

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai penerapan strategi pemasaran *Jconnect Mobile* dalam penggunaan *mobile banking* nasabah di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri dalam menyusun strategi guna untuk mengenalkan dan menambah pengguna *Mobile Banking Jconnect Mobile* menggunakan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*), yaitu menggunakan konsep bauran pemasaran 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence, dan Process*). Pertama *Product*, Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri menyediakan beberapa layanan digital namun layanan digital yang paling banyak diminati nasabah adalah *Mobile Banking Jconnect Mobile*. Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri terus berusaha untuk menjelaskan, menonjolkan keunggulan serta meningkatkan kualitas produk atau fitur-fitur yang ditawarkan oleh *Jconnect Mobile*. Kedua *Price*, memperhitungkan biaya transaksi antar bank dan menawarkan opsi BI Fast dengan biaya transfer yang lebih rendah, yang sesuai dengan konsep *fleksibilitas* harga. Ketiga *Place*, pemilihan lokasi kantor yang strategis dan adanya *Jconnect Mobile*, nasabah memiliki akses yang lebih fleksibel dan mudah untuk melakukan transaksi perbankan tanpa harus datang langsung ke kantor. Keempat *Promotion*, Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri berupaya secara intensif dalam melakukan promosi aplikasi *Jconnect Mobile* mereka

melalui penawaran saat nasabah datang ke kantor, media sosial, web resmi, brosur dan juga sosialisasi. Kelima *People*, menerapkan prinsip pelayanan 3S (senyum, sapa, dan salam). Keenam *Physical Evidence*, dengan terus melakukan inovasi dan mengupdate fitur fitur *Jconnect Mobile* dan memberikan tampilan yang menarik. Dan yang terakhir *Process*, *Jconnect Mobile* di telah membawa perubahan signifikan dalam proses perbankan yang dulunya lebih lambat dan berbelit-belit menjadi lebih cepat dan efisien.

2. Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri menggunakan lima penerapan strategi dalam melakukan pemasaran *Mobile Banking Jconnect Mobile* yaitu Strategi Pemasaran melalui *Customer Service*, Strategi Pemasaran melalui *Cross Selling*, Strategi Pemasaran melalui Brosur, Strategi Pemasaran melalui Media Sosial, dan Strategi Pemasaran melalui Sosialisasi. Staff *marketing* Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri sangat berperan dalam memasarkan *Jconnect Mobile*, khususnya dalam melakukan penerapan strategi pemasaran sosialisasi dengan memberikan edukasi mengenai pemanfaatan dan keuntungan dari penggunaan *Jconnect Mobile* sehingga nantinya nasabah berpeluang untuk memperoleh bonus atau promo khusus dari Bank Jatim Syariah. Namun disisi lain strategi pemasaran yang diterapkan oleh Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri belum terlaksanakan secara menyeluruh terhadap nasabah Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri sehingga masih banyak nasabah yang belum mengetahui dan belum menerima tawaran untuk penggunaan *Mobile Banking Jconnect Mobile*. Oleh karena itu dapat disimpulkan

bahwa penerapan strategi pemasaran *Jconnect Mobile* dalam Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri sudah diterapkan sesuai dengan prinsip bauran pemasaran *marketing mix 7P* akan tetapi ada beberapa nasabah yang belum menggunakan dikarenakan setiap nasabah memiliki perbedaan kepentingan dari penggunaan aplikasi *jconnect mobile*.

B. Saran

Berdasarkan pembahasan mengenai penerapan strategi pemasaran *Jconnect Mobile* dalam penggunaan *mobile banking* nasabah di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri, peneliti sudah mengemukakan beberapa saran, diantaranya :

1. Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri

Untuk kedepannya lebih memaksimalkan dalam menerapkan strategi pemasarannya khususnya dalam menawarkan secara langsung kepada nasabah yang datang ke bank serta dengan memberikan edukasi mengenai penggunaan *mobile banking* kepada nasabah, dan juga menerapkan pemasaran melalui media sosial dengan membuat konten video yang menarik mengenai edukasi serta manfaat dari fitur-fitur *Jconnect Mobile* mengingat saat ini kalangan masyarakat sedang gencar memasarkan produk melalui akun media sosial TikTok.

2. Akademik

Harapan peneliti dari hasil penelitian ini dapat menjadi referensi atau bahan rujukan selain buku dan jurnal untuk penelitian selanjutnya.

3. Peneliti Selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya, langkah baiknya dalam melakukan penelitian mengenai strategi pemasaran khususnya *mobile banking* dapat memilih perusahaan lain yang sejenis agar penelitian tersebut dapat membantu pihak perusahaan lain. Dan untuk peneliti selanjutnya, peneliti berharap dapat menemukan temuan-temuan yang lebih baik dibandingkan penelitian sebelumnya. Sehingga penelitian tersebut dapat melengkapi kekurangan penelitian terdahulu.