

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran produk Tabungan SimPel iB di KB Bank Syariah KC Surabaya dilaksanakan secara terstruktur melalui kegiatan pemetaan wilayah (*mapping*), kunjungan langsung ke sekolah (*canvassing*), pendekatan dan penawaran kerja sama kepada pihak sekolah, sosialisasi serta edukasi keuangan kepada orang tua atau wali murid, dan tindak lanjut (*follow up*). Strategi tersebut memungkinkan pihak bank menjangkau calon nasabah secara langsung sekaligus membangun kerja sama dengan sekolah sebagai penghubung antara bank, pelajar, dan orang tua.

Strategi pemasaran yang dijalankan dapat dikatakan berhasil dalam menumbuhkan minat terhadap Tabungan SimPel iB. Keberhasilan tersebut terlihat dari kesediaan pihak sekolah menjalin kerja sama, partisipasi orang tua dalam kegiatan sosialisasi, bertambahnya pemahaman mengenai pentingnya menabung sejak usia dini, serta munculnya keputusan untuk membuka rekening bagi anak. Minat tersebut juga didorong oleh proses pembukaan rekening yang mudah, jumlah setoran yang terjangkau, biaya administrasi yang rendah, dan kegunaan tabungan dalam membantu menyiapkan kebutuhan pendidikan. Dengan demikian, minat pelajar

terhadap produk ini sangat dipengaruhi oleh dukungan sekolah serta pertimbangan orang tua atau wali murid.

Dalam penerapan strategi pemasaran Tabungan SimPel iB, KB Bank Syariah KC Surabaya masih menghadapi beberapa kendala, yaitu persaingan antarbank, adanya sekolah yang telah bekerja sama dengan bank lain, sekolah yang telah memiliki program tabungan sendiri, serta keterbatasan kondisi keuangan sebagian orang tua/wali murid. Kendala tersebut menyebabkan pihak bank perlu melakukan pemetaan pasar secara lebih tepat, meningkatkan pendekatan kepada sekolah, memperkuat penyampaian keunggulan produk, serta melakukan sosialisasi dan follow up secara berkelanjutan agar pemasaran Tabungan SimPel iB dapat berjalan lebih optimal.

B. Saran

1. Bagi KB Bank Syariah KC Surabaya disarankan untuk mempertahankan dan meningkatkan kegiatan *mapping*, *canvassing*, sosialisasi, edukasi keuangan, dan *follow up* secara berkala. Bank juga perlu meningkatkan pelayanan setelah pembukaan rekening, mempermudah proses penyetoran, mengoptimalkan layanan *Pick Up Service*, memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi, serta melakukan evaluasi terhadap jumlah dan keaktifan nasabah agar pertumbuhan nasabah Tabungan SimPel iB lebih stabil dan berkelanjutan.

2. Bagi Orang tua atau wali murid disarankan untuk mendampingi anak menabung secara rutin melalui Tabungan SimPel iB sebagai sarana membentuk kedisiplinan, tanggung jawab, kebiasaan hidup hemat, dan kemampuan mengelola keuangan sejak dini. Orang tua juga perlu membantu anak menentukan tujuan menabung, mengawasi penggunaan dana, serta berkomunikasi dengan pihak sekolah atau bank apabila mengalami kendala dalam layanan maupun transaksi.
3. Bagi Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan melibatkan jumlah informan yang lebih beragam, termasuk pihak sekolah mitra, orang tua, dan pelajar dari berbagai jenjang pendidikan, sehingga hasil penelitian yang diperoleh menjadi lebih komprehensif dan mendalam. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat melakukan studi komparatif mengenai strategi pemasaran Tabungan SimPel iB pada beberapa kantor cabang KB Bank Syariah maupun bank syariah lainnya untuk mengidentifikasi perbedaan strategi yang diterapkan serta mengevaluasi tingkat efektivitas masing-masing pendekatan.