

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan, penulis telah mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan Bank Mitra Syariah untuk meningkatkan nasabah produk tabungan Simitra Mikro. Melalui hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya dapat dibuat simpulan akhir antara lain:

1. Produk tabungan Simitra Mikro adalah salah satu jenis produk tabungan yang menggunakan prinsip syariah yang ada di Bank Mitra Syariah. Simitra Mikro adalah singkatan dari Simpanan Masyarakat Indonesia Sejahtera, dimana produk ini memiliki target pedagang kecil yang ada di pasar. Produk ini bertujuan untuk melayani pedagang kecil karena dananya yang diperlukan murah, modal awal yang di butuhkan hanya Rp 10.000 dan setoran berikutnya minimal Rp 10.000 serta tidak ada biaya administrasi bulanan
2. Tidak terdapat syarat khusus untuk membuka rekening Simitra Mikro, calon nasabah hanya perlu mengikuti prosedur, menunjukkan Kartu Identitas Penduduk (KTP) kepada petugas sebagai identitas diri, dan menyetorkan dana RP 10.000 sebagai setoran awal
3. Fasilitas yang didapat nasabah tabungan Simitra Mikro terdapat layanan *Cash Pick Up* dimana nasabah tinggal menghubungi bank ketika ingin

transaksi maka petugas yang bertugas di pasar yang disebut Petugas Lapangan Mikro (PLM) akan mendatangi lapak pedagang. Intinya dalam transaksi pedagang tidak harus datang ke bank. Selain itu, bagi nasabah yang telah memiliki jenis tabungan ini dalam jangka waktu 3 bulan maka nasabah tersebut dapat mengajukan permohonan pengajuan pembiayaan jenis Mikro Ekspres

4. Strategi pemasaran yang dilakukan Bank Mitra Syariah yaitu menggunakan strategi *Marketing Mix* dan melakukan pemasaran langsung dengan melakukan sosialisasi, membentuk PLM dan memberikan hadiah kepada nasabah prioritas untuk menarik minat nasabah lain agar semakin semangat dalam menabung.

Marketing mix yang dilakukan yaitu 4p, product, price, place, promotion

- a. *Product* : produk yang ditawarkan adalah tabungan Simitra Mikro dengan prinsip wadiah yang artinya titipan, bukan investasi. Memiliki fasilitas *Cash Pick Up* yang memudahkan nasabah. Target nasabah dari produk ini adalah pedagang di pasar
- b. *Price* : Tabungan ini menggunakan prinsip wadiah yang artinya ada bagi hasil yang ditentukan oleh bank, bagi hasil yang dilakukan 2% per tahun. Biaya dalam membuka rekening ini hanya Rp 10.000 sebagai setoran awal
- c. *Place* : Nasabah dapat membuka rekening tabungan Simitra Mikro ini di kantor Bank Mitra Syariah yang berada di Jl. Lukman Hakim no. 35 atau dengan mendatangi outlet/stan yang ada di beberapa pasar dikota

Tuban seperti pasar baru tuban, pasar merakurak, pasar kerek, pasar jenu, pasar tambakboyo, pasar plumpang, pasar palang, dan pasar blimbing

- d. *Promotion* : Promosi yang dilakukan yaitu dengan pemasaran secara langsung seperti membentuk Petugas Lapangan Mikro (PLM), mengadakan grebek pasar dengan bertujuan pengenalan produk disertai acara cuci emas gratis, sosialisasi kepada komunitas ibu-ibu PKK atau pengajian
5. Menurut hasil dari kuesioner yang diberikan kepada pak Cahyo sebagai pimpinan cabang dan hasil wawancara dengan Pak Sigit sebagai petugas bank, hambatan yang dihadapi adalah sebagai berikut
  - a. Persaingan yang ketat dengan bank-bank lain yang saling mengandalkan produknya masing-masing
  - b. Minimnya kepercayaan terhadap lembaga keuangan karna pernah ada kasus bank lain yang membawa kabur uang nasabahnya
6. Bank Mitra Syariah memiliki solusi dari hambatan yang dihadapi, solusi tersebut adalah sebagai berikut :
  - a. Selalu meyakinkan kepada nasabah bahwa produk Simitra Mikro adalah produk bank yang sangat mudah dan murah. Setoran awal hanya Rp 10.000 juga ada fasilitas *Cash Pick Up* yang memudahkan nasabah
  - b. Melakukan pendekatan yang lebih intens kepada nasabah dan memberikan pengertian bahwa Bank Mitra Syariah adalah Bank yang

dijamin oleh OJK dan produk tabungannya di jamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan (LPS) jadi dana nasabah sudah dijamin aman

## **5.2 Saran dan Implikasi Penelitian**

### **5.2.1 Saran**

Saran ini ditujukan kepada penelitian selanjutnya agar dapat menghasilkan penelitian yang jauh lebih baik. Oleh karena itu, disarankan :

1. Apabila ingin melakukan penelitian tugas akhir usahakan untuk melakukan observasi yang cukup lama agar data yang diperoleh lebih akurat, dan usahakan untuk mewawancarai nasabah juga ketika dalam proses penelitian
2. Apabila dilain hari terdapat peneliti lain yang ingin melakukan penelitian dengan judul yang sama dengan strategi pemasaran tabungan Simitra Mikro agar mencari bank lain yang memiliki produk tabungan yang serupa agar bisa digunakan untuk pengetahuan yang lebih luas dan bisa menjadi alat untuk perbandingan demi produk yang mungkin bisa lebih baik
3. Apabila ingin melakukan penelitian pada Bank Mitra Syariah Tabungar melakukan penelitian di produk yang lain seperti Mikro Ekspres

### **5.2.2 Implikasi Penelitian**

Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan terdapat hambatan yang terjadi pada Bank MintraSyariah.Oleh karena itu diharapkan strategipemasaran yang dilakukan dapat dijalankan dengan baik dan meminilisir hambatan yang terjadi lagi dengan tujuan dapat membantu dalam meningkatkan nasabah tabungan SimitraMikro. Adapun saran yang diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bank dapat lebih mendekati diri kepada nasabah dengan cara lebih intens dalam mengikuti acara-acara komunitas-komunitas yang ada di kota Tuban, seperti komunitas ibu-ibu, PKK, dan yasinan dari berbagai wilayah yang ada di kota Tuban dengan tujuan mengenalkan produk tabungan Simitra Mikro kepada mereka bahwa tabungan ini sangat murah dalam biaya yang diperlukan dalam membuka rekening tabungan ini dan mudah dalam hal transaksi serta memiliki fasilitas yang baik seperti fasilitas *Cash Pick Up* yang jarang diterapkan oleh bank lain. Sehingga hal ini dapat menciptakan persepsi masyarakat bahwa produk tabungan Simitra Mikro dari Bank Mitra Syariah lebih unggul daripada produk di bank lainnya
2. Bank dapat mendekati diri dengan calon nasabah dengan mengadakan sosialisasi tentang peran Bank Perkreditan Rakyat dan mengedukasi nasabah tentang lembaga-lembaga yang menjamin keamanan suatu bank, karena belum tentu calon nasabah mengerti apa peran lembaga pengawas bank seperti OJK dan Lembaga Penjamin Simpanan. Hal ini dapat menciptakan persepsi masyarakat bahwa Bank Mitra Syariah ini sudah tidak diragukan lagi soal keamanannya dan meningkatkan kepercayaan dari masyarakat kepada Bank Mitra Syariah
3. Banyak kegiatan islami yang ada di Tuban, seperti ziarah kubur atau acara pengajian ibu-ibu ke wilayah lain di kota Tuban. Bank Mitra Syariah bisa melakukan strategi pemasaran dengan menyediakan kendaraan untuk masyarakat atau menyediakan makanan dengan kotak makan tertera logo atau slogan Bank Mitra Syariah dengan maksud ketika masyarakat sudah

terbiasa melihat nama Bank Mitra Syariah, maka hal tersebut mampu menarik nasabah lebih banyak karena masyarakat lebih memilih bank yang sudah biasa mereka lihat daripada ke bank lainnya

4. Bank dapat melakukan cross-selling produk pembiayaan untuk lebih menarik minat calon nasabah atau bisa dengan cara bank lebih menonjolkan adanya fasilitas pembiayaan jenis Mikro Ekspres yang bisa diterima oleh nasabah jika nasabah memiliki tabungan Simitra Mikro selama 3 bulan



## DAFTAR PUSTAKA

- A. Karim, Adimarwan. 2011. *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*. Jakarta: PT RAJAGRAFINDO PERSSADA.
- Fahmi, I. (2015). *Manajemen Perbankan Konvensional dan Syariah*, Jakarta :Mitra Wacana Media
- Kotler dan Amstrong. (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran edisi ke-12*, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2014).*Prinsip-prinsip Manajemen*, Edisi 14, Jilid1, Jakarta: Erlangga.
- Republik Indonesia.(1998). Undang – Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perubahan Atas Undang – Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan
- Situs Bank Indonesia,*Gambaran Umum Perbankan Syariah*Diunduh tanggal 21 Juni 2019 dari web[www.bi.go.id/gambaranumumperbankansyariah](http://www.bi.go.id/gambaranumumperbankansyariah)
- Situs Bank Indonesia, *Peraturan Perbankan*. Diunduh pada tanggal 7 Juli 2019 dari web[www.bi.go.id/peraturanperbankansyariah](http://www.bi.go.id/peraturanperbankansyariah)
- Situs Otoritas Jasa Keuangan.. *BankPerkreditan Rakyat*.Diunduh pada tanggal 17 Juli 2019 dari web [www.ojk.go.id/bankperkreditanrakyat](http://www.ojk.go.id/bankperkreditanrakyat)
- Situs Otoritas Jasa Keuangan *Regulasi undang - undang*. Diunduh pada tanggal 17Juli 2019 dari web [www.ojk.go.id/regulasiundang-undang](http://www.ojk.go.id/regulasiundang-undang)

Situs Otoritas jasa Keuangan.(2017). *Kelembagaan Bank Perkreditan Rakyat*.

Diakses pada tanggal 17 Juli 2019 dari web

[www.ojk.go.id/kelembagaanbankperkreditanrakyat](http://www.ojk.go.id/kelembagaanbankperkreditanrakyat)

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung:

Alfabeta

Suryani, T. (2017). *Manajemen Pemasaran Strategik Bank Di Era Global*. Jakarta :

Prenadamedia Group

