

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh pemasaran tabungan mudharabah terhadap minat anggota di Koperasi Wanita Syariah Rohmah Pucung Kidul Boyolangu Tulungagung, maka berdasarkan hipotesis penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Product* tabungan *mudharabah* berpengaruh signifikan terhadap minat anggota di Koperasi Wanita Syariah Rohmah Pucung Kidul Boyolangu Tulungagung. Hal ini berarti bahwa adanya tabungan *mudharabah* yang ditawarkan maka akan tinggi minat anggota untuk tabungan *mudharabah* di Koperasi Wanita Syariah Rohmah Pucung Kidul Boyolangu Tulungagung.
2. *Price* atau harga tabungan mudharabah mempunyai pengaruh positif tetapi tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Anggota di Koperasi Wanita Syariah Rohmah Pucung Kidul Boyolangu Tulungagung. Tidak berpengaruh signifikan terhadap minat anggota bisa dikarenakan harga (*price*) tersebut masih terlalu tinggi dalam penetapan dalam bagi hasil, administrasi, atau pemberian bagi hasil yang diberikan Koperasi Wanita Syariah Rohmah Pucung Kidul Boyolangu Tulungagung belum sesuai yang diharapkan oleh anggota,

sehingga sangat membebani anggota untuk memilih Tabungan *Mudharabah*.

3. *Place* atau tempat Tabungan *Mudharabah* berpengaruh positif namun tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Anggota di Koperasi Wanita Syariah Rohmah Pucung Kidul Boyolangu Tulungagung. Hal ini dikarenakan tempat yang disediakan oleh Koperasi Wanita Syariah Rohmah Pucung Kidul Boyolangu Tulungagung tidak berpengaruh terhadap minat anggota dalam memilih Tabungan *Mudharabah*. Kemungkinan besar banyak masyarakat yang belum tau akan keberadaan Koperasi Wanita Syariah Rohmah Pucung Kidul dikarenakan tempat yang kurang terbuka terhadap masyarakat maupun anggota di Koperasi Wanita Syariah Rohmah Pucung Kidul Boyolangu Tulungagung.
4. *Promotion* atau promosi Tabungan *Mudharabah* tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Anggota di Koperasi Wanita Syariah Rohmah Pucung Kidul Boyolangu Tulungagung. Hal ini dikarenakan pihak Koperasi Wanita Syariah Rohmah Pucung Kidul Boyolangu Tulungagung kurang dalam menginformasikan produknya, melalui alat pemasaran seperti brosur, pamflet dan baliho sehingga dari situ produk Tabungan *Mudharabah* kurang dimengerti oleh anggota.

5. *Product, Price, Place, dan Promotion* Tabungan *Mudharabah* secara simultan berpengaruh positif dan berpengaruh signifikan terhadap Minat Anggota di Koperasi Wanita Syariah Rohmah Pucung Kidul Boyolangu Tulungagung. Hal ini juga sesuai dengan penentuan marketing mix yang ditujukan agar setiap kegiatan pemasaran dapat berlangsung dengan sukses dan lancar, product nya lebih dikembangkan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan masyarakat ataupun anggota Koperasi, dan agar diberi harga yang terjangkau oleh konsumen lalu ditempatkan dimana konsumen bisa mengetahui dan belanja dimana kebutuhan itu ada dan dipromosikan melalui media sosial, brosur, ataupun yang lainnya agar terjangkau oleh konsumen maupun anggota koperasi.

B. Saran

1. Bagi Koperasi Wanita Syariah Rohmah Pucung Kidul Boyolangu Tulungagung.

Bahwa hasil penelitian ini diharapkan Koperasi Wanita Syariah Rohmah Pucung Kidul Boyolangu Tulungagung harus lebih gencar dalam memasarkan produk, harga, tempat, dan promosi khususnya tabungan *mudharabah* dengan strategi-strategi marketing yang baru dan berbeda dengan para pesaing, agar banyak masyarakat yang tertarik dan berminat untuk bergabung menjadi anggota di Koperasi Wanita

Syariah Rohmah Pucung Kidul Boyolangu Tulungagung untuk menjadi anggota simpanan maupun anggota pembiayaan.

2. Bagi IAIN Tulungagung

Bahwa hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk pengembangan keilmuan khususnya di bidang keuangan syariah, juga bisa dijadikan bahan referensi bacaan bagi mahasiswa IAIN Tulungagung.

3. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat mengetahui produk-produk yang ada di Koperasi Wanita Syariah Rohmah Pucung Kidul Boyolangu Tulungagung maupun keberadaan Koperasi Wanita Syariah Rohmah Pucung Kidul Boyolangu Tulungagung.

4. Bagi Peneliti Berikutnya

Selain faktor Pemasaran, masih banyak lagi faktor yang mempengaruhi minat anggota koperasi dalam produk tabungan maupun pembiayaan. Untuk perkembangan koperasi wanita syariah kedepan diharapkan ada penelitian sejenis dengan variabel dan alat analisis yang berbeda sehingga hasil penelitian lebih bervariasi, misalnya dalam hal organisasi dan manjerial, permodalan, ataupun rendahnya kualitas sumber daya manusia yang mengelola dan juga ada faktor lain dari segi pembiayaan bermasalah.