

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian analisis strategi pemasaran produk pembiayaan dalam meningkatkan jumlah anggota yaitu sebagai berikut :

1. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh KSPPS Al Uswah Indonesia Cabang Banjar dalam meningkatkan jumlah anggota yaitu : meningkatkan promosi dan sosialisai kepada masyarakat, anggota maupun calon anggota baik dilakukan dengan cara *door to door* maupun melakukan mempromosikannya melalui media periklanan berupa brosur. Meningkatkan kualitas sumber daya insani dalam proses pelayanan kepada anggota maupun calon anggota dan selalu menjalin komunikasi yang baik dengan anggota maupun nasabah. Dalam kegiatan pemasarannya, KSPPS Al Uswah Indonesia Cabang Banjar dalam memasarkan produknya sudah menerapkan bauran pemasaran (*marketing mix*), yaitu : produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*), orang (*people*), bukti fisik (*physical evidence*) dan proses (*process*).

Dalam proses pengajuan pembiayaan, strategi yang dilakukan yaitu dengan memberikan persyaratan yang mudah karena pada dasarnya masyarakat tidak suka dengan persyaratan yang sulit. Dan dalam melakukan proses survey dan analisis KSPPS Al-Uswah Cabang Banjar menggunakan 5 C, yaitu : *character* (watak/kepribadian), *capacity* (kemampuan membayar), *capital* (harta yang dimiliki), *condition* (kondisi) dan *collateral* (jaminan/agunan).

2. Dalam penerapan atau implementasi strategi pembiayaan yang dilakukan oleh KSPPS Al-Uswah Indonesia Cabang Banjar sudah bagus dan pembiayaan yang diterapkanpun sudah sesuai dengan akad (kerjasama) antara anggota dengan KSPPS AL-Uswah Indonesia Cabang Banjar, prosedur serta syarat yang diberikan pun tidak rumit, dan jangka waktu untuk membayar angusuran disesuaikan dengan kapasitas kemampuan anggota, produk/barang nya pun halal.

Adapun implementasi strategi pemasaran yang dilakukan yaitu : dalam melakukan kegiatan promosi, Promosi yang dilakukan oleh KSPPS AL- Uswah Indonesia Cabang Banjar yaitu dengan melakukan promosi di akhir tahun ataupun lebaran seperti promosi *funding special* atau *margin special diskon margin* dan pembiayaan yang sudah 60% bisa diajukan kembali. Dalam meningkatkan kualitas sumber daya insani dengan cara memberikan bekal marketing kepada marketing ataupun marketing baru dalam mempromosikan prosuk atau jasa kepada calon anggota agar bisa tertarik dan menggunakan produk yang ada di KSPPS AL-Uswah Indonesia Cabang Banjar dan menjaga anggota yang sudah ada, dan selalu menjalin hubungan yang baik dengan anggota.

3. Dalam menjalankan suatu usaha tidak selamanya sesuai dengan yang

diharapkan, pasti ada saja tantangan yang dihadapi. Tantangan yang ada pada dasarnya merupakan suatu ancaman yang harus diantisipasi dan diatasi oleh perusahaan, apabila tantangan tersebut bisa diatasi maka tantangan tersebut justru akan menjadi suatu peluang yang dapat dimanfaatkan oleh suatu perusahaan.

Pengembangan strategi pemasaran produk pembiayaan KSPPS AL-Uswah Indonesia Cabang Banjar dilakukan dengan analisis SWOT, yaitu : a) *strenght* (kekuatan) meliputi tempat yang strategis, loyalitas dan kepercayaan anggota dan proses pencairan yang cepat, b) *weakness* (kelemahan) yaitu Pangsa pasar, Proses penagihan yang sulit, Permodalan yang hanya dari anggota bukan dari pemerintah, c) *opportunities* (peluang) yaitu Berada di jalur perdagangan, lembaga keuangan syariah yang semakin banyak dan kerjasama dengan lembaga keuangan lain, d) *threat* (ancaman) meliputi lembaga keuangan syariah lain, pandemic covid 19 dan masih banyak masyarakat yang belum tahu.

5.2 Saran

1. Bagi KSPPS Al Uswah Indonesia Cabang Banjar harus semakin aktif lagi untuk meningkatkan inovasi dalam kegiatan pemasaran, seperti meningkatkan strategi promosi dan memperbanyak pengiklanan seperti penyebaran brosur, membuat iklan melalui media sosial ataupun sebagainya. Dan meningkatkan strategi promosi mengenai KSPPS Al Uswah Indonesia Cabang Banjar merupakan lembaga keuangan non bank yang memberikan pembiayaan yang berbasis syariah dan tidak mengandung riba serta mengenalkan produk produk dengan akad syariah.
2. Bagi peneliti berikutnya

Penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai referensi dalam melakukan penelitian khususnya yang berkaitan dengan strategi pemasaran produk pembiayaan dalam meningkatkan jumlah anggota. Penulis menyadari bahwa penelitian ini jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis berharap kepada peneliti selanjutnya untuk lebih menyempurnakan kembali penelitian terutama mengenai strategi pemasaran produk pembiayaan dalam meningkatkan jumlah anggota.