

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari penelitian yang dilakukan peneliti dan dibahas di atas, maka dapat ditarik kesimpulan yaitu:

1. Strategi pemasaran pembiayaan *murabahah* pada BPRS Artha Pamenang Kantor Kas Ngadiluwih adalah strategi produk (*product*) yaitu dengan memberikan kemudahan untuk nasabah. Kemudian dari strategi harga (*price*) pihak bank menawarkan harga yang sedikit lebih murah karena banyak pesaing. Strategi promosi (*promotion*) yang dilakukan adalah dengan menyebarkan pamflet dan browsur, *memfollow up* nasabah, media sosial, mengikuti *even-even*. Strategi orang (*people*) adalah dengan memiliki SDM yang memadai singga memberikan pelayanan prima. Strategi sarana fisik (*physical evidence*) yaitu ruangan yang harum, nyaman, dingin dan bersih. Strategi proses (*process*) yaitu pelayanan yang dilakukan sangat mudah dan cepat. Strategi tempat (*place*) sudah dari awal berada di lokasi yang strategis.
2. Strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah pembiayaan *murabahah* yaitu pentingnya kepintaran dalam berkomunikasi pada proses ini *Account Officer, Customer Service, Teller* yang sering menjaelaskan agar tidak terjadi miss communication dan dapat berakibat dapat menurunkan jumlah nasabah. indikator selanjutnya adalah penanganan solusi dari hambatan yang ada dengan cara menjelaskan dengan mudah agar nasabah bisa mudah memahami lalu rutinnnya diadakan evaluasi setiap hari senin. Indikator selanjutnya adalah kiat-kiat yang dilakukan bank agar nasabah menggunakan

pembiayaan murabahah dengan ikut serta acara-acara besar, memberikan souvenir kepada nasabah. indikator selanjutnya adalah *feedback* dari nasabah yaitu semakin banyaknya jumlah nasabah pembiayaan *murabahah* dan nasabah menjadi semakin royal. Indikator terakhir adalah faktor penentu yang dapat dikatakan meningkatnya jumlah nasabah pembiayaan *murabahah* pada 3 tahun terakhir. 7P pada BPRS Artha Pamenang Ngadiluwih meningkatkan jumlah nasabahnya pada pembiayaan *murabahah*, komponen *marketing mix* yaitu 7P yaitu promosi (*promotion*), proses (*proces*), dan strategi produk (*product*) dapat berperan penting dalam meningkatkan jumlah nasabah, untuk strategi orang (*people*), strategi sarana bukti fisik (*physical evidence*), startegi harga (*price*) dan strategi tempat (*place*) memang dapat meningkatkan jumlah nasabah tetapi dalam salah satu strategi tersebut kurang menarik banyak nasabah dibandingkan dengan strategi promosi (*promotion*), strategi proses (*process*), dan strategi produk (*product*) yang dapat meningkatkan cukup banyak jumlah nasabah.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada BPRS Artha Pameanang Kantor Kas Ngadiluwih, maka peneliti memberikan saran, sebagai berikut:

1. BPRS Artha Pameanang Kantor Kas Ngadiluwih harus meningkatkan persaingan dengan cara semakin gencar memperkenalkan produk pembiayaan *murabahah* dan semakin meningkatkan kualitas pembiayaan *murabahah*,
2. BPRS Artha Pamenang Kator Kas Ngadiluwih harus lebih mengoptimalkan pemasaran dalam strategi tempat (*place*), strategi harga (*place*), strategi orang

(*people*), strategi bukti fisik (*physical evidence*), karena pemasaran dalam hal tersebut masih kurang banyak meningkatkan jumlah nasabah.