

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dibahas sebelumnya, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Analisis Strategi pemasaran Produk Tabungan Haji di masa pandemi Covid-19 pada Bank Syariah Indonesia dapat mencakup beberapa pendekatan yang relevan dan responsif terhadap situasi saat ini. Beberapa strategi yang dapat diterapkan yang pertama memanfaatkan komunikasi digital, dimana dengan memperkuat kehadiran dan komunikasi digital dapat menjadi strategi yang efektif untuk mencapai calon nasabah. Bank Syariah Indonesia dapat menggunakan media sosial, situs web, atau aplikasi perbankan online untuk memberikan informasi yang jelas dan menarik tentang Tabungan Haji.
2. Hasil dari analisis SWOT terhadap Strategi pemasaran Produk Tabungan Haji di masa pandemi Covid-19 pada Bank Syariah Indonesia, yaitu Kekuatan (kepercayaan dan reputasi BSI, jaringan distribusi yang luas, dan keahlian syariah), Kelemahan (keterbatasan akses fisik selama pandemi dan ketidakpastian perjalanan ibadah haji), Peluang (peningkatan minat pada investasi aman dan adanya peran teknologi digital), Ancaman (penurunan daya beli masyarakat dan persaingan dari produk sejenis).

3. Faktor pendukung dari strategi pemasaran Produk Tabungan Haji di masa Pandemi Covid-19 pada Bank Syariah Indonesia adalah kebutuhan yang tetap ada, potensi keuntungan, dan peningkatan kebutuhan keuangan. Sedangkan faktor penghambatnya adalah adanya pembatasan perjalanan, ketidakstabilan ekonomi, dan perubahan prioritas keuangan.
4. Strategi pemasaran Produk Tabungan Haji di masa pandemi Covid-19 pada Bank Syariah Indonesia diantaranya memanfaatkan komunikasi digital, edukasi online, mengadakan penawaran khusus, kolaborasi dengan agen perjalanan dan biro haji, meningkatkan layanan pelanggan yang responsif, dan melakukan kolaborasi dengan influencer.

## **5.2 Saran**

Dari keterbatasan yang ada maka diperlukan saran untuk mengembangkan penelitian selanjutnya, yaitu :

1. Bagi peneliti selanjutnya
  - a. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan peneliti dapat memperluas penelitian dengan menambah topik penelitian selain produk tabungan haji yang terdapat di Bank Syariah Indonesia.
  - b. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggunakan jenis analisis lain selain analisis SWOT dari strategi pemasaran seperti contohnya analisis bauran pemasaran.

## 2. Bagi Bank Syariah Indonesia

a. Perusahaan disarankan agar lebih berhati – hati melakukan pengambilan keputusan yang mampu mempengaruhi kinerja perusahaan. Selain itu sebelum menerapkan strategi perusahaan, alangkah baiknya perusahaan melakukan analisis pasar dan segmentasi, analisis pesaing, dan analisis perilaku konsumen terlebih dahulu, agar strategi pemasaran yang diterapkan dapat berjalan dengan efektif.