

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Strategi pemasaran yang digunakan BSI KC Jombang Cempaka Mas dalam meningkatkan produk tabungan haji adalah menggunakan strategi pemasaran *marketing mix* (bauran pemasaran) 7P yaitu yang meliputi *product* (produk), *price* (harga), *promotion* (promosi), *place* (tempat), *people* (orang), *physical evidence* (bukti fisik), dan *process* (proses). Selain itu juga menggunakan strategi cross selling. Dari beberapa strategi tersebut, strategi yang signifikan dalam meningkatkan jumlah nasabah yaitu strategi promosi melalui media sosial.
2. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh BSI KC Jombang Cempaka Mas memiliki peran penting dalam meningkatkan daya saing dan kinerja perusahaan. Penerapan bauran pemasaran yang tepat yaitu mencakup *Product* (Produk), strategi produk berperan untuk mengenalkan produk-produk di BSI KC Jombang Cempaka Mas kepada nasabah, sehingga nasabah akan lebih mengetahui apa saja produk yang ada di BSI KC Jombang Cempaka Mas yaitu strategi harga yang terjangkau akan membuat nasabah semakin berminat atau tertarik untuk menggunakan produk tabungan haji, strategi promosi memiliki dampak penting bagi pemasaran yaitu calon nasabah akan lebih paham atau lebih mengenal produk yang ada di BSI KC Jombang Cempaka Mas, khususnya produk tabungan haji. Tanpa adanya promosi masyarakat akan tidak mengenal produk tabungan haji itu apa dan digunakan untuk apa saja,

strategi lokasi yang strategis akan berdampak baik pada nasabah yaitu nasabah akan lebih mudah mengakses menuju lokasi. Selain itu lokasi tersebut memiliki lahan parkir yang cukup luas, sehingga nasabah yang ingin menggunakan kendaraan mobil atau motor tidak perlu bingung untuk parkir di mana, strategi *people* juga berdampak bagi keberlangsungan strategi pemasaran di BSI KC Jombang Cempaka Mas, karena dengan adanya karyawan yang berkualitas, ramah, dan sopan akan membuat para nasabah merasa puas dan merasa lebih dihargai dalam melakukan transaksi di bank tersebut, strategi bukti fisik seperti fasilitas yang lengkap dan kantor yang nyaman membuat nasabah yang menunggu antrian di CS maupun Teller merasa nyaman, strategi proses yang mudah dan cepat akan berdampak baik kepada nasabah, karena nasabah akan lebih menghemat waktu pada saat melakukan proses pembukaan tabungan haji tanpa harus datang ke Kemenag, *cross selling*, strategi ini berperan bagi perusahaan, yaitu dengan adanya strategi ini nasabah yang sudah memiliki salah satu produk di BSI KC Jombang Cempaka Mas dan yang sebelumnya belum mengetahui dan belum memiliki produk tabungan haji akan lebih mengenal produk tersebut dan nasabah kemungkinan besar akan tertarik membuka tabungan tersebut.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan di atas terdapat saran yang ingin peneliti sampaikan, yaitu sebagai berikut :

1. Bagi Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Jombang Cempaka Mas
 - a Untuk BSI KC Jombang Cempaka Mas, sudah melakukan kinerjanya dengan baik. Akan tetapi saat musim haji telah tiba, nasabah menjadi membludak sehingga terjadi antrian yang cukup banyak. Untuk mengatasi antrian saat musim haji, bank disarankan untuk menambah jumlah petugas *customer service* dan *teller* pada jam-jam tertentu atau saat volume nasabah meningkat. Penambahan tenaga kerja ini dapat membantu mengurangi waktu tunggu nasabah, meningkatkan kepuasan, serta memberikan pengalaman layanan yang lebih optimal.
 - b Untuk BSI KC Jombang Cempaka Mas dalam mengembangkan strategi pemasaran produk tabungan haji disarankan untuk melakukan secara konsisten meningkatkan dan membangun kepercayaan (amanah) yang kokoh kepada nasabah, sehingga loyalitas nasabah dapat terbentuk dan pada akhirnya menghasilkan umpan balik positif yang akan memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan dan reputasi perusahaan di mata masyarakat.
2. Bagi Peneliti

Disarankan untuk peneliti agar selanjutnya dapat lebih memperluas terori-teori tentang objek penelitian, supaya mendapatkan hasil yang lebih baik daripada sebelumnya.