

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Upaya yang dilakukan pihak BPRS Suriyah Cabang Semarang dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan iB Tasya Wadiah.

Strategi harga yang digunakan pada tabungan iB Tasya Wadiah adalah jumlah setoran awal nasabah baru adalah Rp 20.000,- dan setoraan berikutnya minimal Rp 10.000,-. Strategi produk yang digunakan adalah dengan nasabah menitipkan dananya dalam bentuk tabungan pada bank dan bank dapat memberikan bonus sebagai tanda terima kasih atas penggunaan dana tersebut dan selama tidak terikat suatu perjanjian ataupun syarat tertentu. Strategi lokasi BPRS Suriyah dimana Kantor kas BPRS Suriyah yang di tempatkan di daerah Jalan Supriyadi , dan kantor cabang di jalan Indraprasta no. 39. Strategi promosi yang dipilih yaitu dengan Media luar ruang sebagai penyampaian informasi produk iB Wadiah BPRS Suriyah Cabang Semarang sudah dilakukan dengan bekerjasama dengan instansi pendidikan yakni di beberapa SD di Semarang serta di website **Error! Hyperlink reference not valid.** marketing mix yang digunakan BPRS Suriyah Cabang Semarang ternyata belum mampu meningkatkan jumlah nasabah tabungan ib Tasya Wadiah yang menurun dari tahun ke tahun.

2. Faktor-Faktor yang Menjadi Kendala BPRS Suriyah Cabang Semarang dalam Upaya Peningkatan Jumlah Nasabah Tabungan iB Tasya Wadiah

BPRS Suriyah lebih fokus pada iB Deposito dibandingkan dengan tabungan iB Wadiah, sehingga penurunan yang terjadi terus-menerus pada tabungan iB Tasya Wadiah tidak begitu dipedulikan. Adapun faktor-faktor lain yaitu:

- a. Faktor lokasi : Lokasi BPRS Suriyah yang berada di Jalan Supriyadi dan Jalan Indrapasta keadaannya sangat sepi.
- b. Faktor SDM : Karyawan di BPRS Suriyah cabang Semarang tidak semuanya mendalami atau mengerti produk Tabungan iB Tasya Wadiah.
- c. Faktor lingkungan : Belum semua masyarakat di sekitar BPRS mengerti apa keuntungan dan kerugian menabung menggunakan tabungan iB Tasya Wadiah di BPRS Suriyah cabang Semarang.
- d. Faktor promosi : BPRS Suriyah belum berani untuk menggunakan media promosi yang lebih luas.
- e. Faktor biaya : Biaya yang besar menyebabkan biaya operasional BPRS Suriyah membengkak.
- f. Faktor persaingan : Banyaknya BPRS membuat persaingan dalam memasarkan produk tabungan iB Tasya Wadiah semakin ketat.

B. Saran

1. BPRS Suriyah sebaiknya tetap fokus pada segala bidang produk yang di tawarkan kepada nasabah agar penurunan terus menerus yang terjadi pada produk tabungan iB Tasya Wadiah tidak terjadi pada produk lain.
2. Pihak BPRS Suriyah harus melakukan inovasi dalam strategi bauran pemasaran agar tidak kalah saing dengan BPRS-BPRS yang lain.
3. Adapun alternatif strategi bauran promosi yang dapat dipilih oleh BPRS Suriyah sebagai alternatif inovasi strategi marketing mix.
3. BPRS Suriyah sebaiknya menambah kantor cabang yang lokasinya berdekatan dengan pasar atau tempat yang mudah dijangkau nasabah.

C. Penutup

Dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan syukur Alhamdulillah kepada Allah SWT yang telah memberikan kemudahan bagi penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari kesempurnaan, semoga kekurangan ini bisa menjadi koreksi bagi penulis agar lebih baik lagi. Kritik dan saran sangat penulis harapkan demi perbaikan tugas akhir ini. Semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi penulis dan semua kalangan.