

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian di atas, kajian strategi pemasaran produk tabungan Batara Syariah dengan akad *wadi'ah yad dhamanah* dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran produk tabungan Batara Syariah dengan akad *wadi'ah yad dhamanah* di PT. Bank Tabungan Negara Syariah kantor cabang syariah Pekanbaru menggunakan strategi yaitu dengan Segmentasi Pasar, dan Bauran Pemasaran meliputi : Produk (*Product*) : dalam pemasaran produk tabungan Batara Syariah para pemasar benar-benar menginformasikan produk dengan manfaat yang ada dan kejujuran dalam bertransaksi, Harga (*Price*) : harga pada tabungan Batara Syariah ditetapkan oleh kedua belah pihak sesuai dengan kesepakatan yaitu dengan setoran awal sebesar Rp.50.000,- Tempat (*Place*) : tempat yang digunakan sangat strategis karena berada di tengah kota, pusat perbelanjaan, sekolah-sekolah, dan Promosi (*Promotion*) : promosi yang dilakukan meliputi periklanan, promosi penjualan, publisitas, dan penjualan pribadi.
2. Kendala-kendala yang dihadapi dalam melakukan strategi pemasaran produk tabungan Batara Syariah dengan akad *wadi'ah yad dhamanah* yaitu : kendala dari dalam seperti media promosi yang masih terbatas, dan fasilitas yang masih sedikit. Sedangkan dari kendala dari luar seperti :



adanya persaingan dari lembaga keuangan lainnya yang menawarkan produk yang sama dengan berbagai macam kemudahan yang ada.

3. Dalam ekonomi Islam, strategi pemasaran produk tabungan Batara Syariah dengan akad *wadi'ah yad dhamanah* yang berhubungan dengan aspek produk (*Product*), harga (*Price*), tempat (*Place*), dan promosi (*Promotion*) tidak bertentangan dengan ajaran Islam.

B. Saran

Dari penjelasan di atas, ada beberapa saran yang menurut penulis perlu dipertimbangkan oleh beberapa pihak, yaitu sebagai berikut :

1. Bagi PT. Bank Tabungan Negara Syariah kantor cabang syariah Pekanbaru dapat selalu menciptakan produk-produk tabungan baru yang dapat menarik konsumen atas keunggulan yang dimilikinya.
2. Kepada kalangan akademisi ekonomi Islam, disarankan agar semakin giat mengkaji konsep dan sistem pemasaran syariah yang dilandaskan pada prinsip serta nilai-nilai syariah Islam, serta menelaah konsep pemasaran kontemporer dalam perspektif syariah. Hal tersebut diharapkan dapat menjadi panduan bagi para pemasar dalam melakukan segala aktivitas pemasaran yang sesuai dengan syariat Islam.