

## **BAB VII**

### **PENUTUP**

#### **A. KESIMPULAN**

Berdasarkan rumusan masalah dan pemaparan analisis data, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Sebagai bank syari'ah pertama yang berdiri di Palangka Raya Bank Muamalat Cabang Palangka Raya menggunakan beberapa strategi pemasaran dalam meningkatkan pangsa pasar yang dibuat dengan melihat dari kondisi lingkungan internal dan eksternal organisasi. Hal ini dilakukan agar strategi pemasaran yang dipilih sesuai dengan keadaan, mendapatkan keuntungan dan meningkatkan pangsa pasar perbankan. Adapun bentuk strategi pemasaran yang digunakan Bank Muamalat Cabang Palangka Raya setelah melakukan tahapan strategi pemasaran adalah *Strategic Costumer Orientation*, Pengembangan Layanan Berbasis Teknologi dan *Promotion Approach*.
2. Penerapan strategi pemasaran pada Bank Muamalat Cabang Palangka Raya dalam meningkatkan pangsa pasar seperti *strategic costumer orientation*, pengembangan layanan berbasis teknologi dan *promotion approach* yaitu menciptakan produk-produk berkualitas kepada konsumen yang dapat memberikan kenyamanan dan keuntungan lebih dibandingkan dengan bank syari'ah lain tanpa melupakan prinsip bank syari'ah yaitu terhindar dari transaksi yang mengandung maysir, gharar dan riba.

Mengutamakan kemudahan dan efisiensi waktu di dalam proses pelayanan ketika berada di kantor cabang maupun fasilitas-fasilitas pendukung dengan cara menambah jumlah ATM, melengkapi fitur-fitur dan menggunakan *Mobile Branch* “Bank berjalan” Selain itu marketing Bank Muamalat lebih aktif dalam mencari nasabah dengan melakukan pendekatan dan memberikan pelayan khusus kepada nasabah tertentu.

3. Strategi pemasaran yang diterapkan Bank Muamalat Cabang Palangka Raya cukup relevan untuk memenuhi target yang ingin dicapai oleh Bank Muamalat, dapat terlihat dari tercapainya target pada tahun 2013 dari segi DPK yaitu Rp. 320.000.000.000 miliar dan yang didapatkan sebesar Rp. 332.365.000.000 miliar. Dari segi pembiayaan dengan target Rp.320.000.000.000 kemudian yang disalurkan sebesar Rp. 330.000.000.000. Tetapi segi asset Bank Muamalat Cabang Palangka Raya tetap mengalami penurunan menjadi Rp. 21.930.000.000 miliar dari target asset sebesar Rp. 370.000.000.000. Sedangkan untuk mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar strategi pemasaran yang diterapkan Bank Muamalat Cabang Palangka Raya masih belum cukup relevan. Karena pada setiap tahunnya pangsa pasar asset, DPK dan pembiayaan masih mengalami penurunan yang signifikan. Jika melihat dari pangsa pasar asset terjadi penurunan yang pada tahun 2011 sebesar 63%, tahun 2012 menjadi 50% dan tahun 2013 turun kembali menjadi 46%. Kemudian dari pangsa pasar DPK yang pada tahun 2011 sebesar 75% menurun pada tahun 2012 menjadi 66 %, tetapi pada tahun 2013 pangsa pasar naik menjadi 68 %.

Dari pangsa pasar pembiayaan menurun tidak terlalu drastis yaitu pada tahun 2011 sebesar 57%, tahun 2012 sebesar 55% dan pada tahun 2013 turun kembali menjadi 54%.

## **B. SARAN**

Berdasarkan hasil dari penelitian dan analisis penulis, maka saran-saran penulis adalah sebagai berikut:

1. Hendaknya Bank Muamalat Cabang Palangka Raya meningkatkan promosi kepada masyarakat tidak hanya melalui media elektronik tetapi juga secara langsung terjun ke lapangan dengan membuat kegiatan khusus dimana Bank Muamalat Cabang Palangka Raya menjadi sponsor tunggal sehingga memberikan waktu yang cukup banyak ketika memberi pengetahuan tentang ekonomi syari'ah dan dilanjutkan dengan mengenalkan produk-produk yang ditawarkan serta yang berkaitan dengan kelebihan yang bisa diperoleh oleh nasabah Bank Muamalat Cabang Palangka Raya. Karena jauh akan lebih efektif jika pihak bank selaku orang dalam menjelaskan secara lebih detail tentang aplikasi ekonomi syari'ah pada perbankan sehingga kebingungan masyarakat akan berkurang. Untuk memberikan kenyamanan kepada nasabah, Bank Muamalat Cabang Palangka Raya harus segera menambah jumlah ATM karena masih banyak masyarakat khususnya mahasiswa tidak menggunakan produk dan jasa Bank Muamalat disebabkan oleh ATM yang sangat jauh.

2. Hendaknya Bank Muamalat melakukan pendekatan kepada siswa-siswa SMA dengan memberikan penjelasan tentang ekonomi syari'ah dan aplikasi prinsip-prinsip syari'ah pada perbankan, agar sejak dini mereka telah mengerti pentingnya menabung pada bank syari'ah dibandingkan bank non-syari'ah serta menyediakan jasa ketika mereka ingin mendaftar kuliah. Karena pada dasarnya hal pertama yang dikenal oleh mereka akan selalu diingat serta pemikiran anak muda jaman sekarang tidak ingin direpotkan dengan membuka rekening *double*, sehingga mereka akan lebih menggunakan rekening pada bank yang pertama kali ketika mereka telah menjadi mahasiswa.
3. Hendaknya Bank Muamalat Cabang Palangka Raya melakukan strategi Pendekatan Lokasi, maksudnya dengan mendirikan kantor unit pembantu di daerah-daerah tertentu seperti di daerah Tangkiling dan R.T.A Milono untuk lebih mempermudah nasabah untuk melakukan transaksi tidak perlu ke kantor cabang. Apabila kantor unit pembantu semakin banyak dapat memberikan pandangan ke pada masyarakat untuk berani mencoba menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan. Karena lokasi kantor memberikan pengaruh terhadap minat masyarakat menggunakan produk dan jasa serta dapat memperluas ruang lingkup pemasaran Bank Muamalat Cabang Palangka Raya.
4. Dengan berdirinya pada Bank Muamalat Cabang Palangka Raya hendaknya masyarakat tidak perlu ragu untuk menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan. Karena produk tersebut telah dijamin oleh peraturan

undang-undang, memiliki keuntungan yang banyak, memberikan kenyamanan saat penggunaannya. khusus bagi umat Islam produk-produk ini telah sesuai dengan aturan-aturan syari'ah Islam yang mengharamkan tindakan yang berunsur maysir, gharar dan riba. Sehingga selain menabung dan menginvestasikan dana, masyarakat juga diberikan ketenangan batin, sebab tidak memakan bagi hasil dari cara yang bathil.