

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

1.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis penelitian maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Strategi pemasaran tabungan Batara iB BTN Syariah Kapten A Rivai menggunakan konsep *marketing mix*, yaitu strategi produk (*product*), strategi harga (*price*), strategi tempat (*plance*), dan strategi promosi (*promotion*).
2. Proses pemasaran terdapat kendala yang menghambat penjualan Tabungan Batara iB, yaitu saingan atau kompetitor dari bank lain yang juga memasrkan produk tabungannya dengan sasaran pasar yang sama. Kurangnya pemahaman masyarakat mengenai perbedaan menabung di bank syariah dengan di bank konvesional, sehingga masyarakat lebih memilih menabung di bank konvesional karena merasa lebih diuntungkan, kurangnya penyebaran kantor BTN Syariah yang ada di Palembang dan mesin ATM sekitran Palembang.
3. Upaya mengatasi kendala yang terjadi adalah dengan cara lebih mengedepankan kualitas produk dibanding Bank Pesaing, memberikan pemahaman lebih lagi kepada masyarakat tentang perbedaan keuntungan bertransaksi di Bank Syariah dengan Bank Konvesional, semakin menyebarnya keberadaan layanan syariah di kantor cabang konvesional.

1.2 Saran

Dari pembahasan diatas, penulis dapat memberikan saran guna meningkatkan nasabah pada Tabungan Batara iB :

1. Lebih mengefektifikan strategi-strategi yang telah dijalankan selama ini.
2. Lebih meningkatkan promosi melalui media elektronik, untuk lebih memperkenalkan tabangan Batara iB karena masih banyak masyarakat yang belum mengetahui Tabungan Batara IB.
3. Menambah penyebaran jaringan mesin ATM di wilayah Palembang. Mengingat wilayah Palembang begitu luas namun difasilitasi dengan mesin