

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan penulis di BSI KCP Binjai Sudirman penulis dapat menyimpulkan bahwa berdasarkan hasil penelitian di BSI KCP Binjai Sudirman yang telah diuraikan sebagai berikut :

1. Strategi pemasaran pada umumnya menggunakan strategi marketing mix dalam meningkatkan jumlah nasabah tetapi strategi yang dilakukan oleh BSI KCP Binjai Sudirman hanya melakukan strategi promosi. Promosi yang dilakukan seperti melakukan atau mengikuti pameran, melakukan personal selling dan penanganan terhadap nasabahnya saja. Promosi (promotion) atau komunikasi pemasaran merupakan sarana bagi Bank untuk mengkomunikasikan produk dan layanan yang diberikan kepada nasabah. Di BSI KCP Binjai Sudirman, Bank dapat menerapkan berbagai strategi untuk memastikan bahwa nasabah mengetahui dan memahami, tertarik dan memilih produk dan layanan yang mereka tawarkan, antara lain melalui periklanan, promosi, penjualan langsung dan hubungan masyarakat.
2. Terdapat beberapa kendala dalam menerapkan IMC diantaranya :
 - a. Kurangnya pemahaman tentang prinsip-prinsip keuangan Islam oleh karyawan bank.
 - b. Sulitnya mencari produk-produk keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip keuangan Islam.
 - c. Ketidaktersediaan produk-produk keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip keuangan Islam di pasaran.
 - d. Kurangnya dukungan dari pihak-pihak terkait seperti regulator dan lembaga keuangan lainnya.

- e. Kendala-kendala regulator yang mungkin tidak mendukung penerapan IMC
3. Beberapa strategi yang dilakukan BSI KCP Binjai Sudirman dalam meningkatkan jumlah nasabah, yaitu Menyusun pesan yang tepat; Menggunakan kanal komunikasi yang tepat; Menciptakan program loyalty; Menyelenggarakan event; Menggunakan personal selling; serta Menggunakan digital marketing.

B. Saran-Saran

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan diatas, ada beberapa saran yang dapat dikemukakan dan perlu kiranya untuk dipertimbangkan sebagai berikut :

1. Selain hanya melakukan strategi promosi dan pameran serta bertatap muka dengan nasabah saja, sebaiknya juga mendalami strategi pemasaran marketing mix seperti strategi produk, harga, tempat.
2. Pembiayaan multiguna IB hasanah di BSI KCP Binjai Sudirman merupakan pembiayaan yang sudah lama di BSI KCP Binjai Sudirman untuk meningkatkan upaya strategi promosi dengan cara personal selling lebih baik Bank menambah jumlah pemasar/marketing untuk memperkenalkan kembali pembiayaan multiguna sehingga masyarakat yang mempunyai penghasilan tetap tentunya lebih tertarik dan menggunakan pembiayaan IB multiguna.
3. Dengan informasi yang lengkap dan rinci maka masyarakat/ calon nasabah akan mengetahui bagaimana persyaratan yang harus dipenuhi dalam melakukan pembiayaan Multiguna sehingga masyarakat/ calon nasabah dapat melakukan pembiayaan Multiguna atau tidak melakukan pembiayaan Multiguna tetapi melakukan pembiayaan lainnya.