

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan mengenai strategi pemasaran produk SAHARA pada anggota non muslim di Kospin JASA Syariah Jepara dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Anggota Non Muslim Tertarik Produk SAHARA

Berdasarkan olah data yang telah diuraikan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa anggota non muslim tertarik pada SAHARA karena Harga (*Price*) yang ditawarkan oleh Kospin JASA Syariah. pada item *price* nilai yang diperoleh sangat tinggi dari responden. Karena anggota bisa mendapatkan bonus tiap bulannya dan di akhir periode bisa mengikuti undian ketiban double rejeki.

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Kospin JASA Syariah Jepara untuk memasarkan produk SAHARA pada anggota non muslim dengan menggunakan *Marketing Mix* yang terdiri dari 7p yaitu *Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence*. Dan pada anggota non muslim Kospin JASA Syariah Jepara memberi pelayanan yang biasa disebut jemput bola , yang artinya marketing atau pegawai keliling pasar yang mendatangi rumah anggota untuk mengambil setoran. Agar anggota tidak perlu ke kantor.

B. Saran-Saran

SAHARA bukan hanya produk yang ditujukan untuk muslim saja, tetapi untuk semua anggota baik itu muslim maupun non muslim, oleh sebab itu pihak Kospin JASA Syariah Jepara harus mampu meningkatkan strategi pemasaran kepada anggota non muslim bagaimana bisa mengenal produk SAHARA dan berkeinginan untuk mengikuti simpanan tersebut. Selain untuk mengenalkan produk unggulan, juga untuk menambah keikutsertaan.

