

BAB VI

SIMPULAN DAN SARAN

VI.1 Simpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Bank DKI KCPS Bekasi menerapkan bauran pemasaran 7P yakni : Produk (*product*), Harga (*price*), Tempat/Distribusi (*place*), Promosi (*promotion*), Orang (*people*), Bukti fisik (*physical evidence*), Proses (*proccess*). Selain itu Bank DKI KCPS Bekasi menerapkan bauran promosi seperti: promosi penjualan, hubungan masyarakat dan publisitas, pemasaran dari mulut ke mulut dan penjualan personal. Setiap manajemen dari pemasaran yang dijalankan Bank DKI KCPS Bekasi tidak luput dari karakteristik pemasar islam yang dimiliki setiap karyawannya diantaranya: Teistis (*rabbaniyyah*), Etis (*akhlaqiyah*), Realistis (*Al-waqi'iyah*), Humanistis (*Al-insaniyyah*).

Selanjutnya untuk hasil analisis SWOT pada Bank DKI KCPS Bekasi pertama strategi S-O yaitu, mempertahankan kegiatan promosi melalui media sosial maupun langsung dapat menarik minat nasabah. Kedua strategi W-O yaitu meningkatkan jumlah serta kualitas sumber daya manusia yang berkompeten khususnya dalam bidang pemasaran dan menerapkan strategi jemput bola. Ketiga strategi S-T yaitu menjalin kerjasama dengan bank lain, memberikan pelatihan tentang perbankan syariah kepada karyawan yang akan memasarkan produk, menetapkan target pemasaran yang tidak dimiliki oleh bank syariah. Keempat strategi W-T yaitu aktif dalam melakukan sosialisasi dan promosi secara berkesinambungan, lebih memajukan fasilitas berbasis teknologi dalam memudahkan nasabah dan menetapkan strategi pemasaran yang efektif dan efisien.

VI.2 Keterbatasan

Pada penelitian ini, penulis menemukan beberapa keterbatasan dan hambatan dalam proses pelaksanaan dan penyusunan penelitian. Keterbatasan dan hambatan yang ditemui penulis yaitu kesulitan dalam mencari narasumber internal yang berasal dari para ahli seperti dosen yang berasal dari kampus lain untuk itu narasumber internal dalam penelitian ini hanya berasal dari nasabah aktif yang menggunakan produk iB *Taharoh* di Bank DKI KCPS Bekasi, selanjutnya pada penelitian ini penulis hanya meneliti pada 1 bank sebagai objek penelitiannya.

VI.3 Saran

1. Bagi penelitian selanjutnya

Bagi para penulis yang akan melanjutkan penelitian dengan topik pembahasan yang sama disarankan untuk mencari variabel-variabel lain mengenai pemasaran syariah. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel yang umum digunakan, meskipun tentunya memiliki perbedaan dari peneliti lainnya. Penulis menyarankan untuk bisa mengembangkan penelitian ini dengan mengkombinasikan dan menggunakan variabel lain diluar yang sudah dipakai pada penelitian ini. Penulis juga menyarankan untuk melakukan penelitian pada ruang lingkup objek penelitian yang lebih luas agar mampu memperoleh data dan hasil penelitian yang lebih akurat dan lebih bervariasi.

2. Bagi Pemerintah

Bagi pemerintah dan dinas terkait diharapkan mampu lebih memperhatikan kondisi perbankan khususnya perbankan berbasis syariah khususnya dalam pengelolaan manajemen sesuai ayat al-qur'an dan hadis. Serta pemerintah mengadakan program yang lebih mendukung untuk memperkenalkan perbankan syariah dilingkungan masyarakat.

3. Bagi Masyarakat

Penulis berharap dari penelitian ini dapat membuat masyarakat lebih memahami kembali mengenai perbankan syariah baik syarat-syarat maupun akad yang terdapat didalamnya khususnya di Bank DKI KCPS Bekasi, selanjutnya penulis berharap kepada masyarakat untuk menggunakan perbankan syariah dalam pengelolaan keuangannya.