

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari penelitian yang telah dilakukan peneliti maka ada beberapa kesimpulan yang dapat diambil dari hasil penelitian ini, yaitu:

1. Strategi pemasaran yang digunakan dalam meningkatkan jumlah nasabah pada Produk Tabungan iB Siaga Bisnis berdasarkan analisis SWOT berada pada posisi kuadran I, hal ini menunjukkan bahwa PT. Bank KB Bukopin Syariah KC Medan memiliki peluang yang kuat dan dapat memperluas jaringannya, rekomendasi strategi yang diberikan adalah Agresif, artinya PT. Bank KB Bukopin Syariah KC Medan dalam kondisi yang baik dan mantap sehingga sangat dimungkinkan untuk terus melakukan ekspansi serta memperbesar pertumbuhan dan meraih kemajuan secara maksimal sehingga dalam tujuan mencapai kemajuan perusahaan dapat terpenuhi. Perusahaan memiliki peluang yang dapat memanfaatkan dengan maksimal untuk mendukung pertumbuhan perusahaan dengan cepat, selayaknya menerapkan strategi yang mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif.
2. Hambatan-hambatan dan solusi yang dihadapi oleh PT Bank KB Bukopin Syariah KC Medan dalam memasarkan produknya yaitu,
 - a. Hambatan diantaranya yaitu:
 - 1) Persaingan produk bank lainnya
 - 2) Minimnya pengetahuan masyarakat tentang produk tabungan iB Siaga Bisnis.
 - b. Solusi atas hambatan pemasaran produk tersebut yaitu:
 - 1) *Team Marketing* harus terus meng-update brosur tabungan ib Siaga Bisnis sehingga nasabah dapat mengetahui keunggulan produk tabungan tersebut,

- 2) *Marketing* dapat mendatangi nasabah dan memberikan informasi secara langsung, tidak hanya menunggu nasabah datang ke bank, Melakukan sosialisasi dan pendekatan kepada masyarakat
- 3) Membangun kepercayaan masyarakat kepada Bank Syariah Bukopin Cabang Medan, Berupaya untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabah maupun calon nasabah, Serta Memberikan respon cepat apabila ada keluhan dan pertanyaan tentang produk dari nasabah atau calon nasabah.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, dapat dikemukakan beberapa saran yang diharapkan bermanfaat bagi Bank-Bank Syariah maupun bagi pihak-pihak lain.

Adapun saran yang diberikan, antara lain:

1. Kepada Bank-Bank Syariah agar kedepannya lebih meningkatkan kualitas pelayanannya dan pemasarannya. Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh selama penelitian berlangsung, peneliti menyarankan agar strategi *marketing* yang digunakan oleh Bank KB Bukopin Syariah KC Medan lebih ditingkatkan lagi terutama pada strategi bauran pemasarannya mengingat elemen-elemen tersebut sangat berpengaruh dalam meningkatkan minat nasabah dan juga loyalitas nasabah.
2. Kepada Peneliti selanjutnya diharapkan untuk meneliti perkembangan strategi pemasaran dari sudut pandang yang berbeda sehingga dapat menambah khasanah keilmuan terutama pada ilmu ekonomi perbankan Syariah.
3. Kepada Akademis agar dijadikan referensi bagi bidang ilmu pengetahuan terkait strategi pemasaran produk tabungan iB siaga bisnis serta penerapannya di dunia perbankan syariah Indonesia.
4. Bagi Praktisi agar memberikan sumbangsih dalam bentuk rekomendasi atau informasi mengenai strategi pemasaran produk tabungan iB siaga.