

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang peneliti lakukan mengenai Analisis Strategi Manajemen Pemasaran Deposito iB Ibadah Pada PT. Bank SUMUT Syariah Capem Karya dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah Pada Deposito iB Ibadah di PT. Bank SUMUT Syariah Capem Karya yaitu dengan Menggunakan konsep teori bauran pemasaran yang terdiri dari 4P (*product, price, place, promotion*).

- a. Strategi Produk (*Product Strategy*)

Penerapan strategi pemasaran Deposito iB Ibadah oleh PT. Bank SUMUT Syariah CAPEM Karya adalah dengan menampilkan kualitas dari produk Deposito iB Ibadah tersebut. Sehingga dengan upaya ini dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan pasar sasaran. Mutu dari produk ini meliputi penamaan produk terkesan modern dengan mengikuti adanya perkembangan ekonomi yang semakin pesat, memiliki arti positif yang bermanfaat bagi nasabah bahwa produk Deposito iB Ibadah bebas dari unsur riba.

- b. Strategi Harga (*Price Strategy*)

Dalam penetapan harga PT. Bank SUMUT Syariah Capem Karya menawarkan harga dengan dengan setoran awal yaitu Rp. 2.000.000,-

c. Strategi Promosi (*Promotion Strategy*)

Promosi yang digunakan oleh PT. Bank SUMUT Syariah Capem Karya dalam memasarkan produk Deposito iB Ibadah, antara lain periklanan (Media cetak, Media elektronik), promosi penjualan pribadi (*personal selling*), pemberian souvenir, dan promosi penjualan pada saat ada acara-acara seminar dari kampus maupun dari pihak OJK.

d. Strategi Tempat

PT. Bank SUMUT Syariah Capem Karya memasarkan produk-produknya khususnya produk Deposito iB Ibadah. PT. Bank SUMUT Syariah Capem Karya terletak di Jl. Karya No.79A, Karang Berombak, Kec.Medan Barat, Kota Medan. Sumatera Utara 20235. Lokasi ini cukup strategis guna meningkatkan penjualan produk dan menarik minat nasabah, karena dekat dengan jalan raya, rumah sakit, pom bensin. Selain itu PT. Bank SUMUT Syariah Capem Karya juga menggunakan sistem jemput bola dimana petugas langsung mendatangi rumah-rumah nasabah.

2. Kendala- Kendala yang dihadapi PT. Bank SUMUT Syariah Capem Karya dalam memasarkan produk Deposito Ib Ibadah

- a. Beberapa kendala yang dihadapi PT. Bank Sumut Syariah Capem Karya dalam menjalankan atau menawarkan Deposito iB Ibadah yaitu tentang minimnya pengetahuan atau pemahaman masyarakat tentang Bank Syariah, kurangnya SDM bagian pemasaran yang kompeten, kurangnya

promosi yang dilakukan dan semakin maraknya persaingan antar bank konvensional yang membuka layanan syariah.

B. SARAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan di PT. Bank SUMUT Syariah Capem Karya, maka penulis memiliki saran sebagai berikut:

1. Lebih meningkatkan kualitas atau kemampuan SDM khususnya dibagian pemasaran dan Menambah jumlah karyawan pada PT. Bank SUMUT Syariah Capem Karya agar lebih efektif guna memasarkan produk-produk yang ditawarkan khususnya produk Deposito iB Ibadah.
2. PT. Bank Sumut Syariah Capem Karya diharapkan sering melakukan sosialisasi ataupun mempromosikan produk Deposito iB Ibadah kepada masyarakat karena mengingat banyaknya pesaing di bidang yang sama dengan produk yang serupa. Hendaknya melakukan sosialisasi yang lebih intensif lagi terutama dalam meningkatkan pemahaman dan persepsi masyarakat terhadap produk dan sistem perbankan syariah.
3. Pihak PT. Bank SUMUT Syariah Capem Karya sebaiknya meningkatkan dan mengotimalkan kegiatan promosinya dengan lebih gencar dan meluas agar bisa menyentuh semua lapisan masyarakat baik lewat media elektronik maupun media cetak. Dan PT. Bank Sumut Syariah Capem Karya diharapkan agar terus dapat meningkatkan baik dari segi kualitas pelayanan maupun kualitas produk, khususnya Deposito iB ibadah yaitu dengan mengeluarkan ide-ide baru agar terus menarik minat nasabah.