

BAB V

PENUTUP

V.1 Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dari Tuga Akhir yang berjudul “Strategi Pemasaran BSI Tabungan Haji Indonesia Pada Bank Syariah Indonesia” maka dari pembahasan diatas bisa di simpulan ialah :

1. Pemasaran Bank BSI KCP Jakarta Kelapa Dua mendefinisikan bauran pemasaran 7P sebagai strategi pemasaran. Dalam setiap produknya, Bank BSI memiliki peluang untuk mencapai tujuannya yang telah diputuskan oleh Bank BSI berdasarkan 7-point yaitu : Product, Price, Place, People, Process, Physical Evidence.
2. Bank BSI KCP Jakarta Kelapa Dua dalam memasarkan produk tabungan haji juga menghadapi beberapa hambatan. Untuk mengatasi hambatan tersebut, strategi pemasaran yang dilakukan yaitu dengan cara promosi, agar promosi berjalan dengan maksimal dan meningkatkan minat nasabah terhadap produk tabungan haji diperlukan upaya yang tepat. Jika mencapai hasil yang optimal dalam mempromosikan produk tabungan haji, dapat meningkatkan minat nasabah terhadap produk tabungan haji secara signifikan.

V.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijelaskan diatas, dapat disampaikan berikut beberapa saran yang dapat dijadikan pertimbangan, antara lain :

1. Saran penulis dalam meneliti strategi pemasaran tabungan haji sebaiknya dilakukan dengan beberapa cara, salah satunya yaitu mengadakan openbooth lebih sering agar produk tabungan haji lebih dikenal dan memperluas jaringan cabang pembantu. Agar promosi dapat berjalan dengan semaksimal mungkin dan minat nasabah pada produk tabungan haji ini dapat terus meningkat secara signifikan.

2. Dengan adanya strategi pemasaran ini, diharapkan BSI KCP Jakarta Kelapa Dua untuk lebih meningkatkan jumlah nasabah serta lebih memfasilitasi agar menarik banyak nasabah, selain itu memberikan promosi yang menarik menggunakan media sosial maupun pada *event-event* tertentu.
3. Sebaiknya bank BSI KCP Jakarta Kelapa Dua tetap memberikan pelayanan yang prima agar nasabah merasa senang dan puas atas pelayanan yang diberikannya.