

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Penerapan strategi pemasaran Bank BRISyariah yakni membagi ke dalam beberapa bagian dengan menggolongkan atau mensegmentasi nasabah kedalam empat segmen yakni a) *Company Loyal*, b) *Competitiv*, c) *Switchable*, d) *Competitor loyal*.

Pembagian segmentasi pasar ini sangat membantu dalam proses penerapan strategi pemasaran tabungan “FAEDAH”. Dan Bank BRISyariah lebih cenderung pada *Selective Specialization*.

Kemudian dalam menentukan targetting pasar sasaran Bank BRISyariah ingin menjangkau semua kalangan. Yaitu tidak terbatas pada agama ataupun suku bangsa. Walaupun tabungan yang ditawarkan adalah islami namun pangsa pasarnya tidaklah terbatas kepada umat islam saja.

Sedangkan Positioning Bank BRISyariah yakni “*The Better and Different One*” beda dan lebih baik. Dan bisa dikatakan, strategi pemasaran produk tabungan “FAEDAH” yakni yang lebih menonjol dari segi *positioningnya*.

2. Aplikasi tabungan “FAEDAH” berdasarkan pola strategi pemasaran bagi nasabah PT. BRISyariah KCI Gubeng Surabaya Menggunakan *below the line* atau *above the line* untuk Fitur tabungan “FAEDAH” , Bank BRISyariah menjalankan keduanya dan juga lengkap dengan *personal selling*, *direct selling* dan *publicity*. Dan dari hasil wawancara di atas peneliti dapat menyimpulkan bahwa strategi yang dilakukan oleh

Marketing Communication PT BRISyariah Kantor Cabang Induk Surabaya dapat dikatakan telah berhasil karena banyak masyarakat yang tertarik dengan program tabungan “FAEDAH”, sesuai dengan yang diharapkan perusahaan, dan apa yang ditawarkan oleh *Marketing Communication* sama dengan apa yang dirasakan nasabah pada produk tabungan “FAEDAH” ini.

B. Saran

Setelah dilakukannya penerapan strategi pemasaran Bank BRISyariah, hendaknya lebih mengaktifkan penerapan strategi pemasaran disemua line dengan melihat kondisi kekuatan dan kelemahan serta perubahan lingkungan sehingga dapat mengetahui apakah strategi yang telah diterapkan jelas tepat sasaran, serta lebih meningkatkan pengembangan kemampuan karyawan karena bank merupakan bisnis jasa.