

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan penelitian dapat disimpulkan bahwa :

1. Strategi pemasaran Dollar iB Hasanah pada PT BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin, haruslah memiliki sebuah inovasi dalam melakukan promosi kepada masyarakat, sehingga produk Dollar iB Hasanah mendapatkan tempat dihati masyarakat, sebuah strategi dari sosialisasi dengan menggunakan media sosial akan membuat peluang untuk menumbuhkan rasa cinta kepada perbankan syariah dan lebih mengenal produk produk PT BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin, khususnya pada produk Dollar iB Hasanah, kemudian stretegi promosi yang dilakukan kepada institusi bisa dinilai memiliki peranan yang efektif dalam memasarkan produk Dollar iB Hasanah maka harus didukung dengan pelayanan yang optimal sehinga masyarakat, perusahaan dan institusi memiliki ikatan batin yang kuat terhadap PT BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin.
2. Berdasarkan kendala kendala yang dihadapi oleh PT BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin dalam memasarkan produk Dollar iB Hasanah menghasilkan data bahwa, PT BNI Syariah mendapatkan kebanyakan dari masyarakat yang tidak mengetahui akan produk Dollar iB Hasanah sehingga mereka belum mengenal produk tersebut dan kemudian kurang nya melakukan sosialisasi atau terjun

kelapangan dalam mempromosikan produk Dollar iB Hasanah yang mengakibatkan kurangnya minat terhadap produk Tabungan Dollar iB Hasanah.

B. Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan, penulis menyadari akan segala kekurangan yang dimiliki, maka dari pada itu penulis memberikan saran agar kiranya mendapatkan gambaran yang menjadikan sebagai bahan pertimbangan dan penyempurnaan penelitian selanjutnya berkaitan dengan penelitian yang serupa, maka penulis memberi saran sebagai berikut :

1. Bagi PT Bank BNI Syariah

Setelah dilakukan berbagai macam strategi yang diciptakan kemudian mendorong sebuah harapan PT Bank BNI Syariah menjadi garda terdepan dalam melakukan perubahan ekonomi yang berdasarkan prinsip Syariah yang tidak mengandung unsur ribawi, serta diperlukannya strategi pemasaran secara terus menerus dan terstruktur sehingga mampu menyentuh hati masyarakat dan membuka pemahaman masyarakat bahwa perbankan Syariah sangat berbeda jauh dengan perbankan konvensional, Produk Dollar iB Hasanah akan menjadi sebuah produk yang unggul apabila diikuti dengan ke istiqomahan dalam melakukan berbagai macam cara promosi pemasaran.

2. Bagi Masyarakat

Setelah dilakukan penelitian maka banyak sekali kendala yang didapatkan, kurangnya kesadaran masyarakat dalam menggunakan pelayanan perbankan syariah, besar harapan yang dititipkan kepada seluruh elemen masyarakat agar kiranya lebih memperdalam tentang perbankan syariah agar menimbulkan rasa cinta kepada perbankan syariah, dan masyarakat tidak lagi mengkhawatirkan keabsahan tentang hukum dalam menggunakan pelayanan perbankan syariah lebih khususnya terhadap produk Dollar iB Hasanah

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi salah satu bahan pertimbangan dalam referensi mengenai pertimbangan memilih produk PT BNI Syariah dan bagi peneliti berikutnya yang tertarik melakukan penelitian dengan pembahasan yang sama, diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan cara menambah teori, referensi dan metode yang baru yang belum diketahui oleh penulis sehingga mendapatkan informasi dan wawasan yang lebih lengkap dan akurat tentang Strategi Pemasaran Produk Dollar iB Hasanah pada PT BNI Syariah.