

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisa data tersebut, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Dalam melakukan pemasaran, Bank memiliki beberapa sasaran yang hendak dicapai, artinya nilai penting pemasaran bank terletak dari tujuan yang ingin dicapai dalam hal tersebut meningkatkan mutu pelayanan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan nasabah. Strategi pemasaran yang dilakukan PD. Bank Perkreditan Rakyat Gemilang Tembilaan dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan.

- a. Kerjasama

Strategi ini dilakukan dengan menjalin ikatan kerjasama antara karyawan dengan nasabah dalam komunitas untuk menggunakan produk-produk yang dipasarkan. Kerjasama dalam strategi pemasaran PD. Bank Perkreditan Rakyat Gemilang untuk memasarkan produk adalah memperluas jaringan dengan pelayanan mendatangi nasabah. Bertujuan agar nasabah yang ingin menabung dan membuka produk tabungan PD. Bank Perkreditan Rakyat Gemilang lebih mudah.

- b. Promosi

Untuk mencapai tujuan pemasaran perusahaan secara keseluruhan adalah kebijakan promosi. Promosi adalah promotional mix.

Pengertian dri promotional sebagaimana dikemukakan oleh para ahli berbeda-beda antara satu dengan yang lainnya.

2. Dalam pemasaran produk PD. Bank Perkreditan Rakyat Gemilang Tembilahan melakukan pelayanan sistem jemput tabungan, dimanakaryawan Bank mendatangi nasabah-nasabah baik dipasar-pasar ataupun dirumah-rumah. Dengan begitu nasabah tidak perlu antri mendatangi Bank jika ingin menabung ataupun melakukan penarikan. Dan PD. BPR Gemilang tidak menggunakan unsur penipuan, keterpaksaan dalam memasarkan produk karena konsumen sendiri yang menentukan dan memilih sendiri jenis produk yang mereka inginkan. Dan dalam dengan adanya promosi yang dilakukan PD. Bank Perkreditan Rakyat Gemilang Tembilahan saling tolong menolong dan menghimbau agar menabung. Dan Islam juga tidak menghendaki manusia untuk hidup secara berlebih lebihan dan boros salah satunya dengan cara menabung. Dalam pandangan Islam kegiatan promosi dilakukan dengan landasan atas kejujuran dalam memasarkan produk dan pemasaran yang dilakukan oleh Bank Perkreditan Rakyat Gemilang Tembilahan sesuai dengan Perspektif ekonomi Islam.

B. Saran

Berdasarkan data dan informasi yang telah didapat oleh penulis, maka penulis hendak memberikan saran-saran kepada pihak yang terkait yaitu :

- a. Dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah tabungan PD. Bank Perkreditan Rakyat Gemilang Tembilaan hendaknya memperbaiki strategi pemasaran agar lebih baik.
- b. Dalam setiap bisnis yang perlu diperhatikan bagaimana melihat sisi positif dan sisi negatif dalam memberikan keuntungan bagi perusahaan serta menciptakan kepuasan bagi pihak konsumen. Sehingga perusahaan merupakan pilihan bagi konsumen.