

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

V.1 Simpulan

1. Berdasarkan pembahasan pada bab-bab sebelumnya mengenai strategi pemasaran *Safe Deposit Box* pada PT Bank Syariah Indonesia Tbk KC Saharjo melalui konsep *Marketing Mix 7P* - yang mencakup *product, price, place, promotion, people, process, dan Physical Evidence* - dapat disimpulkan bahwa SDB ditawarkan dalam tiga ukuran, yaitu kecil, sedang, dan besar, dengan harga yang kompetitif dibanding bank-bank lain. Lokasinya strategis, prosesnya mudah dan cepat berkat dukungan petugas khusus yang menangani SDB, sementara promosinya mengandalkan *personal selling, cross selling*, dan hubungan langsung dengan nasabah, khususnya nasabah prioritas. Fasilitas dan sistem keamanan yang memadai juga menjadi faktor penting dalam membangun kepercayaan nasabah terhadap layanan SDB.
2. Adapun kendala yang dihadapi dalam pengelolaan SDB antara lain keterbatasan jumlah kotak yang tersedia, sehingga nasabah yang ingin memakai layanan ini harus masuk *waiting list* terlebih dahulu; sebaran *Safe Deposit Box* yang masih terbatas; serta risiko operasional seperti kehilangan kunci oleh nasabah.

V.2 Saran

Berdasarkan simpulan di atas, penulis mengajukan beberapa saran yang diharapkan menjadi masukan konstruktif bagi PT Bank Syariah Indonesia Tbk KC Saharjo dalam meningkatkan kualitas pemasaran dan operasional layanan *Safe Deposit Box*, sebagai berikut.

- a. Mempercepat realisasi perluasan kapasitas *Safe Deposit Box*. Mengingat permintaan yang sudah melampaui kapasitas saat ini, BSI KC Saharjo perlu mempercepat pengadaan unit SDB tambahan dan penyediaan ruangan yang memadai. Langkah ini tidak hanya akan mendongkrak

pendapatan berbasis *fee* (*fee based income*), tetapi juga mencegah perpindahan nasabah ke bank lain akibat ketidaktersediaan unit.

- b. Mengembangkan strategi promosi digital yang terstruktur. Meski kondisi saat ini belum membutuhkan promosi masif, BSI KC Saharjo perlu merancang strategi komunikasi pemasaran jangka panjang berbasis digital. Pemanfaatan fitur informasi produk pada aplikasi *mobile banking* BSI, konten edukatif di media sosial, serta notifikasi kepada nasabah yang belum memanfaatkan SDB dapat menjadi langkah awal yang efektif dan efisien.
- c. Menerapkan sistem manajemen antrian digital untuk daftar tunggu. Guna meningkatkan transparansi dan profesionalisme pengelolaan *waiting list*, bank dapat mengembangkan sistem antrian digital yang memungkinkan nasabah memantau posisi antriannya secara mandiri lewat aplikasi atau platform digital BSI. Sistem ini juga akan memudahkan bank melakukan notifikasi otomatis begitu unit SDB tersedia.
- d. Memperluas ketersediaan layanan SDB ke kantor cabang pembantu yang potensial. Meski keterbatasan infrastruktur menjadi tantangan, BSI perlu mempertimbangkan studi kelayakan untuk memperluas layanan SDB ke KCP yang berlokasi di kawasan strategis dengan basis nasabah prioritas yang besar. Langkah ini akan mengurangi beban permintaan pada KC Saharjo sekaligus memperluas jangkauan layanan bagi nasabah.