

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil analisis yang telah dijelaskan diatas, maka dalam penelitian ini dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut:

1. *Promotion mix* pembiayaan pensiunan yang dilakukan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus dengan lima metode yaitu:
 - a. Periklanan
Periklanan yang digunakan yaitu dengan periklanan khusus dengan memberi hadiah, kiriman langsung dengan mengirimkan brosur langsung kepada calon nasabah dan pemberian poster atau sticker Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus.
 - b. Penjualan personal
Penjualan personal yang dilakukan yaitu dengan penjualan dari rumah ke rumah, penjualan dengan telepon dan penjualan langsung (tatap muka).
 - c. Promosi penjualan
Promosi penjualan yang dilakukan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus yaitu dengan memberikan soevenir dan hadiah kepada nasabah dan calon nasabah.
 - d. Publisitas/hubungan masyarakat
Publisitas yang dilakukan yaitu dengan menjalin hubungan baik dengan semua nasabah dan juga melakukan komunikasi dengan PT Taspen dan BKD.
 - e. Pemasaran langsung
Pemasaran langsung yang dilakukan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus yaitu dengan penjualan tatap muka, pemasaran surat lansung dan *telemarketing*.
2. Setelah diadakan *promotion mix* secara terus menerus, nasabah mulai mengenal dan mengetahui pembiayaan pensiunan di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus. Nasabah mulai tertarik untuk melakukan

pembiayaan pensiunan di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus, walaupun jumlahnya belum sesuai dengan target yang diinginkan. Dan supaya jumlah nasabah pembiayaan pensiunan terus meningkat, pemasar harus melakukan *promotion mix* secara terus menerus dan selalu memperbaiki *promotion mix* yang dilakukan. Terutama dalam periklanan, promosi penjualan dan pemasaran langsungnya. *Promotion mix* pembiayaan pensiunan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus untuk meningkatkan ketertarikan nasabah ditinjau dari perspektif *marketing* syariah sudah baik. Ini terlihat dari kegiatan periklanan, penjualan personal, promosi penjualan, hubungan masyarakat dan pemasaran langsung yang dilakukan di lapangan dengan menyampaikan informasi yang sebenarnya, dan melakukan pendekatan secara khusus dengan menanamkan sikap profesional, simpatik, sopan santun, dan rendah hati kepada nasabah.

B. Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan yang terdapat dalam penelitian ini meliputi:

1. Keterbatasan literatur hasil penelitian sebelumnya yang peneliti masih kurang dapatkan.
2. Keterbatasan waktu, biaya dan tenaga sehingga membuat penelitian ini kurang maksimal.
3. Keterbatasan pengetahuan peneliti dalam membuat dan menyusun tulisan ini sehingga perlu diuji kembali ke depan.

C. Saran

Berdasarkan penelitian diatas, peneliti memberikan saran yang dapat digunakan sebagai landasan penelitian lanjutan oleh peneliti lainnya, agar hasil yang di dapat menjadi lebih baik. Saran dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagi pimpinan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus, diharapkan mampu mendayagunakan dan mengintegrasikan sumber daya yang dimiliki

untuk tetap menerapkan *promotion mix* yang sesuai konsep *marketing syariah* dalam memasarkan produk.

2. Bagi pemasar, diharapkan dalam melakukan *promotion mix* selalu mengedepankan konsep *marketing syariah* dalam memasarkan produk Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus.
3. Bagi nasabah, diharapkan menjadi pengguna jasa Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus yang dapat mempercayakan segala kebutuhan akan produk yang telah ditawarkan.

D. Penutup

Syukur *Alhamdulillah* berkat nikmat, taufiq dan hidayah Allah SWT, akhirnya masih ada kekurangan yang membutuhkan saran, kritik dari berbagai pihak diantaranya para pembaca. Tidak lupa peneliti sampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang membantu dalam penelitian skripsi ini dan semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua. Akhirnya peneliti minta maaf atas segala kekurangan dan kesalahan dalam penulisan skripsi ini.