

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa :

1. Strategi pemasaran Gadai Emas pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Amuntai di antaranya adalah terdiri dari memasarkan produk kepada nasabah atau masyarakat dan memberitahu kepada nasabah bahwa di Bank Syariah Mandiri KCP Amuntai ada pemeliharaan barang jaminan. Jadi, bagi nasabah yang ingin menggadaikan emas di Bank Syariah Mandiri maka barang jaminan nya akan aman dan ada biaya pemeliharaan atas barang jaminan tersebut. Adapun promosi yang dilakukan *Officer Gadai* melalui periklanan seperti, media cetak, koran, majalah, brosur, spanduk, dan bersosialisasi ke Instansi Pemerintahan, Instansi Pendidikan , bahkan berkunjung ke pasar-pasar untuk mempromosikan produk tersebut, juga mengadakan event-event menarik untuk memikat hati masyarakat. Dari strategi-strategi promosi yang telah dilakukan, kunjungan ke institusi pendidikan, institusi pemerintahan, lembaga masyarakat, dan meminta *referall* nasabah *eksisting* gadai untuk gadai baru atau *Take Over* ke Bank Syariah Mandiri, merupakan strategi yang dinilai lebih banyak menarik minat masyarakat untuk menggadaikan emas di Bank Syariah Mandiri KCP Amuntai.

2. Berdasarkan kendala-kendala yang dihadapi dalam memasarkan Gadai Emas pada PT. Bank Syariah Mandiri menghasilkan data bahwa: pertama, masyarakat kurang *familier* dengan produk gadai emas di bank syariah, sehingga masyarakat lebih sering menggadaikan barangnya di pegadaian umum. Kedua, konter layanan Gadai Emas di Bank Syariah Mandiri Cabang KCP Amuntai hanya terdiri dari dua petugas saja, dan yaitu petugas sebagai *Officer* Gadai dan Pelaksana Penaksir Emas. Karena tidak ada petugas *marketing* khusus pada produk pembiayaan gadai emas ini pemasarannya menjadi kurang maksimal. Kadang petugas gadai hanya satu saja. Ketiga, Promosi melalui penyebaran brosur memiliki pengaruh yang cukup lama jika dibandingkan dengan *fee referral* nasabah atau rekomendasi dari nasabah lain yang pernah melakukan gadai emas di Bank Syariah Mandiri. Keempat, Bank Syariah Mandiri KCP Amuntai merupakan bank syariah yang belum lama berdiri dibandingkan dengan pegadaian umum yang ada di wilayah gubug. Bank Syariah Mandiri KCP Amuntai baru berdiri pada pertengahan November 2011, dan produk gadai emas diterbitkan pada tahun 2016, oleh karena itu gadai emas di Bank Syariah Mandiri belum mampu mengalahkan minat masyarakat yang telah lama menggadaikan barang jaminannya ke pegadaian umum atau pegadaian konvensional.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti menyadari masih terdapat banyak kekurangan di dalamnya. Untuk itu, peneliti memberikan saran agar mendapat gambaran sebagai bahan pertimbangan dan penyempurnaan penelitian selanjutnya terkait dengan penelitian yang serupa. Maka peneliti menyarankan beberapa hal sebagai berikut :

1. Bagi Strategi Pemasaran Bank Syariah Mandiri

Setelah dilakukannya strategi pemasaran yang di harapkan Bank Syariah Mandiri lebih mengutamakan produk Gadai Emas, agar produk ini semakin banyak yang meminati serta dapat meningkatkan promosi khususnya Gadai Emas kepada masyarakat tentang produk ini, karena sebagian masyarakat masih belum mengetahui bagaimana produk Gadai Emas ini dan masyarakat juga sebagian masyarakat belum memahami perbedaan Gadai Emas di Bank Syariah dan Gadai Emas di Pegadaian lainnya.

2. Bagi Kendala dalam Memasarkan Gadai Emas

Setelah dilakukan penelitian banyak kendala yang dihadapi dalam memasarkan produk Gadai Emas ini, sehingga sangat diharapkan kepada Bank Syariah Mandiri lebih memperhatikan kendala tersebut agar ke depannya bisa mengurangi keluhan nasabah atau masyarakat terhadap Bank Syariah Mandiri.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu tambahan referensi mengenai pertimbangan memilih produk Bank Syariah dan bagi peneliti selanjutnya yang tertarik meneliti dengan topik yang sama, diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan cara menambah variabel yang lain yang tidak diteliti oleh penulis atau menambahkan teori dan metode yang baru sehingga diperoleh informasi yang lebih lengkap tentang strategi pemasaran produk Bank Syariah.