BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan serta hasil yang diperoleh seperti yang telah dideskripsikan pada bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Strategi yang digunakan oleh BTN Syariah cabang Medan untuk memasarkan produk pembiayaan modal kerja dengan menerapkan bauran pemasaran jasa (*marketing mix*) yang terdiri strategi place (tempat), product (produk), price (harga), promotion (promosi), dan people (orang). Dimana Strategi bauran pemasaran yang paling menonjol dalam pemasaran produk pembiayaan modal kerja di BTN Syariah yaitu strategi people dan promotion, pada strategi people pihak bank akan membangun relasi dengan developer-developer untuk mengembangkan usaha kecil maupun menengah keatas. Sedangkan dalam strategi promotion pihak bank berusaha aktif dalam pameran-pameran maupun asosiasi-asosiasi pengembangan usaha perumahan.
2. Dalam memasarkan produk pembiayaan modal kerja BTN Syariah juga memiliki kendala-kendala yang harus dihadapi. Kendala yang dihadapi yaitu: kurang adanya SDM (sumber daya manusia) yang tidak kompeten dan belum bisa dijadikan tolak ukur dan acuan untuk dijadikan sebagai tenaga pemasar akan tetapi pada pengalaman kerja serta pengalaman lain.

B. SARAN-SARAN

Berdasarkan pembahasan diatas, peneliti memberikan saran terkait dengan strategi pemasaran yang diharapkan bisa menjadi masukan bagi pihak-pihak terkait.

1. BTN Syariah cabang medan diharapkan adanya peningkatan promosi atau sosialisasi melalui media sosial atau yang lainnya agar produk pembiayaan modal kerja BTN Syariah lebih dikenal masyarakat.
2. BTN Syariah perlu meningkatkan tenaga pemasaran dengan cara mengadakan pelatihan-pelatihan dalam memasarkan produknya.