

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan pada penyajian dan analisis data sebelumnya, maka penulis mengambil simpulan bahwa:

1. Strategi pemasaran Produk Dana Simpanan Pelajar iB Bank Kalsel Syariah Cabang Kandungan terlaksana dengan baik berdasarkan dari setiap tahap strategi pemasaran Produk Dana Simpanan Pelajar iB dan juga respon dari nasabah, pihak pemasar Bank Kalsel Syariah Cabang Kandungan dalam memasarkan produknya sudah sesuai dengan tahap-tahap pemasaran yaitu dengan membuat rencana pemasaran, melaksanakan pemasaran, dan melakukan layanan pasca pemasaran. Rencana pemasaran Bank Kalsel Syariah Cabang Kandungan dirancang oleh pemasar menggunakan tahap pengelompokan pasar (*segmenting*), menentukan target pasar (*market targeting*), *differentiating*, dan *positioning*. Pelaksanaan pemasarannya sangat baik karena sudah sesuai dengan rencana pemasaran yang telah disusun sehingga pada tahap pelaksanaan pemasaran, pihak pemasar sudah mengetahui apa saja yang harus dilakukan. Proses pelaksanaan pemasarannya menggunakan beberapa strategi pemasaran, yaitu:
 - a. Melakukan sosialisasi saat ada agenda-agenda sekolah.
 - b. Melakukan launching produk Dana Simpanan Pelajar iB dan memperlihatkan video tentang produk tersebut.
 - c. Memberikan layanan *pick up services* atau layanan jemput bola.

- d. Menempatkan Baliho tentang produk Dana Simpanan Pelajar iB di ruang utama kantor Bank Kalsel Syariah Cabang Kandungan.

Strategi pemasaran dapat dikatakan berhasil jika calon nasabah Produk Dana Simpanan Pelajar iB yaitu pihak sekolah merasa tertarik untuk menjadi nasabah produk tersebut. Sejauh ini, sekolah yang menjadi nasabah Bank Kalsel Syariah Cabang Kandungan dalam Produk Dana Simpanan Pelajar iB ada tiga sekolah, yaitu TKIT Qurrataa'yun, SMPIT Qurrataa'yun, dan SMKN 2 Kandungan.

2. Kendala yang dihadapi Bank Kalsel Syariah Cabang Kandungan dalam memasarkan Produk Dana Simpanan Pelajar iB Bank Kalsel Syariah Cabang Kandungan terbagi menjadi dua faktor, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Dalam faktor internal, kendala-kendala yang ada adalah lambatnya proses pembukaan rekening tabungan baru karena kurangnya jumlah staf *costumer service*, adanya peraturan pembagian sasaran pasar yang dibuat sesama Bank Kalsel yang membatasi Bank Kalsel Syariah Cabang Kandungan memasarkan produknya di sekolah yang telah menjadi bagian sasaran pasar Bank Kalsel Konvensional. Sementara untuk faktor eksternal, kendala yang dihadapi meliputi sulitnya mengubah *mindset* menabung secara tradisional dalam masyarakat, belum adanya motivasi menabung dalam diri siswa, kurangnya kelengkapan administratif nasabah sebagai syarat pembukaan rekening tabungan Simpanan Pelajar iB. Namun kendala yang sangat sulit untuk diatasi oleh Bank Kalsel Syariah

Cabang Kandangan ialah sulitnya mengubah *mindset* menabung secara tradisional dalam masyarakat.

B. Saran-saran

Sebagai penutup dari uraian ini, penulis ingin menyampaikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Kepada pihak pemasar Bank Kalsel Syariah Cabang Kandangan agar lebih meningkatkan pelaksanaan pelayanan pasca pemasaran agar para nasabah yaitu pelajar semakin rajin menabung dan lebih mengenal cara bertransaksi dengan transaksi secara syariah khususnya dengan menambah pelayanan pasca pemasaran dalam hal pemberian layanan berupa transaksi dengan menggunakan mobil transaksi.
2. Kepada siswa hendaknya selalu menumbuhkan minat untuk menabung karena dengan menabung kita akan dapat belajar menyimpan sebagian uang yang kita miliki untuk jaminan masa depan sejak dini sehingga tidak membudayakan meminjam uang untuk memenuhi kebutuhan.
3. Kepada pihak sekolah hendaknya selalu meningkatkan kerjasama dengan pihak Bank Kalsel Syariah Cabang Kandangan agar terlaksana tujuan bersama yaitu memfasilitasi siswa untuk mendukung gerakan bertransaksi secara syariah sejak dini.