

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Bank BJB Syariah KCP Cikampek memperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Penelitian yang dilakukan Bank BJB Syariah KCP Cikampek menekankan bahwa loyalitas nasabah sangat penting untuk keberlanjutan dan pertumbuhan Bank BJB Syariah KCP Cikampek. Ini menyoroti bahwa nasabah yang setia lebih cenderung terlibat dalam bisnis dan merekomendasikan bank kepada orang lain.
2. Strategi pemasaran yang efektif menyimpulkan bahwa strategi pemasaran berdampak pada loyalitas nasabah. Ini menunjukkan bahwa upaya pemasaran yang disesuaikan dengan nilai-nilai dan kebutuhan nasabah dapat meningkatkan loyalitas nasabah kepada bank. Strategi pemasaran yang diterapkan Bank BJB Syariah KCP Cikampek menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix*) yang terdiri dari 7P (*product, price, place, promotion, people, proses, physical evidence*). Selain itu, Bank BJB Syariah KCP Cikampek juga menerapkan strategi pemasaran seperti digitalisasi, dan jemput bola. Strategi promosi yang efektif untuk meningkatkan kesadaran dan minat nasabah terhadap produknya dengan cara melakukan promosi dengan berbagai media. Media promosinya seperti bagikan brosur kepada masyarakat, iklan di media sosial, iklan di televisi, dan pasang spanduk. Strategi promosinya seperti jemput bola, berikan produk yang berkualitas, kompetitif, dan mudah di pahami, tingkatkan kualitas pelayanan, tingkatkan promosi dan sosialisasi terhadap produk-produk bank syariah, tingkatkan kerjasama dengan institusi lain, pertimbangan nasabah, pahami kebutuhan nasabah, pertimbangkan jumlah setoran awal, pertimbangkan saldo minimal, pertimbangkan jaminan rekening tabungan, dan pertimbangkan biaya administrasi bulanan

3. Dari hasil analisis SWOT yang telah peneliti lakukan, berdasarkan faktor internal, kekuatan (*strength*) memiliki nilai rata-rata 7 kelemahan (*weakness*) memiliki nilai rata-rata 5,3 dan kedua faktor internal tersebut berselisih 12,3. Sedangkan faktor eksternal nilai peluang (*opportunities*) yaitu 5,3 dan ancaman (*threats*) memiliki nilai rata-rata 5,2 dan berselisih 10,5. Analisis tersebut menyatakan bahwa Bank BJB Syariah KCP Cikampek mengarah ke strategi agresif, dimana menunjukkan bahwa kekuatan (*strengths*) lebih besar dari peluang (*opportunities*).

B. Saran

Berdasarkan hasil yang diperoleh dalam penelitian ini, terdapat beberapa saran yang dapat dipertimbangkan untuk peneliti berikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi pihak Bank BJB Syariah KCP Cikampek
 - a. Memperluas pemasaran produk ke seluruh lapisan masyarakat giat memberikan sosialisasi kepada masyarakat yang belum memahami tentang Bank BJB Syariah KCP Cikampek serta produk-produknya.
 - b. Bank BJB Syariah KCP Cikampek harus memanfaatkan kekuatan dan peluang semaksimal mungkin agar dapat menutupi kelemahan yang ada dan mampu menghadapi ancaman atau persaingan yang akan datang.
2. Bagi pembaca dan peneliti selanjutnya

Disarankan bahwa Bank BJB Syariah KCP Cikampek harus terus menyempurnakan strategi pemasarannya agar lebih selaras dengan harapan pelanggan dan tren pasar. Ini termasuk memanfaatkan pemasaran digital dan media sosial untuk menjangkau khalayak yang lebih luas agar Bank BJB Syariah KCP Cikampek secara aktif mencari dan memasukkan pelanggan ke dalam penawaran layanan mereka dan memahami kebutuhan dan preferensi nasabah dapat membantu bank menyesuaikan produk dan layanannya yang lebih efektif.