

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari pembahasan diatas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa srategi pemasaran produk adalah cara yang ditempuh dalam rangka menawarkan dan menjual kepada masyarakat produk – produk yang dimiliki. Adapun strategi pemasaran yang digunakan KJKS BINAMA yaitu:

1. Strategi Produk
2. Strategi Harga
3. Strategi Tempat
4. Strategi Promosi

Dan dalam memasarkan produk simpanan, ada beberapa strategi yang dapat diterapkan KJKS BINAMA, antara lain:

1. Penetapan target.
2. Melakukan inovasi pendanaan.
3. Keunggulan produk. Misalnya; bagi hasil simpanan bersaing dengan lembaga lain, minimal sama. Dari segi pelayanan, prosedur pembiayaan, dan simpanan aman, mudah dan profesional.

KJKS BINAMA juga perlu melakukan beberapa prinsip untuk dilakukan agar meraih keunggulan kompetitif, yaitu:

1. Adanya sudut pandang nilai pelanggan
2. Keunikan produk

B. Saran

Berdasarkan data dan informasi yang telah didapat oleh penulis, maka penulis hendak memberikan saran-saran kepada pihak-pihak yang terkait agar dalam upaya pemasaran produk dapat sesuai dengan hasil yang diharapkan, maka perlu adanya:

1. Mempertahankan nasabah yang potensial dengan cara menciptakan ikatan kekeluargaan antara nasabah dengan KJKS BINAMA.
2. Secara terus-menerus melakukan pembahasan dalam pelayanan dan produk sehingga nasabah semakin percaya terhadap peran dan manfaat KJKS BINAMA dan mempertahankan citra sebagai lembaga keuangan yang berlandaskan nilai-nilai islam.
3. Dalam upaya meningkatkan eksistensi KJKS BINAMA hendaknya memperbaiki strategi pemasaran khususnya strategi pemasaran produk dalam meningkatkan keunggulan kompetitif agar lebih baik dan kompeten.
4. Untuk akademik penelitian ini diharapkan dapat dilanjutkan oleh peneliti lain dengan objek dan sudut pandang yang berbeda sehingga dapat memperkayakhasanah kajian ekonomi Islam.