BAB VI

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan penjelasaran atau uraian yang telah dipaparkan penulis terkait dengan " Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Menabung Nasabah Produk Tabungan IB Hijrah Haji di PT Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar" maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Tabungan IB Hijrah Haji di Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar merupakan produk penghimpunan dana atau tabungan haji yang menggunakan akad wadi'ah atau titipan dengan sasaran masyarakat muslim yang bertujuan untuk mempermudah calon nasabah haji yang ingin berangkat haji dengan cara menabung sesuai kemampuan. Strategi pemasaran yang diterapkan di Bank Muamlat Indoesia KCP Blitar yaitu strategi *Marketing Mix* 4P yakni *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (Tempat), dan *Promotion* (Promosi).
2. Kendala yang dihadapi Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar dalam melakukan proses pencapaian strategi pemasraan Tabungan IB Hijrah Haji terdiri dari kendala internal dan kendala eksternal. Kendala internal meliputi keterbatasan SDM dan sempitnya lahan atau kantor Bank Muamalat Indonesia. Sedangkan kendala Eksternal yakni Jangkauan untuk daerah terpelosok bagi calon nasbah haji dan keraguan masyarakat tentang Bank Muamlat Indonesia sebagai salah satu Bank Syariah.

3. Solusi yang diterapkan untuk kendala internal adalah pengenalan web resmi Bank Muamalat Indonesia bertujuan untu mempermudah calon nasabah yang membutuhkan informasi seputar Bank Muamlat khususnya Tabungan Haji. selain itu nasabah harus menginstal Mobile Banking diharapkan mempermudah nasabah saat bertransaksi. Solusi untuk kendala eksternal disediakannya mobil Branch dari bank Muamalat yang berada di KEMENAG dan tempat tertentu. Selain itu penyebaran infomasi baik cetak maupun elektronik dan melakukan gencar melakukan promosi lainnya.

B. SARAN

1. Bagi Lembaga

   Berdasarkan hasil penelitian ini hendaknya karyawan atau petugas melakukan promosi untuk memperkenalkan Bank Muamalat Indonesia sebagai salah satu bank syariah sehingga dapat dikenal oleh masyarakat umum. Pengenalan bisa dilakukan dengan media sosial atau bisa melihat langsung di web Bank Muamalat Indonesia. Selain itu penambahan karyawan dirasa perlu agar pelayanan terhadap nasabah lebih maximal.

2. Bagi Akademis

   Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk pengembangan ilmu khususnya strategi pemasaran produk Tabungan IB Hijrah Haji. Dan dapat dijadikan bahan rujukan atau referensi khususnya bagi jurusan Perbankan Syariah serta dokumentasi akademik yang berguna

untuk dijadikan acuan civitas akademik Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya. Peneliti selanjutya diharapkan mengembangkan penelitian yang berkaitan dengan strategi pemasaran haji