

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang ditelaah dipaparkan diatas oleh peneliti, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Strategi pemasaran produk tabungan haji yang digunakan Bank Syariah Indonesia (ex-legacy BNI Syariah) KC Banjarbaru menggunakan strategi perumusan pemasaran, bauran pemasaran dan strategi pemasaran syariah. Semua strategi yang dilakukan dapat dikatakan berhasil karena jumlah nasabah untuk produk tabungan haji selalu bertambah setiap tahunnya.
2. Kendala yang dihadapi pihak Bank Syariah Indonesia (ex-legacy BNI Syariah) KC Banjarbaru dalam memasarkan produk ada beberapa yang pertama, persaingan antar bank, daftar tunggu haji yang lama, kurangnya koordinasi dengan pihak Kementerian Agama dan tidak bisa memasarkan produk secara langsung selama pandemic covid-19.

B. Saran

Adapun beberapa saran yang penulis berikan untuk Bank Syariah Indonesia (ex-legacy BNI Syariah) KC Banjarbaru adalah sebagai berikut :

1. Bagi PT Bank Syariah Indonesia (ex-legacy BNI Syariah) KC Banjarbaru agar selalu melakukan inovasi strategi pemasaran dan semakin mengencarkan promosi agar dapat menarik keinginan nasabah terutama untuk produk tabungan haji dan kedepannya bisa lebih dikenal masyarakat luas.
2. Bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian agar dapat memperluas objek penelitiannya pada aspek lain.