

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah penulis lakukan dan pemaparan yang penulis uraikan, maka penulis berkesimpulan bahwa:

1. Strategi promosi produk tabungan iB Tunas Hasanah di PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin menggunakan strategi promosi dalam bentuk sarana yaitu: periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), hubungan masyarakat (*public relations*) dan penjualan perorangan (*personal selling*) serta pemasaran langsung (*direct marketing*). Namun PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin memfokuskan kegiatan promosi melalui promosi penjualan (*sales promotion*), hubungan masyarakat (*public relations*), penjualan perorangan (*personal selling*) dan pemasaran langsung (*direct marketing*) yang menghasilkan promosi paling banyak sehingga menaikkan jumlah nasabah yang memilih produk tabungan iB Tunas Hasanah tersebut.
2. Kendala yang dihadapi oleh PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin dalam melakukan strategi promosi produk tabungan iB Tunas Hasanah pada periode 2016-2018 yaitu: banyaknya bank yang juga menawarkan produk sejenis tentunya dengan segala kelebihan yang dimilikinya sehingga mengalami persaingan atau kompetisi yang ketat dilapangan, dan tingginya tingkat rotasi dan mutasi pegawai, serta

nasabah yang orang tuanya memiliki penghasilan menengah dan menengah atas, nasabah lama yang memiliki tabungan iB Tunas Hasanah ini yang berumur di atas 17 tahun dan mempunyai Kartu Identitas Penduduk (KTP) sering lupa untuk memperbarui tabungan tersebut.

B. Saran

Berdasarkan hasil dari pengamatan penulis mengenai Analisis Strategi Promosi Produk Tabungan iB Tunas Hasanah Di PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin, adapun saran yang ingin penulis sampaikan setelah menguraikan kesimpulan diantara lain, sebagai berikut:

1. PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin dalam hal mempromosikan, seperti periklanan harus ditingkatkan lagi untuk menghasilkan nasabah yang banyak. Misal membuat periklanan melalui surat kabar, televisi, spanduk, dll.
2. Dalam hal mempromosikan PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin juga berkerja sama dengan instansi pendidikan yang lebih banyak lagi dan lebih luas lagi untuk menarik minat calon nasabah, seperti memberikan sosialisasi terhadap menabung sejak usia dini di instansi pendidikan yang tidak ada MoU dengan pihak bank yang akan berdampak peluang potensi pasar sehingga menghasilkan calon nasabah yang lebih banyak lagi.
3. Dalam hal mempromosikan, PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin harus mengevaluasi setiap kegiatan dilapangan yang dilakukan

oleh pihak *funding officer* dan *funding assistant* sehingga mendapatkan kegiatan promosi ini secara efisiensi yang mengatasi kendala atau hambatan yang dialami oleh BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin.