**BAB V**

**PENUTUP**

1. **Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan diatas, dengan ini penulis dapat menyimpulkan sebagai berikut :

1. Strategi yang digunakan dalam pemasaran penghimpunan dana dan pembiayaan Bank BNI Syariah KCP Serang adalah sebagai berikut :

1) Strategi Penghimpunan Dana

1. Dengan melakukan *canvasing* ke sekolah, Instansi, Rumah sakit Retail dan lain-lain
2. Melakukan maping wilayah, dan maping lumbung dana pihak ketiga (DPK)

2) Sedangkan strategi pembiayaaan dilakukan dengan cara :

1. Dalam Bentuk Ghatering atau Sponsorship.
2. Menggunakan Model *Personal Selling*
3. Menjalin kerjasama dengan berbagai pihak
4. Menerapkan *Marketing Public Relaction* (MPR)
5. Pengoptimalan *Customer Service*
6. Faktor pendukung dan penghambat serta cara mengatasi hambatan dalam menjalankan strategi penghimpunan dan pemasaran pembiayaan
	1. Faktor Pendukung

Strategi yang diterapkan Bank BNI Syariah selama ini terbilang cukup efektif karena didukung oleh beberapa faktor

1. Lokasi yang sangat strategis
2. Sumber Daya Manusia Yang Handal
3. Produk Unggulan
	1. Faktor Penghambat

Setiap menjalankan kegiatan usaha pasti akan ditemui berbagai macam faktor pendukung dan penghambat. Strategi atau langkah-langkah yang telah disusun rapih tidak dapat berjalan sesuai dengan rencana yang diharapkan. Begitu pula halnya dalam menjalankan pemasaran, walawpun sudah direncanakan dengan baik, terkadang terdapat juga beberapa kendala yang dihadapi.

Adapun kendala dalam pemasaran sebagai berikut :

* + - * 1. Kompetitor atau pesaing yang agresif
				2. Jaringan Kantor Yang Masih Terbtatas
				3. Kurangnya pemahaman konsumen mengenai sistem perbankan Syariah.
	1. Upaya Mengatasi Hambatan Dalam Marketing Bank BNI Syariah
		+ - 1. Bekerjasama dengan Bank BNI Konvensional dalam hal pelayanan tarik tunai di Mesin ATM, sehingga nasabah dapat mengambil uangnya di mesin ATM bank BNI konvensional tanpa terkena biaya administrasi penarikan tunai. Selain itu untuk setoran tunai pun nasabah Bank BNI Konvensional tanpa harus datang ke Bank BNI Syariah.
				2. Door to Door
1. Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah

Setiap kegiatan pemasaran yang dilakukan, tentunya akan ada pengaruh terhadap pihak pemasar yang melakukan pemasaran. Dalam hal ini bank BNI Syariah KCP Serang pun dalam melakukan pemasaranya terdapat pengaruh terhadap Bank itu sendiri seperti :

1. Peningkatan protofolio Dana Pihak Ketiga (DPK)
2. Peningkatan jumlah nasabah simpanan terhadap bank.
3. **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan catatan-catatan yang penulis buat selama melakukan penelitian, maka saran atau masukan yang dapat penulis ajukan adalah sebagai berikut :

1. Bank BNI Syariah KCP Serang harus lebih gencar dalam memasarkan produknya, selain maving wilayah, bank harus dapat juga mengelompokkan nasabah menjadi nasabah yang prosfektif atau tidak, sehingga bank akan mudah dalam melakukan pemasaran.
2. Interaksi dengan nasbah harus lebih diintensifkan lagi sehingga akan terbentuk nasabah yang loya kepada bank.
3. Bank BNI Syariah KCP Serang hendaknya selalu melakukan pelatihan atau training tentang pemasaran, sehingga akan terbentuk SDM yang handal dan berkwalitas