

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

1. Strategi *marketing* yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia KC 1 A Yani Kudus dalam mempertahankan loyalitas nasabahnya ialah dengan cara menerapkan strategi *marketing* 9P (*Product, Price, Place, Promotion, people, Process, Physical Evidence, People Opinion, Political Power*). *Product* (Produk) dengan senantiasa menambah value islamiyah dan anti riba pada semua jenis produk, serta kualitas dan inovasi yang mengikuti perkembangan zaman. *Price* (Harga) dalam pemberian harga bank syariah Indonesia relatif terjangkau sehingga dapat digunakan dalam jangka panjang dan diterima oleh semua kalangan masyarakat. *Place* (Lokasi) untuk lokasi Bank Syariah Indonesia sangat strategis yaitu berada pada pusat kota dan di samping jalan raya yang memudahkan akses nasabah apabila ingin melakukan transaksi atau kegiatan lainnya. *Promotion* (Promosi) Bank syariah Indonesia menggunakan dua teknik promosi, pertama promosi langsung promosi ini *face to face* tanpa perantara yang dilakukan ketika nasabah sedang melakukan antrian, kedua promosi tidak langsung promosi ini disebarikan melalui media sosial dan media cetak. *People* (SDM) Sumber daya manusia bank syariah indonesia sangat menekankan untuk dapat memiliki value dan hubungan komunikasi yang baik kepada setiap nasabah terutama kepada nasabah yang sudah lama. *Process* (Proses) sistem yang digunakan bank syariah indonesia sudah sangat baik, karena pembagian job yang jelas dan SDM yang cukup banyak sehingga membuat proses tranasks baik *funding* ataupun *finance* semakin cepat. *Physical Evidence* (Bukti fisik) dalam segi interior ataupun kondisi ruangan dibuat sesuai SOP dari pusat dimana kondisi ruangan harus memiliki value islami sehingga nasabah semakin nyaman ketika bertransaksi. *People Opinion* (pendapat masyarakat) dalam mendengarkan kritik ataupun pendapat dari nasabah, bank syariah indonesia senantiasa melakukan evaluasi agar menjadi lebih baik kedepanya. *Political Power* (Kekuatan Politik) bank syariah indonesia tidak menggunakan kekuatan poltik dalam mempertahankan loyalitas nasabah.
2. Kerjasama antara Bank Syariah Indonesia dengan kampus IAIN Kudus membawa beberapa manfaat yaitu (Produktivitas, efisiensi, jaminan kualitas kuantitas, risiko, sosial, ketahanan

ekonomi nasional). Berikut alasan mengapa Bank Syariah Indonesia mempertahankan loyalitas nasabah mitra kampus IAIN Kudus. Produktivitas, BSI dapat mengakses karyawan, dosen, dan mahasiswa untuk menggunakan produk BSI seperti funding dan pembiayaan. Efisiensi, BSI dapat menghemat tenaga serta memperoleh distribusi informasi yang cepat, serta kerjasama dalam mencari nasabah melalui sistem pembayaran UKT. Jaminan kualitas dan kuantitas, BSI terjamin kualitas dan kuantitas nasabahnya dengan memperhatikan status lembaga pendidikan dan jumlah massa di IAIN Kudus. Risiko, BSI Memiliki kemungkinan Risiko yang kecil karena adanya perjanjian yang telah disepakati bersama. Sosial, BSI terpenuhi syaratnya dengan memiliki mitra dari lembaga pendidikan di bawah naungan kementerian Agama. ketahanan ekonomi nasional, terjaga melalui pendanaan yang lancar, memberikan kestabilan bagi kedua belah pihak. Berdasarkan data yang diperoleh, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar nasabah dari kampus IAIN Kudus menunjukkan loyalitas yang tinggi terhadap Bank Syariah Indonesia (BSI) KC A Yani 1 Kudus. Persentase 65,75% responden menyatakan setuju atau sangat setuju terhadap loyalitas mereka terhadap BSI, sedangkan hanya 6,25% responden yang menunjukkan ketidaksetujuan terhadap loyalitas tersebut. Selain itu, 28% responden menyatakan sikap netral. Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas nasabah dari kampus IAIN Kudus memiliki tingkat loyalitas yang kuat terhadap BSI.

3. Dalam menjalankan kerjasama antara BSI dan kampus IAIN Kudus, terdapat dua kendala. Pertama, dalam proses perealisasi kartu multifungsi satu kartu dapat digunakan berbagai akses, wacana ini sampai sekarang masih belum ada pembahasan lebih lanjut antar kedua belah pihak. Kedua, perubahan jajaran pimpinan pergantian pimpinan mengakibatkan perubahan kebijakan, terutama pada bagian bendahara kampus. Dari kendala-kendala tersebut adapun solusi untuk kedepannya. Pertama, dengan cara pendekatan yang intensif dengan memperbaiki komunikasi antar pihak terkait, guna untuk menindaklanjuti wacana tersebut dan masing-masing pihak untuk bisa saling mempersiapkan rancangan software serta perizinan dalam penggunaan kartu multifungsi tersebut. Kedua, yaitu terkait perubahan kebijakan dengan cara mengadakan pertemuan antara pihak Bank syariah Indonesia dengan pihak kampus IAIN Kudus yang baru serta yang lama untuk

membahas kebijakan mana yang sekiranya perlu diubah dan yang tidak diubah agar kedepan prosesnya sama-sama saling menguntungkan.

## **B. Saran**

Sebagai bentuk hasil keluaran dari dilakukannya penelitian ini, peneliti memiliki beberapa saran atau rekomendasi atas hasil dengan beberapa rekomendasi sebagaiberikut ini:

1. Untuk Bank Syariah Indonesia KC 1 A Yani kudos disarankan agar tetap menjaga kualitas layanan yang telah mereka miliki dan terus meningkatkan kinerja profesional dengan selalu memperhatikan SOP yang berlaku di kantor cabang.
2. Bagi BSI agar senantiasa meningkatkan pendekatan dan juga komunikasi terkait mitra IAIN Kudus untuk membuat kerjasama yang lebih berkualitas lagi agar kedepannya bisa lebih produktif lagi.
3. Guna untuk memfasilitasi nasabah yang berada pada kampus IAIN Kudus, diharapkan ada mesin ATM yang berada dekat dengan kampus untuk lebih memudahkan akses penarikan uang.
4. Guna untuk mendapat akses yang lebih luas dalam sektor pendidikan disarankan untuk BSI KC 1 A Yani Kudus, dapat melakukan kerjasama dengan mitra sekolah-sekolah atau pondok pesantren yang notabene di kota kudos banyak sekali sekolah atau pondok pesantren yang sejalan dengan prinsip Bank Syariah Indonesia
5. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi dan acuan dalam melakukan penelitian selanjutnya. Dan diharapkan untuk bisa lebih memperjelas data yang dihasilkan. Serta diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan variabel-variabel lain, yang dapat memberikan wawasan lebih lanjut mengenai Strategi Marketing BSI dalam mempertahankan loyalitas nasabah.