

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah di dapat oleh peneliti, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran produk Arrum Haji yang digunakan oleh PT. Pegadaian Syariah Cabang Kebun Bunga Banjarmasin menggunakan bauran pemasaran, yaitu strategi produk, harga, tempat, dan promosi.
2. Kendala PT. Pegadaian Syariah Cabang Kebun Bunga Banjarmasin dalam memasarkan produk Arrum Haji, ada beberapa yaitu yang pertama jaminan yang tidak dimiliki semua calon nasabah, daftar tunggu berangkat haji yang cukup lama, tidak adanya pegawai khusus untuk bagian pemasaran, kurangnya pemahaman masyarakat terhadap produk-produk yang dikeluarkan, serta pemasaran yang dilakukan oleh lembaga keuangan lain.

B. Saran

Adapun beberapa saran yang dapat peneliti sampaikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi PT. Pegadaian Syariah Cabang Kebun Bunga Banjarmasin dalam memperkenalkan produk Arrum Haji sebaiknya pihak pegadaian lebih maksimal dan mencari cara yang efektif untuk memasarkan baik itu

melalui sosialisasi maupun promosi lainnya, karena produk Arrum Haji ini masih memiliki beberapa kendala yang dihadapi.

2. Untuk penelitian selanjutnya, lebih baik melakukan penelitian yang berkenaan dengan manajemen yang lebih mendalam mengenai produk Arrum Haji tersebut.