

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan data dan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. BSI KC Jombang Cempaka Mas menerapkan berbagai strategi dalam pemasaran produk cicil emas dengan menyesuaikannya secara langsung berdasarkan kebutuhan pasar. Strategi tersebut mencakup analisis dan penerapan strategi ekstensifikasi dengan pendekatan bauran pemasaran 7P, yaitu *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), *promotion* (promosi), *people* (orang), *process* (proses), dan *physical evidence* (bukti fisik) sebagai alat untuk memasarkan produk cicil emas. Serta strategi intensifikasi dengan pendekatan bauran pemasaran 7P, yaitu *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), *promotion* (promosi), *people* (orang), *process* (proses), dan *physical evidence* (bukti fisik) sebagai alat untuk mempromosikan dan memasarkan produk cicil emas. Dalam upaya promosi, BSI KC Jombang Cempaka Mas melakukan pendekatan langsung dengan mengunjungi instansi untuk menawarkan produk cicil emas, dengan menargetkan nasabah *payroll*, menawarkan kepada nasabah *existing* BSI, menyebarkan brosur, memanfaatkan media sosial, serta menggunakan *WA Blast*. Selain strategi pemasaran, produk cicil emas ini juga memiliki beberapa keunggulan, seperti harga yang dikunci sejak awal, jaminan keamanan, jangka waktu pembayaran yang fleksibel, serta cicilan yang ringan.

2. Strategi pemasaran memainkan peran penting dalam meningkatkan jumlah nasabah produk cicil emas di BSI KC Jombang Cempaka Mas. Promosi dilakukan secara aktif yang dilakukan di BSI KC Jombang dan instansi-instansi untuk menarik minat masyarakat, dengan sasaran utama nasabah berusia 25–45 tahun. Pada usia tersebut sudah termasuk dalam kelompok usia produktif untuk bekerja. Minat nasabah menjadi faktor utama dalam peningkatan jumlah pengguna produk cicil emas, karena tanpa minat, keputusan untuk membeli produk tidak akan terjadi. Hal ini terbukti adanya peningkatan jumlah nasabah pada setiap tahunnya.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di BSI KC Jombang Cempaka Mas, berikut beberapa saran yang dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya:

1. Bagi Bank BSI KC Jombang Cempaka Mas

BSI KC Jombang Cempaka Mas perlu mengembangkan inovasi dalam strategi pemasaran agar lebih efektif dalam menarik minat nasabah. Promosi produk cicil emas harus diperkuat melalui berbagai media, baik cetak maupun digital. Untuk tetap bersaing, strategi pemasaran yang diterapkan harus terus dikembangkan, dievaluasi, dan disesuaikan secara berkala.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dalam memahami peran strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah produk

cicil emas. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan wawasan baru serta variasi dalam penelitian selanjutnya, sehingga turut berkontribusi dalam pengembangan ilmu ekonomi, khususnya di sektor perbankan.