

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian penjelasan dan analisa yang telah dilakukan penulis yang kemudian telah dijelaskan pada bab-bab sebelumnya , maka penulis dapat membuat kesimpulan bahwa PT. Bank BNI Syariah KC Banjarmasin dalam menjalankan strategi sosialisasi terhadap produk tabungan iB Hasanah dengan fasilitas baru Debit *Co-branding* Zoya dan Shafira, yaitu:

1. Perencanaan strategi sosialisasi yang digunakan PT. Bank BNI Syariah KC Banjarmasin dalam mensosialisasikan produk tabungan iB Hasanah dengan fasilitas baru Debit *Co-branding* Zoya dan Shafira sudah berjalan dengan cukup baik dengan menggunakan sosial media, *banner*, spanduk, brosur yang diletakkan di kantor PT. Bank BNI Syariah KC Banjarmasin, *outlet* Zoya ataupun *outlet* Shafira, melakukan presentasi produk pada berbagai instansi.
2. Dalam mensosialisasikan produk tabungan iB Hasanah fasilitas baru Hasanah Debit *Co-branding* Zoya dan Shafira ini ada beberapa tantangan dan hambatan tersendiri yang dihadapi PT. Bank BNI Syariah KC Banjarmasin baik berupa faktor internal berupa batasan waktu pemberian diskon tambahan pada nasabah pada saat melakukan transaksi. Kemudian, untuk faktor eksternal tantangan dan hambatannya berupa kurangnya pemahaman dan informasi dari nasabah tentang produk ini.

B. Saran

Dari hasil penelitian dan kesimpulan yang didapat, maka penulis akan memberikan beberapa saran agar dapat dijadikan sebagai perbaikan pada perencanaan strategi sosialisasi pada PT. Bank BNI Syariah KC Banjarmasin dalam mensosialisasikan produk tabungan iB Hasanah fasilitas baru Hasanah Debit *Co-branding* Zoya dan Shafira dan sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya, yaitu:

1. Melihat masyarakat kurang memahami hal ini menjadikan adanya kekhawatiran tentang kerjasama atau *Co-branding* dalam produk antara PT. Bank BNI Syariah dan *brand Zoya* maupun *brand Shafira*, maka sebaiknya pihak PT. Bank BNI Syariah KC Bnjarmasin harus lebih memberikan penjelasan yang mudah dipahami oleh masyarakat agar tertarik.
2. Dalam melakukan sosialisasi dalam menawarkan produk tabungan iB Hasanah fasilitas baru Hasanah Debit *Co-branding* Zoya dan Shafira pada PT. Bank BNI Syariah KC Banjarmasin ini hendaknya mengadakan berupa presentasi tidak hanya di instansi-instansi tertentu tapi kedepannya juga dapat mengadakan *workshop/seminar* sekaligus menghadirkan stand-stand yang menjual produk-produk *brand Zoya* dan *brand Shafira*.
3. Untuk peneliti selanjutnya, penulis menyarankan dan berharap untuk penelitian berikutnya untuk lebih mengembangkan pertanyaan-pertanyaan yang diajukan pada responden agar mendapatkan data dan informasi yang lebih mendalam.