

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Simpulan**

Berdasarkan pembahasan dan hasil penelitian tentang penerapan strategi *marketing mix* terhadap produk BSI Cicil Emas dalam perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus BSI KCP Banjarmasin A. Yani 2) dapat dikemukakan beberapa kesimpulan sebagai berikut.

1. Penerapan strategi *marketing mix* produk Cicil Emas di BSI KCP Banjarmasin menggunakan konsep 4P yaitu *product, price, place* dan *promotion*. Dari segi produk memprioritaskan kualitas produk yang baik dan memenuhi kebutuhan nasabah. Dari segi harga bervariasi sesuai kualitas produk yang diberikan dengan margin yang telah disepakati antara nasabah dan pihak bank. Kemudian dari segi tempat yakni akses yang mudah dijangkau dan memberikan rasa aman dan nyaman kepada nasabah. Adapun dari segi promosi, pihak bank memberikan informasi yang jujur dan jelas kepada nasabah, tidak memberikan informasi yang palsu dan tidak merendahkan produk bank atau perusahaan lain.
2. Menurut Perspektif ekonomi Islam, penerapan *marketing mix* produk BSI Cicil Emas di BSI KCP Banjarmasin A. Yani 2 dengan indikator *pragmatism, palliation, pattiencie* dan *persistence* sudah sesuai dengan

komponen *islamic marketing mix* 4P. Kegiatan bisnis yang dijalankan oleh BSI KCP Banjarmasin A.Yani 2 juga berlandaskan pada konsep strategi pemasaran dalam Islam yaitu, Ketuhanan (*rabbaniyah*), Etis (*akhlaqiyah*), Realistis (*al-waqi'iyah*), dan Humanistis (*insaniyyah*).

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka terdapat beberapa saran yaitu strategi *marketing mix* BSI KCP Banjarmasin A. Yani 2 diharapkan dapat mengembangkan dan mempertahankan penerapan *marketing mix* dalam konsep 4P yang sesuai dengan perspektif Ekonomi Islam. Pihak bank diharapkan terus meningkatkan perkembangan dalam proses pemasaran melalui promosi dengan memperluas jaringan, berinovasi dengan cara membuat konten edukasi dan postingan yang menarik di media yang ramai digunakan masyarakat dan tetap fokus pada mempertahankan nasabah yang sudah bergabung dalam produk pembiayaan Cicil Emas agar nasabah tetap loyal terhadap produk tersebut.

Bagi peneliti selanjutnya, saran yang dapat diberikan berkaitan dengan penelitian ini diharapkan untuk menambah indikator *marketing mix* pada Produk Cicil Emas agar mendapatkan hasil yang lebih akurat. Penelitian selanjutnya juga diharapkan untuk menggunakan lebih banyak sumber atau menambah informan dari nasabah langsung agar dapat diperoleh hasil yang lebih baik.