

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan peneliti melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi di dapat kesimpulan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang digunakan PT. Bank BRISyariah Kantor Cabang Pekanbaru dalam memasarkan produk tabungan BRISyariah iB pada masyarakat kota Pekanbaru adalah dengan melakukan persaingan pasar secara sehat yaitu memberikan keunggulan terhadap produk tabungan BRISyariah iB dan menentukan fokus segmentasi target pasar. Dan juga memanfaatkan teknologi dan kreativitas melalui segmentasi baru dengan penggunaan saluran media baru yaitu iklan melalui mobil berjalan dan halaman masjid Agung An Nur. Selain itu, juga menggunakan media baik media elektronik yaitu televisi melalui iklan dan internet melalui website [www.brisyariah.co.id](http://www.brisyariah.co.id), media cetak yaitu brosur, dan media luar ruangan (*outdoor*) yaitu *banner*.

Selain itu, strategi komunikasi pemasaran juga dilakukan dengan menggunakan kemasan baru yang kreatif dan menarik dimana kemasan baru buku tabungan BRISyariah iB memperlihatkan tulisan faedah serta kemasan ATM khusus edisi kartini dengan desain khas perempuan Indonesia. Melakukan *marketing public relations* dalam meningkatkan citra dan menjalin hubungan dengan nasabah, yang dijalankan oleh seluruh tim *marketing* dengan memberi ucapan, kue ulang tahun, dan kado kepada

nasabah serta melakukan berbagai kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yaitu donor darah, santunan kepada anak yatim dan pembagian takjil selama bulan Ramadan pada hari kerja, serta mewajibkan karyawan untuk zakat. Selain itu, juga dengan melakukan aplikasi sarana komunikasi spesifik dengan komunikasi lebih dekat yang bersifat dua arah, dengan *sales promotions* yaitu pameran dan *open table* dan *personal selling* melalui *gathering* (pertemuan penjualan), *retail selling* (melayani nasabah yang datang ke bank), *field selling* (mendatangi nasabah ke rumah atau kantor), *executive selling* (promosi dilakukan oleh pimpinan perusahaan).

## **B. Saran**

Adapun saran dari peneliti adalah :

1. PT. Bank BRISyariah Kantor Cabang Pekanbaru harus lebih optimal lagi dalam melakukan strategi komunikasi pemasaran dengan memaksimalkan sarana media yang ada seperti radio.
2. PT. Bank BRISyariah Kantor Cabang Pekanbaru harus meningkatkan lagi segmen pelajar sebagai target pasarnya misalnya SD, SMP, dan SMA untuk bisa menabung di PT. Bank BRISyariah Kantor Cabang Pekanbaru melalui tabungan mini dimana dilakukan kunjungan-kunjungan ke sekolah-sekolah untuk menyampaikan penyuluhan akan budaya dan pentingnya menabung.
3. Masyarakat kota Pekanbaru yang mayoritas muslim mengetahui keunggulan, manfaat, dan kenyamanan yang ditawarkan oleh perbankan

syariah khususnya Bank BRISyariah. Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan *education* pada masyarakat mengenai perbankan syariah sehingga perbankan syariah menjadi *life style* untuk masyarakat khususnya kota Pekanbaru.

4. Dengan berbagai keunggulan yang dimiliki oleh tabungan BRISyariah iB yang sekarang berganti menjadi tabungan faedah BRISyariah iB, lewat bahasa 7 Faedah diharapkan masyarakat akan tahu dan memilih tabungan BRISyariah sebagai kepercayaan dalam menabung.