

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Simpulan**

Berdasarkan analisis penelitian yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1) Strategi pemasaran yang diterapkan pada Bank Kalsel KCS Banjarmasin sejauh ini menggunakan empat teknik pemasaran diantaranya strategi produk, strategi harga, strategi tempat atau distribusi, dan strategi promosi.
- 2) Kendala yang dihadapi Bank Kalsel KCS Banjarmasin dalam memasarkan ada tiga, produk sejenis dari perbankan lain, pihak *supplier*/produsen yang memiliki pembiayaan sendiri, dan kurangnya pemahaman masyarakat terhadap perbankan syariah.

#### **B. Saran**

Adapun beberapa saran yang dapat penulis sampaikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Bank Kalsel KCS Banjarmasin dalam hal ini memperkenalkan pembiayaan iB *Ar-Rahman* dengan akad *istis'na*>' sebaiknya Bank Kalsel KCS Banjarmasin lebih giat lagi dalam memasarkan baik itu dengan sosialisasi maupun promosi, karena pembiayaan iB *Ar-Rahman* dengan akad *istis'na*>' mempunyai kendala yang dihadapi.

2. Bagi nasabah harus lebih selektif dalam memilih pembiayaan untuk menghindari salah pilih pembiayaan yang murah namun bunganya semakin meningkat, alangkah lebih baik menggunakan produk-produk perbankan syariah yang menggunakan prinsip syariah yang didasari Al-Qur'an dan Hadits.
3. Untuk penelitian selanjutnya, sebaiknya melakukan penelitian yang berkenaan dengan manajemen produk pembiayaan iB *Ar-Rahman* dengan akad *istisna* di Bank Kalsel KCS Banjarmasin.