

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, dapat disimpulkan bahwa penerapan strategi *marketing canvassing* dalam upaya menarik minat nasabah tabungan siaga haji muda di KB Bank Syariah Surabaya ini efektif. Metode *canvassing* ini dilakukan dengan beberapa langkah. Langkah yang pertama yaitu menetapkan target, dimana sebelum memasarkan produknya pihak Bank akan menentukan target yang ingin dituju terlebih dahulu. Setelah itu mempersiapkan materi yang akan digunakan ketika pemasaran, bisa seperti brosur, PPT dan lainnya. Langkah selanjutnya yaitu pengenalan dan penjelasan, untuk tahap ini *canvasser* KB Bank Syariah Surabaya harus memiliki *skill public speaking* sehingga calon nasabah mudah memahami apa yang disampaikan oleh *canvasser*. Dan untuk yang terakhir adalah melakukan *follow up*, seperti penjelasan di pembahasan bahwa *follow up* terdapat dua metode yaitu *pick up service* atau bisa nasabahnya sendiri yang datang ke kantor.

Selanjutnya dalam menerapkan *canvassing* terdapat hambatan yang dialami oleh KB Bank Syariah Surabaya seperti lalu lintas yang macet sehingga bisa menyebabkan keterlambatan ke tempat tujuan dan efisiensi waktu berkurang. Kemudian tidak adanya person in charge (PIC) yang bisa ditemui, sehingga mereka kesulitan untuk memberikan surat penawaran.

B. SARAN

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka peneliti memberikan saran yang sekiranya dapat menjadi bahan pertimbangan.

1. Bagi Lembaga

Seperti yang diketahui bahwa penerapan strategi *marketing canvassing* dalam upaya menarik minat nasabah tabungan siaga haji muda di KB Bank Syariah Surabaya ini efektif, dengan menetapkan target, menyiapkan materi, pengenalan atau penjelasan, dan *follow up*. Hal, ini dapat menarik minat dari para nasabah tabungan siaga haji muda di KB Bank Syariah Surabaya. Dan bisa menjadi pertimbangan agar lebih aktif dalam melakukan *marketing canvassing*, sehingga kedepannya lebih banyak lagi nasabah yang berminat menjadi nasabah tabungan siaga haji muda.

Selain itu, hambatan yang dialami ketika melakukan *canvassing* adalah efisiensi waktu dan tidak ada PIC yang bisa langsung ditemui. Hal ini juga menjadi pertimbangan agar pihak KB Bank Syariah Surabaya dalam melakukan *canvassing* bisa berangkat lebih awal untuk menghindari keterlambatan, dan untuk hambatan yang kedua dari pihak Bank untuk mencari tahu terlebih dahulu siapa yang akan ditemui sebelum turun ke lokasi.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Adapun saran untuk peneliti selanjutnya yang tertarik dengan strategi *marketing canvassing* dalam upaya menarik minat nasabah, untuk menggali dan mengkaji lebih banyak sumber tentang strategi *canvasser* dalam mempromosikan suatu produk, serta mempersiapkan diri dengan sebaik mungkin sebelum terjun penelitian, sehingga penelitian bisa dilakukan dengan baik dan hasil penelitian yang didapatkan lebih baik.

