

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian supervisi penulis terhadap strategi pemasaran produk simpanan wadiah di PT. Bank Syariah Indonesia Banjarmasin KC Lambung Mangkurat, dapat diberikan kesimpulan:

1. Strategi pemasaran yang diterapkan pada Bank Syariah Indonesia KC Banjarmasin Lambung Mangkurat menggunakan pemasaran yang diantaranya strategi produk, strategi tempat atau distribusi, strategi harga dan strategi promosi
2. Kendala yang dihadapi Bank Syariah KC Banjarmasin Lambung Mangkurat dalam memasarkan produk simpanan wadiah di Bank Syariah KC Lambung Mangkurat, yaitu diantaranya
 - a. Persaingan antar Bank tentang minimnya pengetahuan masyarakat terkait Bank Syariah Indonesia dikarenakan baru *marger* dari 3 Bank Syariah.
 - b. Limit-limit transaksi kartu ATM dan KTP dan NIK yang belum terdaftar di dinas dukcapil sehingga menghambat proses pembukaan rekening
 - c. Kurangnya pengetahuan masyarakat tentang Bank Syariah Indonesia dan penyampaian informasi ke pelosok desa.

a) Saran-saran

Berdasarkan hasil simpulan yang telah ditelaah oleh penulis, maka merekomendasikan strategi pemasaran produk simpanan wadiah di PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarmasin Lambung Mangkurat adalah sebagai berikut:

- a. Diharapkan pihak Bank Syariah Indonesia agar dapat meningkatkan kualitas terhadap produk simpanan wadiah dan memberikan penyampaian kepada nasabah mengenai produk simpanan wadiah sehingga para nasabah benar-benar memahami ketentuan dari pada produk simpanan wadiah.
- b. Diharapkan Bank Syariah Indonesia Banjarmasin KC Lambung Mangkurat lebih giat lagi dalam memasarkan produk simpanan wadiah dan melakukan sosialisasi pengenalan Bank Syariah Indonesia ke pelosok-pelosok desa agar masyarakat tidak ketinggalan informasi bahwa Bank Syariah sebelumnya sudah *marger* menjadi Bank Syariah Indonesia.

