

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pada bab empat, dapat disimpulkan langkah-langkah Strategi BRI Syariah KCP Rantauprapat dalam memasarkan Produk Tabungan Impian iB Umroh adalah sebagai berikut:

1. Strategi Pemasaran Produk Tabungan Impian iB Umroh di BRI Syariah KCP Rantauprapat adalah strategi produk, strategi harga, strategi tempat, strategi promosi.
 - a. Strategi produk, BRI Syariah menciptakan branding Impian nasabah yang mudah diingat.
 - b. Strategi harga dengan biaya Rp 50.000,- dalam membuka rekening sehingga tabungan sangat terjangkau.
 - c. Strategi tempat/distribusi, dengan mendatangi nasabah, dalam hal ini pihak bank menerapkan sistem jemput bola.
 - d. Strategi promosi, dengan mendatangi nasabah, dalam hal ini pihak bank menerapkan system door to door.
2. Hasil Analisis Swot Terhadap Strategi Pemasaran Produk Tabungan Impian iB umroh di Bank BRI Syariah KCP Rantauprapat adalah:

Strategi yang paling kuat adalah strategi tempat, karena kantor BRI Syariah terletak ditengah-tengah pusat kota, ini sangat memudahkan masyarakat darimana saja bisa berkunjung ke kantor BRI Syariah. Sedangkan strategi yang paling lemah adalah strategi produk karena produk tabungan impian ini tidak bisa

diambil sewaktu-waktu karena tabungan impian iB umroh merupakan tabungan yang berjangka. Peluang yang didapat dari strategi harga ialah lebih murah biaya membuka rekening dari produk-produk lain. Ancaman dari strategi promosi ialah kurangnya promosi akan menjadi ancaman yang sangat besar bagi pemasaran produk tabungan impian iB umroh.

B. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan, maka saran yang diberikan kepada BRI Syariah KCP Rantauprapat dalam strategi pemasaran produk tabungan impian iB umroh agar terus berinovasi dalam hal pemasaran dengan membuat program-program baru untuk menarik minat masyarakat menggunakan produk tabungan ini dengan tetap berprinsip kepada syariat islam.

Selain itu perlunya sosialisasi lebih mendalam lagi mengenai produk tabungan impian iB umroh kepada masyarakat agar lebih mengetahui tentang produk ini serta program-programnya. Dalam hal ini pihak bank berarti harus terus meningkatkan skill marketing melalui pendidikan marketing dalam hal strategi pemasaran dan pemahaman tentang produk tersebut.