

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dalam melakukan pemasaran aplikasi *mobile banking* Muamalat DIN, Bank Muamalat Indonesia KCP Nganjuk menggunakan empat strategi yaitu Strategi Pemasaran *Walk In Customer*, Strategi Pemasaran *By Phone*, Strategi Pemasaran melalui Sosialisasi dan Strategi Pemasaran melalui Media Sosial. Di dalam keempat strategi pemasaran tersebut, terdapat empat unsur-unsur bauran pemasaran yaitu *Product, Price, Place* dan *Promotion*. Selain itu ada unsur lain yaitu *segmentation, targeting* dan *positioning*. Semua unsur tersebut juga diberlakukan oleh pihak Bank Muamalat Indonesia KCP Nganjuk.

Dalam melakukan pemasaran, terkadang pihak bank mengalami beberapa masalah yang membuat kegiatan pemasaran sedikit terhambat. Sebagian besar hambatan tersebut terjadi karena adanya kesalahan teknis dimana produk yang dipasarkan adalah aplikasi *mobile banking* yang pada dasarnya berbasis teknologi. Dengan adanya beberapa hambatan pada kegiatan pemasaran, maka pihak bank juga mempunyai solusi untuk masing-masing hambatan. Selain solusi yang telah dimiliki bank, ada solusi lain yang memungkinkan membantu pihak bank dalam mengatasi hambatan di tengah pandemi Covid-19 sekarang ini, yaitu pihak bank mengadakan seminar atau kajian *online* untuk para nasabahnya yang merupakan nasabah dari lembaga kerjasama pihak bank, sehingga kegiatan pemasaran khususnya pemasaran melalui sosialisasi di tengah pandemi seperti ini tidak terhenti.

5.2 Saran dan Implikasi Penelitian

Adapun saran dan implikasi penelitian adalah sebagai berikut:

5.2.1 Saran

Untuk peneliti yang akan melakukan penelitian selanjutnya, alangkah baiknya dalam melakukan penelitian strategi pemasaran khususnya *mobile banking* dapat memilih perusahaan lain yang sejenis agar penelitian tersebut dapat membantu pihak perusahaan lain. Untuk Perusahaan dapat melakukan pemasaran aplikasi ditengah kondisi pandemi sekarang ini dengan mengadakan seminar atau kajian *online* melalui media komunikasi video *online* dimana semua orang sudah memakai media tersebut untuk melakukan beberapa aktivitas di tengah pandemi. Selain melakukan pemasaran, pihak bank dapat menambahkan *doorprize* dan lomba menarik bagi nasabah, sehingga nasabah tertarik untuk mengikutinya.

5.2.2 Implikasi penelitian

Penggunaan strategi pemasaran aplikasi *mobile banking* Muamalat DIN melalui media komunikasi video *online* dapat memudahkan pihak Bank Muamalat Indonesia KCP Nganjuk melakukan pemasaran ditengah pandemi sekarang ini. Selain mudah, pemasaran menggunakan media komunikasi video *online* juga sangat praktis dan dapat dijangkau oleh banyak orang sehingga strategi pemasaran melalui sosialisasi tidak terhenti.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. (2019). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Astuti, Miguna., Amanda, Agni Rizkita. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish
- Boone, Louis E. Kurtz, David L. (2008). *Pengantar Bisnis Kontemporer*, buku 1. Jakarta: Salemba Empat
- Buku Pedoman TA (Tugas Akhir) Diploma 3 Tahun 2020-2021
- Fitra, Safrezi. (2019). *Perbankan dan Fintech Pembayaran, Bukan lawan tapi Kawan*. Diakses tanggal 02 April 2021 dari <https://katadata.co.id/amp/hariwidowati/finansial/5e9a4e61e8f65/perbankan-dan-fintech-pembayaran-bukan-lawan-tapi-kawan>
- Ikatan Bankir Indonesia. (2017). *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Ismail. (2018). *Manajemen Perbankan: Dari Teori Menuju Aplikasi*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Kasmir. (2018). *Pemasaran Bank*. Edisi Revisi. Jakarta: Penerbit Kencana
- Kotler, Philip. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Gramedia.
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih. Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan*. Jakarta: Prenhallindo.
- Lupiyoadi, Rambat; Hamdani, A. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat
- Muamalat, Bank. (2016). *Muamalat DIN (Digital Islamic Network)*. Diakses tanggal 28 Juni 2021 dari <https://www.bankmuamalat.co.id/e-banking/muamalat-din-digital-silamic-network>
- Nasution, Arikar Denirum. (2015). *Makna Logo PT. Bank Muamalat Indonesia, Skripsi*. Jatinangor: Universitas Padjadjaran Fakultas Ilmu Komunikasi
- Nazir, Moh. (2011). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Novi, Syamsul Hadi. (2015). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking, Skripsi*. (Universitas Islam Indonesia)
- Nurastuti, Wiji. (2011). *Teknologi Perbankan*. Yogyakarta: Graha Ilmu

- Purhantara, Wahyu. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif untuk Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Rangkuti, Freddy. (2019). *Customer Care Excellence. Meningkatkan Kinerja Perusahaan melalui Pelayanan Prima*. Jakarta: Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama
- Republik Indonesia. (1998). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan*. Jakarta: Badan Pembinaan Hukum Nasional
- (2008). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah*. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan
- Sendari, Anugerah Ayu. (2019). *Mengenal Jenis Penelitian Deskriptif Kualitatif pada Sebuah Tulisan Ilmiah*. Diakses pada tanggal 08 Juni 2021 dari <https://hot.liputan6.com/read/4032771/mengenal-jenis-penelitian-deskriptif-kualitatif-pada-sebuah-tulisan-ilmiah>
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Suryana, Asep. (2007). *Tahapan-Tahapan Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Pendidikan Indonesia
- Wulandari, Dwitya Pratiwi. (2018). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Untuk Menggunakan Layanan Mobile Banking Pada PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Lubuk Pakam*. Skripsi Minor. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
- Yudha, A. T. R. C., Amiruddin, A. R., Hilmi, A. F., Kaffah, F., Fauzi, F. N., Evarianti, I., Mghfiroh, L., Nadia, N. E., Nurmanda, P. S., Rohmah, P. A. E., Rahayu, R. D., Ningtyas, R.D., Rahmadhani, S. S., Madinah, S. H., Solikhatin, S. I., Nadhifa. Z. (2020). *Fintech Syariah: Teori dan Terapan. Menelaah Teori, Model Bisnis dan Keuangan Syariah di Era Revolusi Industri 4.0*. Surabaya: Penerbit Scopindo Media Pustaka
- Yusmad, Muammar Arafat. (2018). *Aspek Hukum Perbankan Syariah dari Teori ke Praktik*. Yogyakarta: Deepublish