

BAB V

PENUTUP

V.1 Simpulan

Strategi pemasaran UIN Syarif Hidayatullah Bank Syariah Indonesia khususnya untuk produk tabungan haji Indonesia adalah dengan memilih target pasar yaitu melalui strategi segmen, market alignment dan positioning BSI. Ketika digunakan untuk merumuskan strategi pemasaran produk, itu cenderung untuk mendapatkan dan mempertahankan loyalitas pelanggan. Tugas Karya Akhir merupakan salah satu program yang di laksanakan:

1. Pemasaran Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu UIN Syarif Hidayatullah mengedefinisikan bauran pemasaran yaitu menggunakan 7P, sebagai strategi pemasaran produk tabungan haji, Dalam marketing yang terdiri dari 7P yaitu *Product* (produk), *price* (harga) *place* (tempat), *Promotion* (promosi), *people* (orang), *process* (proses), *physical evidence* (bukti fisik). Dan juga program tambahan seperti pembukaan rekening tabungan haji, dan sudah melakukan setoran awal akan mendapatkan hadiah seperti, mukena, sejadah, tumbler, payung, dll.
2. Dalam upaya memasarkan produk tabungan haji di Bank Syariah Indonesia KCP UIN Syarif Hidayatullah, BSI KCP UIN menghadapi beberapa kendala. Untuk mengatasi kendalanya, strategi pemasaran dilakukan dengan berbagai cara agar promosi dapat mencapai hasil maksimal dan meningkatkan minat nasabah terhadap produk Tabungan Haji Indonesia dapat terus meningkat secara signifikan, diperlukan upaya yang tepat. mencapai hasil yang optimal dalam promosi, serta untuk meningkatkan minat nasabah terhadap produk Tabungan Haji Indonesia secara signifikan,

V.2 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah penulis lakukan, berikut beberapa saran yang dapat dijadikan pertimbangan, antara lain:

1. Saran penulis untuk peneliti selanjutnya dalam meneliti strategi pemasaran tabungan haji pemasaran yang dijalankan Untuk strategi pemasaran sebaiknya dilakukan dengan beberapa cara, agar promosi dapat berjalan dengan maksimal

dan minat nasabah pada produk tabungan haji Indonesia dapat terus meningkat secara signifikan, diperlukan upaya yang tepat.

2. Dengan adanya kegiatan pemasaran ini, diharapkan BSI KCP UIN untuk dapat meningkatkan jumlah nasabah serta harus memaksimalkan fasilitas agar dapat menarik minat nasabah, selain itu memberikan promosi yang menarik menggunakan media sosial dan pihak *travel* lebih banyak.
3. Hendaknya PT. Bank Syariah Indonesia KCP UIN Syarif Hidayatullah tetap terus memberikan pelayanan prima agar nasabah merasa senang dan puas atas pelayanan yang di berikan.