

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan yang telah penulis uraikan tentang Strategi Pemasaran Produk Kredit Usaha Rakyat (KUR) Pada PT. Bank BRISyariah KCP Sungai Rumbai, dapat disimpulkan bahwa bagaimana strategi pemasaran produk KUR adalah sebagai berikut :

- a. Strategi produk bank BRISyariah melakukan pemasaran produk KUR melalui analisis STP (Segmentasi, Target pasar, Posisi Pasar).
- b. Strategi harga bank BRISyariah adalah jumlah plafond untuk pembiayaan KUR maksimal Rp 25 juta, dengan margin 9% sudah termasuk biaya asuransi, dan tabungan mikro yang minimal saldonya Rp 1 juta.
- c. Starategi tempat yang di ambil oleh Bank BRISyariah KCP Sungai Rumbai adalah lokasi yang sangat strategis dan dekat dengan masyarakat , keramaian passar, dimana yaitu berada di jalan lintas sumatera kecamatan sungai rumbai kabupaten Dharmasaraya.
- d. Strategi promosi Bank BRISyariah sudah melakukan serangkaian promosi dari produk KUR melalui berbagai cara yaitu dengan melakukan periklanan (*advertising*), penjualan pribadi (*personal selling*).

B. SARAN

Berdasarkan pembahasan dari kesimpulan sebelumnya, penulis menyarankan agar:

1. Dari strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) diharapkan PT. Bank BRISyariah KCP Sungai Rumbai di masa akan datang lebih meningkatkan kualitas baik dari segi produk, tempat/lokasi, harga dan promosi yang dilakukan oleh PT. Bank BRISyariah KCP Sungai Rumbai dalam menawarkan produk-produk tabungannya.
2. Strategi pemasaran produk-produk yang dilakukan PT. Bank BRISyariah KCP Sungai Rumbai diharapkan mengkaji ulang dan mengembangkan produk-produk yang sudah dimiliki apakah sudah berdasarkan *prinsip syari'ah* dan sesuai pelaksanaannya dengan syari'at Islam.
3. Bank BRISyariah tetap mempertahankan pemasaran produk yang baik sebagaimana strategi yang sudah dilakukan sebelumnya.

UIN IMAM BONJOL
PADANG