

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Simpulan**

Sesuai dengan hasil penelitian pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik simpulan bahwa :

1. Upaya manajemen pemasaran yang dilakukan Bank Kalsel kantor Cabang Syariah Banjarmasin dalam memecahkan masalah kendala pemasaran di Banjarmasin, ialah dengan cara mengatur sasaran, tempat dan strategi pemasaran, menjaga silaturahmi dalam menghadapi pesaing, selalu berinovasi pada produk, memperbanyak sosialisasi ke sekolah-sekolah dan akif jemput bola guna menjaga atau memberikan kepuasan layanan nasabah.
2. Kendala yang dihadapi Bank Kalsel Kantor Cabang Syariah Banjarmasin dalam manajemen pemasaran produk simpanan pelajar iB, yaitu ada 2 segi kendala, yang pertama kendala teknis dalam pengumpulan data nasabah dan kendala waktu untuk kunjungan jemput bola. Yang kedua kendala manajemennya ialah tenaga SDM yang hanya 1 orang saja yang fokus pada produk ini, terdapat banyak rekening *dormant* yang menghambat perkembangan tabungan ini dan banyaknya target marketing masing-masing bank lain yang selalu menjadi persaingan dalam pemasaran.

## **A. Saran**

Kepada peneliti yang ingin melanjutkan penelitian disini dapat melakukan penelitian dari aspek nasabah yang menjadi sasaran pasar produk simpanan pelajar iB dan agar berguna sebagai referensi penelitian selanjutnya.