

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan data yang dikumpulkan dan telah diverifikasi dengan narasumber, maka peneliti melakukan kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi promosi produk pembiayaan cicil emas di BSI KCP Blitar Tanjung yaitu BSI KCP Blitar Tanjung menggunakan beberapa pendekatan yang disesuaikan secara langsung dengan melihat kebutuhan pasar khususnya pada produk cicil emas. Hal tersebut dilakukan dengan melakukan analisa dan di implementasikan strategi promosi yang ada yaitu dengan menggunakan beberapa indikator dari bauran promosi yaitu periklanan (*Advertising*), Promosi penjualan (*Sales Promotion*), Penjualan personal (*Personal Selling*), Pemasaran langsung (*Direct marketing*), Hubungan masyarakat (*Public Relation*). Kemudian BSI KCP Blitar Tanjung pihak marketing bersifat mandiri, kreatif dan berpedoman pada prinsip syariah. Kemudian BSI KCP Blitar Tanjung senantiasa melakukan evaluasi kinerja agar hambatan yang ada dapat diatasi dengan baik dan dapat meningkatkan jumlah nasabah.
2. Strategi promosi yang diterapkan oleh BSI KCP Blitar Tanjung terbukti efektif dalam menarik minat nasabah baru dan meningkatkan loyalitas nasabah. Promosi yang dilakukan melalui berbagai media, baik online

maupun offline, seperti pemasangan banner, spanduk, dan pembagian brosur, serta promosi melalui media sosial, sangat membantu dalam memperluas jangkauan pemasaran produk cicil emas. Selain itu, strategi promosi yang melibatkan pemberian hadiah berupa sembako dan doorprize saat nasabah melakukan pembiayaan juga menjadi daya tarik tersendiri. Produk cicil emas menawarkan berbagai keunggulan, seperti angsuran tetap, keamanan dalam penyimpanan emas, dan proses pembiayaan yang mudah. Selain itu, cicil emas memiliki nilai investasi yang stabil dan tidak terpengaruh inflasi, sehingga nasabah merasa aman dalam berinvestasi. Keunggulan-keunggulan ini menjadi faktor penting dalam keputusan pembelian nasabah untuk memilih cicil emas sebagai salah satu alternatif investasi jangka panjang.

Hasil dari penelitian ini merupakan bahwa peran Strategi promosi pada produk pembiayaan cicil emas memberikan sistem promosi yang efektif sesuai kebutuhan pasar. Hal ini ditunjukkan dengan peningkatan jumlah nasabah produk cicil emas di BSI KCP Blitar Tanjung, dan meningkatnya keinginan masyarakat untuk melakukan pembiayaan cicil emas. Hal ini tidak terlepas dari strategi promosi yang dilakukan oleh marketing BSI KCP Blitar Tanjung yang memberikan informasi dengan jelas sesuai dengan harapan nasabah sehingga nasabah merasa puas. Berjalannya promosi yang cukup baik juga didukung pelayanan dan fasilitas

yang memadai seperti BSI Mobile dan sistem pelayanan offline di kantor cabang yang terus dikembangkan.

B. Saran

1. Bagi Pihak BSI KCP Blitar Tanjung

BSI KCP Blitar Tanjung disarankan untuk terus mengembangkan inovasi dalam strategi promosi, terutama dalam memanfaatkan platform digital yang lebih luas seperti YouTube atau TikTok. Selain itu, promosi yang lebih personal seperti melalui pemasaran langsung (door-to-door) dapat terus ditingkatkan agar dapat menjangkau calon nasabah yang belum tersentuh oleh media promosi konvensional. Meskipun cicil emas telah dikenal sebagai produk investasi yang menguntungkan, masih diperlukan edukasi yang lebih intensif kepada masyarakat, terutama mengenai keuntungan jangka panjang investasi emas. BSI dapat mengadakan seminar atau workshop tentang manajemen investasi emas dan dampak inflasi, sehingga masyarakat lebih memahami potensi keuntungan dari produk ini.

Untuk menjaga loyalitas nasabah, BSI KCP Blitar Tanjung disarankan untuk meningkatkan kualitas layanan, terutama dalam hal pelayanan nasabah di kantor cabang. Pelayanan yang ramah, cepat, dan solutif akan memberikan pengalaman positif bagi nasabah dan dapat meningkatkan retensi serta menarik rekomendasi dari mulut ke mulut. BSI dapat mengembangkan produk cicil emas dengan variasi program pembiayaan yang lebih fleksibel, misalnya dengan jangka waktu cicilan

yang lebih panjang atau dengan skema cicilan yang lebih ringan. Hal ini akan memberikan kesempatan bagi nasabah dengan kemampuan finansial yang berbeda untuk tetap dapat berinvestasi dalam emas.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menambah referensi terkait peran strategi promosi. Selain itu bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian dengan memberi kebaruan dan juga menghasilkan penelitian yang lebih bervariasi. Sehingga dapat menambah pengetahuan baru terkait dengan kajian ilmu ekonomi khususnya perbankan.