

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti mengenai Implementasi Syariah Marketing dalam meningkatkan kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri Jemur Andayani Surabaya, maka peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa Bank Syariah Mandiri Jemur Andayani Surabaya secara manajerial dan operasional telah mengimplementasikan karakteristik syariah marketing tetapi belum sepenuhnya mengimplementasikan konsep tersebut secara teoritis. Ketidaktepatan ini sungguh wajar dikarenakan dari aspek SDM (Sumber Daya Manusia) yang dimiliki Bank Syariah Mandiri Jemur Andayani Surabaya yang mana latar belakangnya mayoritas bukan dari jurusan keagamaan yang mana mengupas sisi syariah dalam berbagai dimensi ilmu khususnya tentang ekonomi islam.

Dalam praktiknya, kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri Jemur Andayani Surabaya didasarkan pada kaidah yang ada dan tidak bertentangan dengan prinsip syariah. Dalam artian konsep Syariah Marketing yang diusung adalah konsep yang sederhana namun tetap didasarkan pada maqasid syariah yaitu keadilan dan kejujuran. Dengan kedua aspek tersebut Bank Syariah Mandiri Jemur Andayani Surabaya mampu mengimplementasikan nilai-nilai syariah dalam kegiatan pemasarannya sehingga tidak keluar dari konsep Syariah Marketing itu sendiri. Namun perusahaan tetap berusaha dan terus berinovasi dalam memperbaiki

kekurangan agar dapat meningkatkan kepercayaan serta kepuasan khususnya bagi nasabah di Bank Mandiri Syariah Jemur Andayani Surabaya.

B. SARAN

Mempertimbangkan adanya kekurangan dalam Tugas Akhir (TA) ini, maka penulis mencoba memberikan saran yang dapat dipertimbangkan guna perkembangan lembaga terkait serta guna mewujudkan kesempurnaan pada penelitian berikutnya dengan masalah yang sama, antara lain yaitu :

1. Bagi Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jemur Andayani Surabaya diharapkan dapat meningkatkan pengaruh karakteristik dan prinsip *syariah marketing* dalam meningkatkan kepuasan nasabah dengan cara memertahankan aspek-aspek kepuasan nasabah yang telah ada saat ini dan selalu melakukan pengawasan serta menambah wawasan terhadap para karyawan ataupun nasabah.
2. Bagi penelitian berikutnya yang ingin melakukan penelitian tentang kepuasan nasabah supaya memperdalam lagi tentang *syariah marketing* itu sendiri.