

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dari sejumlah data yang dihimpun, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi Pemasaran yang menjadi andalan oleh BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin dalam memasarkan produk iB Baitullah Hasanah yaitu strategi produk, harga, tempat, dan promosi dan dengan melakukan kerjasama dengan dinas-dinas dan Kementrian Agama yang ada di Banjarmasin dan mengikuti event-event. Seperti Dinas Tenaga Kerja dan Transmigrasi, Dinas Pendapatan, Dinas Koperasi dan lain-lain.
2. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi dalam memasarkan produk iB Baitullah Hasanah ada beberapa yaitu yang pertama banyaknya bank-bank lain dan lembaga keuangan non bank yang mengeluarkan produk tabungan serupa, kurangnya pemahaman masyarakat terhadap produk-produk yang dikeluarkan serta pemasaran yang dilakukan oleh lembaga keuangan lain.

B. Saran

Dari hasil penelitian, pembahasan dan juga kesimpulan yang telah diuraikan, peneliti mengemukakan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi pihak BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin sebaiknya lebih meningkatkan pemasaran untuk produknya, khususnya produk iB Baitullah

Hasanah. Selain itu, bank sebaiknya lebih menyempurnakan produk iB Baitullah Hasanah agar lebih fleksibel, sehingga minat masyarakat terhadap produk iB Baitullah Hasanah ini semakin meningkat.

2. Untuk penelitian selanjutnya, lebih baik melakukan penelitian yang berkenaan dengan manajemen yang lebih mendalam mengenai produk iB Baitullah Hasanah tersebut.