atau *email*.

d. Promotion

Bentuk Promosi yang dilakukan oleh KJKS Pilar Mandiri yaitu melalui jumput bola, Iklan di majalah sahabat Anas, *Personal Selling*, Brosur, dan yang paling efektif adalah *Word of Mouth Marketing*. WOM memiliki kekuatan yang lebih besar dibandingkan dengan iklan maupun penjualan langsung, karena kekuatan WOM terletak pada kemampuannya dalam memberikan rekomendasi. Komunikasi ini bisa saja berupa percakapan, atau hanya satu arah.

e. People

KJKS Pilar Mandiri dalam memilih strategi people melihat keahlian berkomunikasi, pemilihan tenaga pemasar, jujur, sopan, menjaga etika penampika.

*internal customer*, maksudnya yang cukup sering berinteraksi dengan para nasabah di KJKS Pilar Mandiri yaitu:

- 1) Bagian Marketing
- 2) Customer Service

*Eksternal Customer* dan yang mempengaruhi konsumen dalam keputusan untuk membeli. Iyaitu :

- 1) Tim Yayasan Nurul Hayat
- 2) Tim MATABACA

f. Process

Proses adalah juga sangat penting untuk koperasi menjadi lembaga yang mudah di kenal dan dipercaya oleh nasabah sehingga KJKS

Pilar Mandiri bisa mencapai target yang ingin dicapai. Proses yang lebih dijaga seperti efektifitas kerja dan kedisiplinan, bagaimana cara memutuskan strategi pemasaran dan memasarkan produk, serta kegiatan-kegiatan lainnya yang berhubungan dengan kemajuan KJKS Pilar Mandiri.

g. Customer service

Selalu meninggalkan kesan yang baik terhadap setiap nasabah atau calon nasabah dalam melakukan hubungan dengan KJKS Pilar Mandiri.

2. Dalam menarik minat nasabah Etika dalam KJKS Pilar Mandiri sangat ditekankan sekali untuk melayani seorang nasabah supaya tertarik untuk menabung di Koperasi Pilar Mandiri. Yaitu cara sikap dan prilaku, penampilan, cara berpakaian cara berbicara dan gerak gerik. Bersikap lemah-lembut dan sopan santun dalam melayani tamu atau nasabah, membuat nasabah merasa dihargai, dan Selalu memberikan perhatian, tidak cuek dalam menghadapi tamu atau nasabah, dalam hal ini nasabah merasa memperoleh perhatian serius.

## **B. Saran Dan Rekomendasi**

### **1. KJKS Pilar Mandiri**

Harapan yang sangat besar dari peneliti, mudah-mudahan dengan adanya penelitian yang berjudul “Strategi Pemasaran Produk Simpanan

haji mabrur dalam Menarik Minat Nasabah di Koperasi Jasa Keuangan Syari'ah (KJKS) Pilar Mandiri Gunung Anyar Surabaya” ini dapat:

- a. Hendaknya lebih membentuk pemasaran produk dan pengembangan yang lebih offensive lagi yang bertugas melakukan memasarkan produk untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah.
  - b. Hendaknya lebih mempersiapkan internal manajemen dengan baik dan didukung sarana dan prasarana pendukung pelayanan.
  - c. Hendaknya lebih ditingkatkan pemasaran produk haji supaya masyarakat mengenal dan tertarik menabung sehingga produk tabungan haji lebih bertambah di koperasi pilar mandiri
2. Fakultas atau program studi

Diharapkan dapat memberikan motivasi bagi fakultas untuk mengembangkan lagi pada ilmu strategi pemasaran produk.

### **C. Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini dirasa kurang bisa maksimal karena peneliti tidak bisa mendapat akses data yang lebih baik, mengingat sifat organisasi yang sangat sibuk dan kurang melayani. Sehingga menimbulkan data yang berada dilapangan dengan teori yang digunakan masih banyak kekurangan.