

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

- 1) Berdasarkan data dan uraian yang telah penulis kemukakan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan bahwa adapun beberapa strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Cikupa adalah dengan menggunakan *Pertama*, Strategi Segmentasi Pasar. *Kedua*, Strategi Penentuan Pasar Sasaran (*Targeting*). *Ketiga*, Strategi Posisi Pasar (*Positioning*). *Keempat*, Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) atau juga dikenal dengan 5P (*product, price, place, promotion*).
- 2) Teknik yang dapat dilakukan dalam implementasi strategi. *Pertama*, Menciptakan Komunikasi secara Berkelanjutan, *Kedua*, Menjelaskan Hal-Hal yang Dikerjakan. *Ketiga*, Jelaskan Apa Arti Perubahan

yang Dilakukan bagi Setiap Orang. *Keempat*, Menjelaskan Apa Saja yang Tidak Berubah.

Dengan mengikuti teknik-teknik tersebut, para pemimpin dapat memastikan pelaksanaan implementasi strategi lebih mulus. Visi, misi, nilai dan tujuan utama perusahaan pun dapat dicapai sesuai rencana.

B. Saran

1. Kepada pihak perusahaan, dan khususnya bagi pihak pemasaran agar menerapkan strategi pemasaran yang sesuai dengan aturan dan syariat yang berlakukarena pemasaran merupakan bagian yang penting dalam suatu organisasi perusahaan.
2. Kepada perusahaan Bank Syarisah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Cikupa bisa meningkatkan pemasaran melalui website agar lebih berkembang dan lebih efektif lagi strategi perusahaan yang ada di

perusahaan Bank Mandiri Syariah Kantor Cabang Pembantu Cikupa.

3. Senantiasa berupaya meningkatkan produktivitas dan profesionalismen kerja, mengingat masih kecilnya persaingan produk Pembiayaan Umrah, diharapkan Bank Syariah Mandiri menjaga profesionalismenya, dengan mengadakan pelayanan/servis yang lebih agar kepuasan nasabah tetap terjaga, karena tidak menutup kemungkinan terciptanya kepuasan nasabah dapat memberikan manfaat rekomendasi nasabah Produk Pembiayaan Umrah dari mulut ke mulut menguntungkan perusahaan.