

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti tentang strategi marketing mix pada produk simpanan di KSPPS Nusa Ummat Sejahtera Cabang Kutoarjo sebagai berikut:

1. Terhadap produk simpanan sangatlah menarik karena di setiap produk tersebut mendapatkan keuntungan dan tabungan ini juga memberikan setoran yang sangat relative murah hanya dengan setoran awal Rp. 25.000 untuk simpanan *wadi'ah* dan untuk simpanan pendidikan hanya Rp. 50.000 sedangkan untuk setoran selanjutnya cukup minimal Rp. 10.000 saja. dan perlu adanya strategi promosi yang lebih dioptimalkan dalam melakukan aktivitas penawaran yaitu dengan membagikan brosur kepada masyarakat dan lebih mengenalkan produk simpanan tersebut sehingga anggota atau calon anggota ingin membuka rekening pada produk simpanan ini. Untuk lokasi tersebut sangat strategis sehingga masyarakat mudah melakukan transaksi di KSPPS Nusa Ummat Sejahtera Cabang Kutoarjo.
2. Strategi proses (*Process*) yang diberikan pada KSPPS Nusa Ummat Sejahtera dengan memberikan kemudahan untuk nasabah ataupun calon nasabah dalam melakukan pembukaan rekening maupun transaksi. Dan strategi orang (*People*) yang dimana memberikan

pelayanan yang baik, ramah dan cepat kepada nasabah atau calon yang ingin melakukan pembukaan rekening atau melakukan transaksi lain.

B. Saran-Saran

Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan pada KSPPS Nusa Ummat Sejahtera, ada beberapa hal yang harus dipertimbangkan sebagai masukan untuk meningkatkan pemasaran di KSPPS Nusa Ummat Sejahtera dengan memberikan saran-saran untuk kemajuan KSPPS Nusa Ummat Sejahtera Cabang Kutoarjo.

1. Diharapkan KSPPS Nusa Ummat Sejahtera dapat memprioritaskan produk simpanan *wadi'ah*, pendidikan dan simpanan berjangka, agar produk tersebut semakin banyak peminatnya serta dapat meningkatkan dalam melakukan promosi kepada masyarakat tentang produknya, karena masih ada sebagian masyarakat yang belum mengetahui, mengenal dan memahami pada produk simpanan.

2. Bagi pihak peneliti selanjutnya

Pembahasan tentang Strategi *Marketing Mix* pada Produk Simpanan ini masih jauh dari kesempurnaan, sehingga penulis mengharapkan kekurangan-kekurangan tersebut dapat dijadikan sebagai kajian untuk peneliti berikutnya.

C. Kata Penutup

Demikian skripsi ini sebagai tugas akhir kuliah yang saya susun sesuai dengan data-data yang saya dapatkan dan diolah dengan kajian-kajian yang telah disebutkan sebelumnya.

Karena keterbatasan pengetahuan saya dalam penyusunan skripsi sebagai tugas akhir ini, saya menyadari masih banyak kekurangan dan ketidaksempurnaan. Oleh karena itu, saya mohon maaf sebesar-besarnya.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

Ahmad (2020). *Manajemen Strategis*. Makasar: Nas Media Pustaka.

Anggito, Albi, dan Johan Setiawan (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV. Jejak.

Anshori, Abdul Ghofur (2008). *Tanya Jawab Perbankan Syariah*. Yogyakarta : UII Pres.

Arif, M. Nur Rianto Al (2012), *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung : Penerbit Alfabeta.

Arikunto, Suharsimi (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.

Assauri, Sofjan (2013). *Strategic Management : Sustainable Competitive Advantages*. Jakarta : Rajawali Pers.

Badan Pengembangan Dan Pembinaan Bahasa Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (2016). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.

Buchori, Nur S., dkk. (2019). *Manajemen Koperasi Syariah Teori & Praktik*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.

Dahlan, Ahmad (2012). *Bank Syariah, Teori, Praktik, Kritik*. Yogyakarta: Teras.

Departemen Pendidikan Nasional (2008). *Kamus Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*. Jakarta: Pt Gramedia Pustaka Utama *Indonesia Pusat Bahasa*. Jakarta: Pt Gramedia Pustaka Utama.

Hakimi (2020). *Strategi, Kepemimpinan, dan Motivasi Kerja: Teori dan Aplikasi*. Guepedia.

Ismail (2011). *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.

Janwari, Yadi (2015). *Lembaga Keuangan Syariah*. Bandung: PT. Remaja Rosdakrya.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller (2009). *Manajemen Pemasaran* Edisi 13 Jilid 2 Jakarta : Erlangga Dicitak PT Gelora Aksara Pratama.

Mamik (2015). *Metodologi Penelitian*. Sidoarjo: Zifatama Publisher.

Musfar, Tengku Firli (2020). *Manajemen Pemasaran Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. Bandung: Media Sains Indonesia.

Rachmat (2014). *Manajemen Strategik*. Bandung : CV Pustaka Setia.

Rangkuti, Freddy (2006). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.

Sugiyono (2014). *Metode Penelitian Manajemen Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi (Mixed Methods), Penelitian Tindakan (Action Research), Penelitian Evaluasi*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sujarweni, V. Wiratna (2014). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Sumiyanto, Ahmad (2008), *Bmt Menuju Koperasi Modern Panduan Untuk Pemilik, Pengelola Dan Pemerhati Baitul Maal Wat Tamwil Dalam Format Koperasi*. Yogyakarta: ISES.

Sumiyanto, Ahmad (2008). *BMT Menuju Koperasi Modern, panduan untuk pemilik, pengelola dan pemerhati baitul maal wat tamwil dalam format koperasi*. Yogyakarta: ISES Publishing.

Suryani, Tatik (2017). *Manajemen Pemasaran Strategik Bank Di Era Global Menciptakan Nilai Unggul Untuk Kepuasan Nasabah*. Jakarta: Prenadamedia Group.

Yunus, Eddy (2016). *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: Andi Offset.

Yusuf, A. Muri (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana.

B. Jurnal dan Skripsi

Aprisco, Windiarnas, I Nyoman Sudapet. “Analisis Progress Nilai Produk Simpanan (Dana Pihak Ketiga) Pada PT. BANK RAKYAT INDONESIA (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Jatirogo Tuban”. Vol. 1 No. 2 (Juli), Online ISSN: 2407-7305, 2015. Hal: 125.

Kusmiyati, Ai Mia Keukeu Deu, (2019), *Analisis Bauran Pemasaran Pada Koperasi Simpan Pinjam Dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) Bmt Bina Mu’amalah Ta’awun Bekasi*. Skripsi, Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.

Marlina, Ropi, Yola Yunisa Pratami. “Koperasi Syariah Sebagai Solusi Penerapan Akad Syirkah Yang Sah”, *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*. Vol. 1 No. 2 (Juli), Online ISSN: 2540-8402 Print ISSN: 2540-8399, 2017. Hal: 274.

Rinaldi, Udin. “Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Keputusan Berbelanja Di Swalayan”. *Jurnal Aplikasi Manajemen*. Volume 7, Nomor 3, 2009. Hal: 710.

Rusydiana, Aam Slamet, Abrista Devi. "Mengembangkan Koperasi Syariah Di Indonesia". *Jurnal Ekonomi Islam*. Volume 9, Nomor 1: 1-23, ISSN: 2085-9325 (print); 2541-4666 (online), 2018. Hal: 2.

Saputra, Ardi Imam, (2019), Analisis Strategi Bauran Pemasaran Pada BPRS METRO MADANI Ditinjau Dari Prinsip Ekonomi Islam. Skripsi, Lampung: IAIN Metro.

Sari, Siska Mona, (2019), Analisis Strategi Pemasaran 4p Terhadap Produk Tabungan Impian di PT. BRI SYARIAH Cabang Banda Aceh. Skripsi, Banda Aceh : UIN Ar-Raniry.

Selang, Christian A.D. "Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado". *Jurnal Emba*, Vol.1 No.3 ISSN : 2303-1174, 2013. Hal: 73.

Sholihah, Ashihatus, (2018), Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Produk Simpanan Idul Fitri Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah (study kasus BMT Assyafi'iyah cabang Mesuji. Skripsi, Lampung: UIN Raden Intan.

Solikhah, Binti Halimatus, (2020), Analisis Bauran Pemasaran Pada Produk Tabungan Simpanan Pelajar Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah di BANK BRI SYARIAH KCP Mojokerto Majapahit. Skripsi, Ponorogo: IAIN Ponorogo.

Suryaningsih, Kadek Ayu, I Nengah Kartika. "Pengaruh Variasi Produk, Pembinaan Usaha dan Persaingan Usaha, Terhadap Keberlangsungan Usaha Koperasi". Vol. 8 No. 8 (Agustus), Online ISSN: 2303-0178. Hal: 1789-1823.

Thantawi, T.R., A. Brawijaya. "Pemahaman Nasabah Terhadap Kontrak Syariah Pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah Dikota Dan Kabupaten Bogor". *Jurnal Syarikah*, Volume 3 Nomor 2, P-ISSN 2442-4420 e-ISSN 2528-6935, 2017. Hal: 446.

