

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan pemaparan yang dijelaskan oleh penulis mengenai strategi pemasaran terhadap simpanan berjangka (SIMKA) di KSPPS Arthamadina Banyuputih dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

Lembaga keuangan syariah atau non lembaga keuangan syariah seperti KSPPS Arthamadina Banyuputih, pada pelayanan yang dilakukan oleh pihak KSPPS Arthamadina Banyuputih tidak disadari cara kerja yang dilakukan oleh lembaga secara tidak langsung antara lain melakukan persaingan dengan lembaga yang lain. Karena tidak langsung KSPPS Arthamadina Banyuputih membuat strategi yang baik sehingga KSPPS mempunyai anggota yang banyak dan dapat meningkatkan aset pada lembaga tersebut.

Dalam strategi pemasaran produk Simpanan Berjangka (SIMKA) dalam memasarkan simpanan berjangka (SIMKA) ini meliputi berbagai pihak, sebagai berikut:

##### **1. Pihak *Marketing***

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh pihak marketing dengan cara mendatangi anggota/nasabah satu persatu dengan cara menjelaskan produk simpanan berjangka (SIMKA).

## 2. Pihak *Customer Service* (CS)

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh *customer service* (CS) dengan cara memberikan penjelasan tentang simpanan berjangka (SIMKA) diwaktu senggang saat melayani anggota/nasabah.

## 3. Pihak Karyawan KSPPS Arthamadina

Peran karyawan dalam memasarkan produk simpanan berjangka (SIMKA) dengan cara menjelaskan kepada anggota keluarga, teman maupun masyarakat sekitarnya.

## **B. Saran**

### 1. KSPPS Arthamadina Banyuputih

- a. Hendaknya pihak KSPPS Arthamadina dalam memasarkan produknya lebih merata sehingga masyarakat sekitar dapat mengetahui produk yang ada di KSPPS Arthamadina.
- b. KSPPS Arthamadina terus mengembangkan produk-produknya sehingga dapat bersaing sehingga dapat bersaing dengan lembaga keuangan syariah yang lain, agar tujuan yang ingin dicapai dapat terwujud.
- c. Memperbanyak jumlah kantor pelayanan, agar lebih menjangkau masyarakat di seluruh kota Batang.
- d. Menyeleksi karyawan dengan tepat sehingga tidak akan terjadi penyelewengan.

## 2. Masyarakat

Menyimpan uang dalam produk Simpanan Berjangka (SIMKA) yang menggunakan akad *mudharabah* lebih baik dan adil, karena bagi hasil yang akan diterima berdasarkan pada pendapatan yang diperoleh koperasi.

## C. Penutup

Demikianlah penyusunan dan Tugas Akhir ini dengan judul “Strategi Pemasaran Terhadap Simpanan Berjangka (SIMKA) di KSPPS Arthamadina Banyuputih” sebagai tugas dan melengkapi syarat guna memperoleh gelar Ahli Madya (D3) dalam bidang ilmu perbankan syariah. Dengan segala kerendahan hati penulis panjatkan syukur kehadiran Allah SWT. Penulis menyadari bahwa penulisan Tugas Akhir ini masih jauh dari kesempurnaan, yang semua itu karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan penulis sehingga butuh proses dalam penyempurnaan yang lebih baik lagi.

Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun diharapkan penyempurnaan penulisan Tugas Akhir ini. Harapan penulis semoga penulisan Tugas Akhir ini bermanfaat bagi penulis dan khususnya dan pembaca pada umumnya. Terima kasih.