

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. KESIMPULAN**

Dari analisis dan pembahasan di bab sebelumnya dapat ditarik kesimpulan tentang strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah di BPRS Saka Dana Mulia Kudus. Kesimpulan tersebut adalah Strategi yang digunakan di BPRS Saka Dana Mulia Kudus menggunakan strategi *Marketing Mix* yakni menggunakan 4P (*Product, Price, Place, Promotion*).

Dalam meningkatkan pertumbuhan nasabah, strategi pemasaran atau *marketing Mix* yang dikemukakan oleh Philip Kotler mampu meningkatkan pertumbuhan nasabah. Karena produk yang ada di BPRS Saka Dana Mulia merupakan produk pelayanan/jasa, maka tingkat pelayanan juga berpengaruh pada kepuasan nasabah. Kualitas kinerja produk sangat penting untuk menarik minat nasabah. Kelengkapan produk dalam artian produk tersebut mampu memenuhi kebutuhan masyarakat, sehingga peluang masyarakat untuk memilih produk BPRS Saka Dana Mulia tinggi.

Bentuk promosi yang efektif digunakan di BPRS Saka Dana Mulia berdasarkan 4P (*produk, place, price, promotion*) yaitu pendekatan *promotion* karena peran *promotion* diperusahaan sangat berpengaruh dan produk yang

sesuai kebutuhan masyarakat . *Advertising* memaksimalkan biaya promosi (media cetak dan elektronik) dan akan lebih baik juga jika memasang banyak banner di kawasan strategis agar banyak dikenal serta penjualan masa dengan membuat surat kerjasama dengan isntansi/organisasi yang ada dilingkungan masyarakat luas. hal tersebut mampu menarik lebih banyak nasabah. produk bisa efektif karena kemudahan layanan dan dan setoranl menabung dapat dijangkau oleh seluruh lapisan masyarakat. Sekitar 75% nasabah menabung pada Tamasya. Dan produk lain jumlah nasabah masih merata.

Bahwasanya perusahaan tidak akan bisa terlepas dari strategi-strategi pemasaran, terlebih ketika menghadapi persaingan pasar. Perusahaan tidak akan mampu bertahan tanpa adanya strategi yang tepat,.

## **B. SARAN-SARAN**

Berdasarkan data dan informasi yang telah didapat oleh penulis, maka penulis hendak memberikan saran-saran kepada pihak-pihak yang terkait yaitu:

- a. Dalam meningkatkan jumlah nasabah, BPRS Saka Dana Mulia hendaknya memperbaiki dan meningkatkan strategi pemasaran khususnya strategi- strategi yang memiliki

hubungan langsung dengan masyarakat luas, seperti produk yang bermutu, tempat yang strategis, harga yang kompetitif, serta promosi yang gencar. Dengan begitu BPRS Saka Dana Mulia Kudus memiliki inovasi dan pelayanan yang berkualitas serta mampu mengambil hati masyarakat luas dalam mengelola keuangannya, sehingga memiliki citra yang baik di hati nasabah dan mampu berkompetitif dengan sehat.

- b. Untuk akademik penelitian dengan tema tersebut diharapkan dapat dilanjutkan oleh peneliti lain dengan objek dan sudut pandang yang berbeda dan lebih ilmiah sehingga dapat memperkaya khasanah kajian ilmu Ekonomi Islam.

### **C. PENUTUP**

Alhamdulillah, berkat rahmat, hidayah serta ridhanya penulis dapat menyelesaikan seluruh rangkaian aktifitas dalam rangka penyusunan skripsi “Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah (Studi Kasus di BPRS saka dana Mulia Kudus)” dengan lancar. Shalawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah memberikan teladan dalam mengarungi kehidupan.

*Sukran Jaziilan* untuk bapak, ibu, dan segenap keluarga yang selalu mendo'akan.

Penulis dengan segala kerendahan hati menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, masih banyak kekurangan dan kelemahan, baik menyangkut isi maupun bahasanya. Oleh karena itu segala saran, masukan, arahan, dan kritik yang konstruktif sangat penulis harapkan. Untuk kemajuan dan kesempurnaan dalam penulisan selanjutnya dan dapat bermanfaat bagi kita semua khususnya pada diri penulis. Amin.