

BAB VI

PENUTUP

C. Kesimpulan

Berdasarkan uraian dari pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa:

1. Strategi pemasaran produk *funding* yang dilakukan oleh Bank Jatim Syariah Cabang Kediri cukup komprehensif, strategi pemasaran tersebut meliputi 7P yaitu strategi produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*), manusia (*people*), bukti fisik (*physical evidence*), proses (*process*), strategi ini dijalankan untuk mencapai tujuan utama pemasaran yaitu menyebarluaskan produk *funding*, selain itu strategi pemasaran 7P yang telah dilakukan oleh Bank Jatim Cabang Syariah Kediri telah berhasil dalam meningkatkan jumlah nasabah *funding* dalam setiap tahunnya.
2. Strategi pemasaran Bank Jatim Syariah Cabang Kediri dalam meningkatkan jumlah nasabah produk *funding* ditinjau dari perspektif marketing syariah yaitu dengan menerapkan strategi pemasaran yang sesuai dengan karakteristik marketing syariah. Pertama, ketuhanan (*rabbaniyah*) yaitu dalam menjalankan aktivitas pemasaran selalu mengacu pada syariat Islam. Kedua, etis (*akhlaqiyah*) yaitu Islam mengajarkan nilai-nilai moral dan etika dalam kegiatan pemasaran. Ketiga, realistis (*al-waqi'iyah*) yaitu sesuai dengan kenyataan, tidak ada yang disembunyikan atau ditutup-tutupi mengenai kelebihan dan kekurangan

dari semua produk *funding*. Keempat, humanistis (*insaniyyah*) yaitu saling berkoordinasi dalam segala aktivitas pemasaran dan saling menghormati kepada syariah karyawan dan nasabah.

D. Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan di Bank Jatim Syariah Cabang Kediri, maka peneliti memiliki saran sebagai berikut:

1. Bank Jatim Syariah Cabang Kediri harus lebih kompetitif dalam mengenalkan semua produk *funding* agar semua produk tersebut dapat menjadi produk unggulan.
2. Bank Jatim Syariah Cabang Kediri sebaiknya meningkatkan dan mengoptimalkan kegiatan promosinya dengan lebih gencar dan meluas agar bisa menyentuh semua lapisan masyarakat baik melalui media cetak maupun media elektronik.
3. Bank Jatim Syariah Cabang Kediri hendaknya terus mengembangkan produk-produknya sehingga dapat bersaing dengan lembaga keuangan syariah lainnya.
4. Untuk penelitian berikutnya yang bisa diangkat adalah efektivitas strategi pemasaran terhadap produk bank syariah

