

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada bab-bab sebelumnya peneliti bisa menyimpulkan bahwa:

1. *Implementasi Strategi Pemasaran Sun-Tzu (SPS)* dari 12 strategi yang diimplementasikan dalam perspektif pemasaran syariah di Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Kediri ada 3 strategi dan 3 terminologis (istilah) sebagai berikut: (a) *“Honor The Customer (Hormati Pelanggan)”* strategi ini dalam pemikiran *Hermawan Kartajaya* disebut *“Be Respectful To Your Competitor”*, (b) *“Organization of Intelligence (Mengatur Intelegensi)”* atau *“Maintenance of The Objective (Mempertahankan Tujuan)”* strategi ini dalam pemikiran *Hermawan Kartajaya* disebut *“Segmentation, Targeting, Positioning dan Differentiation (STPD)”*, (c) *“Personal Leadership (Kepemimpinan Pribadi)”* strategi ini dalam pemikiran *Hermawan Kartajaya* disebut *“Develop An Etichal Corporate Culture (Mengembangkan Budaya Perusahaan yang Beretika)”*.
2. *Implemesai Strategi Pemasaran Sun-Tzu (SPS)* dalam perspektif pemasaran syariah di Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Kediri disebut dengan istilah *“Pemasaran Langit”* sebab dari seluruh praktik dan proses yang dilakukan sama sekali tidak ada yang bertentangan dengan prinsip hukum islam dalam jual-beli (perdagangan). Justru, strategi tersebut berada di porsi paling atas, menurut peneliti model pemasaran itu ialah *“Top Marketing”* dalam konteks pemasaran. Sebab, mengandung nilai-nilai (*values*) ibadah.

B. Implikasi Teoritis dan Praktis

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti sudah jelaskan di Bab IV terdapat dua implikasi dari penelitian tersebut:

1. Implikasi Teoritis

Penelitian ini bisa dijadikan acuan ilmu pemasaran baru (*new marketing*) dalam perkembangan pengetahuan.

2. Implikasi Praktis

Penelitian ini mampu menjadikan marketer/karyawan/i lebih mudah untuk mendapatkan konsumen/nasabah dll.

C. Saran

Ada tiga poin penting yang ingin peneliti sampaikan mengenai saran kepada pihak Bank Syariah Indonesia (BSI) kantor cabang Kediri Jl. Hasanudin Dandangan/Ruko Hasanudin Bussines Center Blok 21-B:

1. Bagi pihak Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Kediri, secara manajerial mulai dari staf (bawahan) sampai manajer (atasan) harus memahami transaksi (akad) serta kultur yang syar'i dan saling menghormati satu dan lainnya supaya terjalin silaturahmi yang mengandung nilai-nilai (*values*).
2. Bagi Marketer harus mampu memahami dan mengimplementasikan *Strategi Pemasaran Sun-Tzu (SPS)* dengan baik, serta menggabungkannya ke dalam strategi dan prinsip *pemasaran syariah* supaya menjadi strategi yang siap bersaing dalam kancah pemasaran yang ketat dan halal.
3. Bagi Mahasiswa harus terus mengkaji secara kritis mengenai *Implementasi Strategi Pemasaran Sun-Tzu (SPS)*, apakah strategi tersebut masih relevan digunakan di era milenial atau tidak?