

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pemasaran produk dan bauran pemasaran pada KSPPS Tunas Artha Mandiri Syariah KCP Tanjunganom Nganjuk, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. KSPPS Tunas Artha Mandiri Syariah KCP Tanjunganom Nganjuk memasarkan produknya bagi segmen tertentu yaitu para petani dan pelaku UMKM dengan produk pembiayaan pertanian/ musiman, pembiayaan tepat guna, dan pembiayaan UMKM; disamping itu, memasarkan pula beberapa produknya untuk semua segmen (*mass marketing*), yaitu untuk masyarakat umum dengan produk pembiayaan *murabahah*, *mudharabah*, *ijarah*, simpanan *wadiah* dan simpanan berjangka.
2. Bauran pemasaran yang dilakukan KSPPS Tunas Artha Mandiri Syariah KCP Tanjunganom Nganjuk, yaitu dengan menyediakan berbagai lini produk (*product mix*) Lembaga Keuangan Syariah untuk disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat; harga yang ditetapkan berdasarkan prinsip syariah yakni *profit & loss sharing*, *margin (ribh)* & *ujrah/ fee* dengan persentase yang masih terjangkau yaitu 1,4% s/d 1,75%; promosi dengan memanfaatkan bauran promosi, yaitu periklanan, penjualan pribadi, publisitas, dan promosi penjualan; dan berada ditempat strategis, dekat pasar sasarnya, serta mudah untuk dijangkau.

## B. Saran

1. Bagi KSPPS Tunas Artha Mandiri Syariah KCP Tanjunganom Nganjuk, untuk meemaksimalkan penggunaan media sosial sebagai sarana memperkenalkan keberadaan koperasi serta produk-produknya; untuk ikut menyebutkan semua produk yang tersedia pada brosur serta selalu mengembangkan strategi pemasarannya.
3. Bagi penelitian selanjutnya, untuk mengevaluasi dan mengkoreksi tulisan ini, sehingga dapat membenahi kekeliruan yang ada, serta dapat melengkapi kekurangan yang ada.

