BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian serta pembahasan pada bab-bab sebelumnya, maka penulis menarik kesimpulan, yaitu :

1. Bank Syariah Bukopin cabang Memilih lembaga pendidikan khususnya Yayayasa Al Falah Assalam Sidoarjo dalam Memasarkan Produknya *petama* karena sesuai dengan core bisnis Bank Syariah Bukopin pusat dimana ada tiga segmen yang diutamakan oleh Bank Syariah Bukopin pusat untuk dijadikan pasar sasaran bagi Bank Syariah Bukopin cabang yaitu pendidikan, kesehatan dan UKM. *Kedua* ada beberpa peluang bagi Bank Syariah Bukopin cabang untuk menjalin kerja sama dengan pihak Yayasan Al Falah Assalam Sidoarjo yaitu penggajian para guru yang masih manual dan belum disentuh oleh Bank lain sebelumnya baik Bank Konvensional maupun Bank Syariah lainnya serta adanya jaringan di dalam Yayasan yang menjadi penghubung antara kedua lembaga.
2. Strategi Pemasaran yang dilakukan oleh Bank Syariah Bukopin cabang dalam memasarkan produk dan jasanya pada Yayasan Al Falah Assalam, ialah menggunakan strategi promosi, Bentuk promosi yang dilakukan oleh Bank Syariah Bukopin cabang adalah dengan beberapa cara seperti *canvassing, telesales, direct selling, opentable,* dan lain sebainya, namun yang paling diutamakan adalah dengan cara

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

canvassing atau menjemput bola, yakni dengan cara mendatangi langsung calon nasabah yang sebelumnya sudah mereka list terutama nasabah yamg mereka kenal sebelumnya sehinggi lebih mudah untuk menjalin kerja sama. *Canvassing* merupakan salah satu dari alat promosi yang paling efektif dalam proses pembelian, karena dapat membentuk pilihan, keyakinan dan pembelian calon nasabah. *Canvassing* juga akan menimbulkan tanggapan karena konsumen akan merespon langsung walaupun hanya sekedar basa-basi.

3. Dampak adanya kerjasama antara Bank Syariah Bukopin cabang dengan Yayasana Al Falah Assalam Sidoarjo *pertama* Bank Syariah Bukopin cabang mendapat pendapatan yang di sebut *fee based income*. *Kedua* Bank Syariah Bukopin cabang dibantu memasarkan produknya oleh para wali murid yang sudah menjadi nasabah Bank Syariah Bukopin cabang melalui komunikasi seputar Bank Syariah Bukopin cabang dengan para wali murid yang lain. *Ketiga*, Mempercepat dan mempermudah proses pembayaran gaji para guru Yayasan Al Falah Assalam Sidoarjo, karena dilakukan oleh sistem sehingga lebih meminimalis waktu. *Keempat*, Bank syariah bukopin cabang juaga menjamin keuangan Yayasan Al Falah Assalam Sidoarjo serta prosesnya lebih aman, praktis dan tepat waktu.

B. Saran

1. Dalam usaha untuk meningkatkan pemasaran produk dan jasanya, harus lebih baik lagi dan akan lebih baik jika didukung dengan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

perluasan *canvassing* dan pemberian fitur jasa lainnya, sehingga masyarakat sekitar dapat mengetahui produk-produk yang ada dan dapat menarik minat masyarakat sekitar untuk menjadi nasabah Bank Syariah Bukopin cabang.

2. Kegiatan pemasaran Bank Syariah Bukopin cabang sudah seharusnya dikembangkan lebih baik lagi karena seiring dengan berkembangnya waktu dan teknologi maka muncul pula pesaing–pesaing yang lain, agar seimbang antara perkembangan strategi pemasaran dengan Syariat Islam maka perlu ditanamkan akhlak–akhlak di dalamnya, seperti kejujuran dalam memasarkan produk baik dari segi kelebihan dan kekurangannya.

   Hal lain yang harus dilakukan oleh Bank Syariah Bukopin cabang sebaiknya tidak hanya mengadakan kunjungan ke sekolah-sekolah tetapi juga bekerja sama dengan pihak sekolah pada saat waktu liburan sekolah dengan mengadakan program yang berkaitan dengan pendidikan, misalnya dengan mengadakan program kunjungan ke tempat-tempat wisata yang berhubungan dengan pendidikan dan program sekolah yang di selingi dengan pengenalan produk dan jasa Bank Syariah Bukopin cabang. Dari kegiatan tersebut bisa dijadikan sebagai salah satu strategi pemasaran yang sangat baik, agar masyarakat khususnya wali murid tahu dan mengetahui lebih jauh tentang tentang produk dan jasa Bank Syariah Bukopin cabang.

C. Keterbatasan Penelitian

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Peneliti menyadari bahwa dalam penyajian dat terdapat banyak kekurangan, akan tetatp secara garis besar penelitian ini sudah mampu menjawab rumusan masalah yang diajukan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id