

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1. Kesimpulan

Dari laporan di atas, pemasaran dalam dunia bisnis ini saat ini sangatlah penting dan juga dapat bertujuan mencapai sasaran perusahaan yang dikerjakan, dilakukan dengan mengantisipasi suatu kebutuhan yang diinginkan oleh calon nasabah atau nasabah dan dapat juga mengarahkan suatu barang atau jasa yang cocok untuk memenuhi kebutuhan nasabah atau calon nasabahnya.

Strategi Pemasaran (*Marketing*) sangat dibutuhkan oleh para perusahaan khususnya untuk perusahaan yang menjual barang atau jasanya, agar calon nasabah memiliki ketertarikan untuk membeli produk yang ditawarkan. Banyaknya peluang suatu perusahaan untuk menarik nasabah agar tertarik dengan produk yang dijual itupun berbagai cara yang dilakukan berbeda-beda, setiap perusahaan memiliki ciri khasnya sendiri. *Marketing* sendiri dapat diartikan sebagai bagian dari suatu hubungan yang dilakukan secara berkelanjutan atau terus-menerus bukan hanya sekali bertransaksi saja. Perusahaan yang berbasis dengan perbankan sering sekali menggunakan strategi pemasaran (*Marketing*) dikarenakan strategi pemasaran tersebut bertujuan agar calon nasabah yang ingin menginvestasikan dananya kepada perusahaan tersebut, cara ini memang sangat ampuh untuk menarik calon nasabah.

PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Kas UII Yogyakarta menggunakan strategi pemasaran untuk menawarkan produknya kepada masyarakat, Bank

Syariah Mandiri memiliki salah satu produk yang dibutuhkan oleh calon nasabah atau nasabahnya untuk menunaikan Ibadah Haji. Banyaknya produk yang sama dan berbagai keuntungan yang berbeda-beda maka Bank Syariah Mandiri Kantor Kas UII Yogyakarta melakukan strategi pemasaran yang bertujuan agar masyarakat tertarik dengan produk Tabungan *Mabrur* & Tabungan *Mabrur Junior*.

Bank Syariah Mandiri Kantor Kas UII Yogyakarta melakukan strategi pemasaran dalam bentuk *Cross Selling* cara ini dilakukan dengan menawarkan produk kepada calon nasabahnya jika nasabahnya kurang tertarik atau tidak terlalu menginginkan produk yang kita tawarkan maka seorang *Marketer* Bank Syariah Mandiri Kantor Kas UII Yogyakarta menawarkan dengan produk yang berbeda dengan keuntungan dan tujuan yang sama atau dengan menawarkan produk alternatif.

Selain strategi pemasaran dengan *Cross Selling* Bank Syariah Mandiri juga melakukan dengan *Up Selling* cara ini dilakukan dengan menawarkan produk yang ditawarkan dengan lebih terperinci dan elas kepada calon nasabahnya dengan lebih menekankan pada manfaat, keuntungan, fasilitas Tabungan *Mabrur* agar calon nasabah lebih paham dengan produk yang ditawarkan.

Bank Syariah Mandiri Kantor Kas UII Yogyakarta juga melakukan strategi pemasaran dengan membuka gerai di sebuah acara atau di sekolah-sekolah cara ini dilakukan dengan bertujuan untuk kemudahan nasabahnya untuk menanyakan Tabungan *Mabrur* secara langsung kepada *Marketer* dengan ini calon nasabah tidak perlu datang jauh-jauh ke kantor Bank Syraiah Mandiri.

Berbagai cara yang dilakukan Bank Syariah Mandiri Kantor Kas UII Yogyakarta untuk menarik calon nasabahnya untuk menginvestasikan dan menghimpun dananya di Bank Syariah Mandiri Kantor Kas UII Yogyakarta, dan cara tersebut juga digunakan untuk menarik calon nasabahnya untuk membuka rekening Tabungan *Mabrur*.

Dengan laporan ini dapat lebih mengetahui bagaimana cara Bank Syariah Mandiri Kantor Kas UII Yogyakarta menawarkan produk Tabungan *Mabrur* dan Tabungan *Mabrur Junior*, sehingga dengan cara melakukan strategi pemasaran ini dapat memenuhi target perusahaan.

4.2. Saran

Saran yang diberikan untuk laporan magang ini sebagai berikut :

1. Bank Syariah Mandiri Kantor Kas UII Yogyakarta seharusnya lebih sering melakukan sosialisai kepada masyarakat untuk lebih dapat mengenal tentang Tabungan *Mabrur*.
2. Lebih sering lagi meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang *Profesional* agar dapat menciptakan Bank Syariah Mandiri Kantor Kas UII Yogyakarta lebih terdepan dan *modern* untuk produk Tabungan *Mabrur*.