

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Strategi Pemasaran dalam memasarkan produk iB Hijrah Haji pada Bank Muamalat Kantor Cabang Utama Kediri sangat efektif terbukti dengan peningkatan nasabah setiap tahun, adapun strategi pemasaran yang dilakukan adalah sebagai berikut :
 - a. *Product* dengan seleksi ketat terhadap produk yang akan dikeluarkan sesuai dengan Syariat Islam dan mengikuti kebutuhan nasabah, sehingga bisa menyesuaikan kebutuhan masing-masing nasabah
 - b. *Price* dengan menyediakan variasi harga sesuai dengan kemampuan nasabah.
 - c. *Promotion* menggunakan *Direct Sales*, Iklan di media masa di daerah tertentu, media social resmi Bank Muamalat *Cross Selling* dari pegawai, dan Petugas/ *Market Person* bank muamalat kepada Nasabah *Walk In*.
 - d. *Place* dengan pemilihan tempat pembangunan bank yang strategi di pusat perkotaan dengan akses yang mudah dan cepat.
 - e. *People* dengan pelatihan yang bagus serta seragam kerja yang sesuai syariat islam akan menambah nilai tambah bagi pelayanan bank ini.
 - f. *Proces* dengan pelayanan yang bersih, mudah, tepat waktu akan dapat menciptakan kepuasan tersendiri bagi nasabah bank ini.
 - g. *Physical Evidence* dengan memberikan buku tabungan kepada para nasabah yang mendaftar program ini.

2. Adapun kendala atau faktor penghambat dari Strategi Pemasaran dalam produk iB Hijrah Haji pada Bank Muamalat Kantor Cabang Utama Kediri adalah persaingan antar Bank Syariah yang memiliki produk serupa, selain itu peraturan pemerintah mengenai biaya haji dan kondisi pandemi sekarang yang membuat haji ditunda keberangkatannya juga belum meluasnya literisasi dalam hal Digitalisasi.
3. Adapun solusi dari Faktor Penghambat Strategi Pemasaran dalam produk iB Hijrah Haji pada Bank Muamalat Kantor Cabang Utama Kediri adalah memperhitungkan harga dari produk agar bisa banyak diminati, fleksibel mengikuti peraturan pemerintah, melakukan refund biaya haji tanpa kehilangan status calon jamaah haji, dan meningkatkan kegiatan Literasi Digitalisasi.

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 Cabang 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 diharapkan 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.