

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dengan judul Strategi Pemasaran Pembiayaan Mitraguna Berkah dalam Meningkatkan Jumlah umlah Nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Indramayu Sudirman, peneliti menarik kesimpulan:

1. Bank Syariah Indonesia KCP Indramayu Sudirman menerapkan strategi pemasaran Bauran Pemasaran (*Marketing Mix 7P*). Dengan menerapkan strategi pemasaran Bank Syariah Indonesia KCP Indramayu Sudirman lebih terarah dalam melakukan pemasaran produk-produk perbankan khususnya produk pembiayaan Mitraguna Berkah serta nasabah dapat dengan mudah mengetahui produk-produk yang ada di Bank Syariah Indonesia.
2. Proses pemasaran produk pembiayaan Mitraguna Berkah oleh Bank Syariah Indonesia KCP Indramayu Sudirman sering menghadapi berbagai kendala, seperti keterbatasan sumber daya manusia, persaingan pricing yang ketat, dan regulasi pemerintah. Solusi atas kendala tersebut meliputi edukasi kepada pegawai dan masyarakat tentang bank syariah, pemahaman tentang keunggulan bank syariah, dan pemasaran yang lebih aktif untuk menarik nasabah. Kolaborasi dan keselarasan antara manajemen, pegawai, dan pemangku kepentingan bank menjadi kunci dalam mengatasi kendala pemasaran.
3. Efektivitas strategi pemasaran dalam mencapai tujuan guna meningkatkan jumlah nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Indramayu Sudirman dikatakan sudah efektif karena terjadinya peningkatan jumlah nasabah setiap tahunnya dilihat dari jumlah nasabah dan jumlah plafond, dan strategi yang paling efektif untuk meningkatkan jumlah nasabah lebih kepada strategi promosi.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Bank Syariah Indonesia Indramayu Sudirman, beberapa saran telah diberikan oleh peneliti sebagai masukan yang bermanfaat bagi pihak-pihak terkait, yaitu sebagai berikut:

1. Penerapan strategi pemasaran ini diharapkan BSI KCP Indramayu Sudirman dapat terus meningkatkan mutu dan kualitas serta tetap memberikan kemudahan dan kenyamanan untuk nasabah
2. Kendala yang dihadapi diharapkan dapat meningkatkan edukasi tentang bank syariah kepada masyarakat dan pegawai, fokus pada keunggulan produk bank syariah, aktif dalam pemasaran untuk menarik nasabah, dan melakukan evaluasi calon nasabah secara cermat dengan menggunakan analisis 5C. Dengan demikian, Bank Syariah Indonesia KCP Indramayu Sudirman dapat mengatasi kendala dalam pemasaran produk pembiayaan Mitraguna Berkah dan meningkatkan kinerja pemasaran secara keseluruhan.
3. Strategi Pemasaran *marketing mix* dikatakan efektif dalam menarik minat nasabah melakukan pembiayaan Mitraguna Berkah, dengan terus mengembangkan, meningkatkan strategi promosi diharapkan Bank dapat memperluas jangkauan pasar serta perlu dipantau terus menerus untuk mencapai tujuan pemasaran yang ditetapkan

