

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan sejumlah uraian yang telah dipaparkan oleh penulis terkait dengan “Implementasi Strategi Pemasaran Produk Tabungan IB Hijrah Haji di Bank Muamalat Indonesia KCU Kediri” maka disimpulkan sebagai berikut :

1. Tabungan IB Hijrah Haji di Bank Muamalat KCU Kediri merupakan produk penghimpun dana atau tabungan haji yang menggunakan akad *wadi'ah* dengan sasaran masyarakat muslim baik dewasa maupun anak-anak (minimal usia 12 tahun).
2. Implementasi strategi pemasaran yang diterapkan Bank Muamalat Indonesia KCU Kediri yaitu dimulai dari *segmenting* (segmentasi pasar), *targeting* (target pasar) lalu *positioning* (penetapan posisi pasar).
3. Kendala yang dihadapi Bank Muamalat Indonesia KCU Kediri dalam melakukan strategi pemasaran produk tabungan IB Hijrah Haji terdiri dari internal dan eksternal. Kendala internalnya adalah keterbatasan unit kantor dan SDM yang mempengaruhi keberhasilan strategi pemasaran produk tabungan IB Hijrah Haji yang dilakukan oleh Bank Muamalat Indonesia KCU Kediri, dan kendala eksternalnya meliputi a) Jangkauan pendaftaran tabungan haji, b) Keraguan masyarakat tentang adanya Bank Muamalat Indonesia sebagai Bank Syariah.
4. Solusi yang diterapkan untuk kendala internal adalah dengan melihat web resmi Bank Muamalat jika membutuhkan informasi seputar Bank Muamalat khususnya tabungan serta nasabah disarankan untuk menginstal *Mobile Banking* BMI yang

dimaksudkan mempermudah nasabah bertransaksi. Untuk solusi yang diterapkan BMI KCU Kediri dalam mengatasi kendala eksternal meliputi, a) disediakan mobil Branch dari bank yang berada di Kemenag dan tempat tempat tertentu dihari dan waktu tertentu guna mempermudah masyarakat dalam menjangkaunya dan menginstal *Mobile Banking* BMI untuk mempermudah transaksi, b) dengan penyebaran informasi baik cetak maupun elektronik, online maupun offline misalnya penyebaran brosur cetak sedangkan yang online nya bisa lewat web resmi dari BMI juga dengan promosi-promosi yang gencar dilakukan.

B. SARAN

1. Bagi Lembaga

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dalam melakukan strategi pemasaran produk khususnya tabungan IB Hijrah Haji di Bank Muamalat Indonesia KCU Kediri, sehingga mampu meminimalisir risiko yang mungkin terjadi dan meningkatkan kinerja perusahaan.

2. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan menambah wawasan masyarakat terkait topik yang dibahas. Selain itu dalam penelitian ini tentu masih terdapat kekurangan, sehingga peneliti sangat mengharapkan saran serta kritik yang bersifat membangun demi penyempurnaan penelitian ini.

3. Bagi Akademis

Penelitian ini diiharapkan dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu khususnya berkaitan dengan strategi pemasaran produk. Selain itu penelitian ini dapat dijadikan

bahan referensi atau rujukan khususnya bagi jurusan perbankan syariah serta tambahan pustaka pada perpustakaan IAIN Tulungagung.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dari hasil penelitian ini kiranya yang menjadi topik pembahasan sangat luas. Oleh karena itu bagi peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian lebih lanjut dengan mengganti ataupun menambah variabel- variabel terkait, misalnya dengan menerapkan strategi pemasaran dengan memperhatikan faktor-faktor strategi pemasaran.