

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti di Bank Syariah Indonesia KCP Mojokerto dapat disimpulkan bahwa:

Penerapan strategi pemasaran dimasa pandemi *covid-19* menggunakan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) dan tidak berbeda jauh dengan masa sebelum pandemi hanya saja pada kegiatan promosi menggunakan media sosial lebih ditingkatkan, dengan penggunaan media sosial dimasa pandemi dapat membantu serta memudahkan pihak bank dalam melakukan kegiatan pemasaran KPR (Kepemilikan Rumah) tanpa harus terjun langsung kelapangan karena adanya batasan menjaga jarak dimasa pandemi, pemasaran pembiayaan KPR (kepemilikan rumah) lebih ditujukan kepada instansi yang telah bekerja dengan pihak bank dan juga kepada pegawai dengan penghasilan tetap, pihak bank juga bekerja sama dengan pihak *developer* pada pembiayaan kepemilikan rumah.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitan yang telah dipaparkan diatas, ada beberapa saran sekiranya dapat dipertimbangkan untuk meningkatkan kegiatan pemasaran pembiayaan KPR (kepemilikan rumah) sebagai berikut:

1. Untuk BSI KCP Mojosari sebaiknya menguasai lebih banyak media sosial, seperti *youtube*, dan *twitter* sehingga dapat menjangkau calon nasabah lebih luas, sedangkan untuk media cetak sebaiknya melakukan inovasi seperti iklan dikoran, banner dan spanduk sehingga dapat meningkatkan jumlah nasabah.
2. Untuk penulis peneliti menyadari dalam penelitian ini masih banyak kekurangan, penulis berharap pada peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian lebih dalam mengenai permasalahan yang akan diteliti.

