

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Konsep pemasaran yang dilakukan oleh AO KUR BSI KCP Harapan Indah telah melakukan praktik pemasaran secara syariah yakni pemasaran yang digerakkan dengan syariah sebagai hukum yang berorientasi untuk memenuhi kebutuhan umat dan tidak bertentangan dengan prinsip al-quran dan hadits. Dalam melakukan pemasaran KUR oleh AO KUR BSI KCP Harapan Indah, dalam praktiknya belum sepenuhnya menerapkan karakter pemasar syariah yang ideal utamanya pada sisi Rabbaniyah atau ketuhanan, walau begitu sisi kebaikan tetap terjaga karena landasan yang diterapkan perbankan terhadap AO dalam pemasaran KUR adalah menggunakan landasan syariah.

Dalam aspek etika pemasaran, maka dari informasi yang didapatkan pada wawancara sebelumnya, AO secara umum telah menerapkan etika pemasaran syariah, karena nilai yang diharapkan ada dalam diri AO dipenuhi. Penerapan prinsip pemasaran syariah juga telah diwujudkan AO baik dalam sisi segmentasi, menentukan sasaran, serta membangun kepercayaan melalui keterbukaan

informasi kepada calon nasabah, melakukan peninjauan calon nasabah sebelum melakukan pemasaran, serta memilih segmen produk KUR untuk potensi masing-masing calon nasabah, hal ini juga mengarah pada penerapan strategi pemasaran Rasulullah saw yang telah diimplementasikan AO ketika memasarkan produk pembiayaan KUR.

2. Berdasarkan hasil analisis SWOT terhadap praktik pemasaran KUR oleh AO BSI KCP Harapan Indah, dan dengan diperolehnya sumbu x sebesar 5.062 dan sumbu y sebesar 2.43 berada pada kuadran 1 (posisi positif) yang artinya pelaksanaan telah sesuai dengan teori pemasaran syariah. Dalam memasarkan produk pembiayaan KUR BSI, AO BSI telah menerapkan praktik pemasaran KUR yang sesuai dengan teori pemasaran yang dianalisis melalui 9 etika bisnis yang kemudian dilakukan validasi menurut ahli, yang kemudian ditanyakan langsung ke petugas pemasaran KUR yang terkait. Analisis praktik pemasaran KUR menggunakan bauran pemasaran 4p untuk melihat metode pemasaran yang digunakan, dan kegiatan yang dilakukan oleh AOM BSI sudah sesuai dengan teori yang dijabarkan, baik oleh ahli maupun definisi utama.

B. Saran

1. Sifat Rabbaniyah merupakan sifat yang dilakukan oleh manusia ketika manusia menyadari bahwa ilmu pengetahuan yang bersumber dari Allah SWT. Dan dilakukan pula oleh manusia karena Allah SWT. Sehingga manusia senantiasa mengingat tujuannya kepada Allah SWT. Yakni senantiasa beribadah, sehingga setiap amalan yang dilakukan akan bernilai ibadah dan tidak memutus pahala disetiap aktivitas yang dilakukan.

Dalam konteks aktivitas AO dalam memasarkan KUR, alangkah baiknya bila AO menanamkan sifat Rabbaniyah dalam menjankan segala aktivitas khususnya dalam memasarkan produk KUR, sehingga tidak hanya dari sisi aturan dari perusahaan tempat AO berkerja saja yang menjaga AO dari keburukan, namun dalam diri AO juga terdapat penghambat untuk mencegah keburukan terjadi.

2. Menggunakan metode pemasaran yang lebih massif serta lebih berorientasi digital untuk menggapai audiens yang lebih luas, khususnya masyarakat muslim yang mengharuskan kebebasan dari riba atas setiap transaksi yang mereka lakukan dan hal ini juga sejalan dengan hak konstitusi masyarakat islam untuk terbebas dari riba.

Dalam konteks pemasaran KUR maka alangkah baiknya bila pemasaran KUR lebih disebar luaskan lagi kepada berbagai media khususnya digital dan pemasaran bersifat langsung kepada pelaku UMKM sehingga segala kalangan UMKM baik konvensional dan digital dapat mengetahui produk pembiayaan KUR BSI, sehingga banyak masyarakat yang dapat terbantu dengan pembiayaan yang bebas riba.