

## **BAB V PENUTUP**

### **A. Kesimpulan**

1. Dalam penerapan strategi marketing *funding* yang dilakukan BTN Syariah Kota Cirebon untuk menarik nasabah bertransaksi yaitu dengan cara door to door, mendatangi lembaga atau Instansi yang sudah melakukan MOU dengan BTN Syariah Kota Cirebon. Selain itu, pemanfaatan media sosial juga menjadi strategi marketing pada *Funding Officer*.
2. Kendala dan upaya dalam penerapan dilapangan pihak BTN Syariah Kota Cirebon dalam menghadapi keduanya tentunya ada beberapa kendala seperti ketidaksesuaian produk yang ditawarkan oleh pihak bank, minimnya pemahaman masyarakat terkait perbankan syariah, dan support sistem digitalisasi BTN Syariah masih kurang dibandingkan dengan BTN Konvensional. Adapun upaya yang dilakukannya seperti melakukan diskusi bersama kantor pusat atau kantor cabang, memberikan edukasi kepada masyarakat sehingga akan paham tentang perbankan syariah, dan peningkatan SDM terlatih.
3. Pandangan fatwa DSN-MUI NOMOR 115 DSN-MUI/IX/2017 mengenai impelementasinya mejelaskan bahwa BTN Syariah Kota Cirebon sudah sesuai dengan regulasi yang ada jikalau ada kejanggalan dalam penerapannya akan ditindak lanjuti oleh DPS dan pihak terkait. Adapun itu, nasabah akan mempercayai operasionalnya yang mengikat dalam ajaran-ajara Islam tentunya akan merasakan transaksi aman dan amanah sesuai aturan yang berlaku, jika ada hal-hal yang merugikannya nasabah maka akan melakukan pengaduan terhadap instansi terkait.

## B. Saran

Berdasarkan data dan informasi yang telah didapatkan oleh penulis, maka penulis hendak memberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Kedepannya untuk strategi marketing *funding* di BTN Syariah Kota Cirebon peneliti memberikan saran seperti; 1) Segmentasi pasar yang tepat sasaran memastikan produk yang ditawarkan sudah sesuai keinginan nasabah. 2) Penyuluhan secara berkala untuk edukasi masyarakat sehingga persaingan ketat dengan bank konvensional lebih minim. 3) Melakukan branding dengan segala cara untuk membantu minat ketertarikan nasabah dan pembentukan citra instansi yang lebih kredibel. 4) Monitoring dan Evaluasi hal ini dilakukan untuk survey bagaimana proses pemasaran kepada masyarakat dan survey kepuasan kepada nasabah.
2. Kedepannya untuk menghadapi kendala dan upaya BTN Syariah Kota Cirebon sebaiknya lebih mematangkan konsep sebelum terjun ke lapangan, melakukan uji coba bagaimana respon masyarakat terhadap produk yang di tawarkan oleh pihak BTN Syariah Kota Cirebon, dan membuat planning tambahan untuk memberikan gambaran jikalau kendala dan upaya terjadi pada saat penerapannya.
3. Pandangan fatwa DSN-MUI NOMOR 115 DSN-MUI/IX/2017 dalam penerapannya bisa dilakukan dengan baik, artinya bank-bank syariah yang sudah menerapkan fatwa itu sudah layak dioperasikan dengan regulasi yang diberikan. Untuk itu pihak BTN Syariah Kota Cirebon dan Masyarakat sebisa mungkin untuk menyelaraskan apa yang sudah menjadi ketentuannya dan sebarkanlah nilai-nilai Islam dalam bertransaksi di perbankan syariah itu sendiri.