BAB V
PENUTUP

A. Simpulan

1. Strategi promosi tabungan Faedah yang dilakukan BRI Syariah KC Banjarmasin terdiri dari sosialisasi, serbu pasar, kesekolah seperti SD, SMP, SMA, keperkuliahan, dan bekerjasama dengan beberapa perusahaan, dimana *marketing* merupakan kegiatan menjalin hubungan dengan nasabah guna mensosialisasi sekaligus mempromosikan mendatangi langsung nasabah, untuk transaksi penyetoran tabungan maupun pembuakaan pada produk tabungan Faedah didukung dengan 4 macam sarana promosi sebagari berikut: periklanan, promosi penjualan, publisitas atau hubungan masyarakat dan penjualan pribadi yang dilakukan oleh pihak marketing sangat membantu dalam proses berkembagnya produk tabungan Faedah. Produk tabungan Faedah dalam tingkat bagi hasilnya, tetapi tabungan Faedah lebih banyak dimintai dibandingan dengan produk lainnya, dengan kelebihan dan keunggulan yang dimiliki, Kemudian dalam menentukan target pasar BRI syariah dari kalangan menengah kebawah.
2. Bedasarkan analisis SWOT yang dilakukan BRI Syariah KC Banjarmasin dihasilkan data bahwa: pertama, kekuatan berupa salah satu bank syariah dengan struktur permodalan yang kuat, mempunyai lambang GPN (Gerbang Pembayaran Nasional) terletak di kartu ATM, layanan *E-Banking* 24 jam untuk kemudahan dalam bertransaksi. Kedua, kelemahan berupa ATM terbatas pada daerah perkotaan, dan

pengetahuan masyarakat tentang bank syariah. Ketiga, peluang berupa masyarakat mayoritasnya muslim, dan adanya dukungan dari Dewan Syariah Nasional yang mengatur tabungan syariah dalam fatwa Nomor 02/DSN-MUI/IV/2000. Keempat, ancaman berupa tidak bisa memberikan imbal hasilnya yang lebih dibandingkan bank lainya, dan tidak adanya kartu kredit yang membedakan dengan bank lainnya memiliki produk kartu kredit.

B. Saran

1. Dalam penelitian ini, penulis ingin memperkenalkan lebih tentang BRI Syariah kepada masyarakat luas Kalimantan Selatan khususnya di Banjarmasin, sehingga masyarakat lebih mengetahui keunggulan yang dimiliki oleh tabungan Faedah, yang berbeda dengan produk tabungan pada bank lainnya,
2. Lebih mengedukasikan masyarakat muslim untuk menekankan lagi tentang pentingnya bermuammlah secara syariah.
3. Setelah dilakukannya strategi promosi diharapkan BRI syariah lebih mengaktifkan penerapan strategi promosi disemua lini dengan melihat kondisi dan kelemahan serta perubahan pada lingkungan sehingga dapat mengetahui apakah strategi yang diterapkan tepat sasaran, disertai dengan peningkatan kualitas produk, sehingga diharapkan akan lebih dikenal dan diminati oleh masyarakat luas.

4. Saran ini terbatas pada produk tabungan faedah, sedangkan produk lainnya belum tersentuh peneliti, oleh sebab itu disarankan bagi peneliti berikutnya dapat menyentuh bagian dari produk lainnya.