

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Adapun dengan dilakukannya penelitian ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Lembaga keuangan khususnya PT. Bank muamalat Indonesia dengan penerapan strategi pemasaran produk pembiayaan murabahah yang baik dan bervariasi akan mempertimbangkan (Daur hidup Produk, posisi persaingan dipasar, dan situasi ekonomi). Dengan begitu segala bentuk macam produk-produk yang dipasarkan akan membuat nasabah tetap tertarik, tidak bosan, dan memiliki rasa percaya diri sehingga akan mampu membuat nilai dari perusahaan meningkat.
2. PT. Bank Muamalat Indonesia membutuhkan suntikan danah dari luar seperti investor, sehingga mampu membuat perusahaan tetap bertahan dalam menjalankan bisnisnya untuk kemaslahatan ummat. Dengan harga saham yang baik mampu meningkatkan profit perusahaan dan membuat para *steckolder* semakin tertarik untuk tetap bermitra dengan PT. Bank muamalat Indonesia.
3. PT. Bank Muamalat Indonesia dalam penerapan startegi pemasran selalu mempertimbangkan kehalalan produknya karena bukan hanya persoalan membuat nasabah tertarik dan berminat, namun tetap memperhatikan bentuk pelaporan terhadap *stecholder* yakni dilakukan dengan akuntabel dan mengedepankan transparansi.

4. PT. Bank Muamalat Indonesia dengan harga saham yang mencerminkan nilai perusahaan dan tingkat pengembalian investasi yang diterima oleh investor akan mampu membuat kapabilitas perusahaan baik dihati nasabah sehingga segala bentuk keluhan nasabah semakin menurun. Dengan begitu dalam bentuk pelaporan terhadap *stecholder* tetap transparansi dan akuntabel.
5. *Islamic Social Reporting* yang terdiri dari pendanaan dan investasi serta produk dan jasa secara persial terdapat satu indikator produk dan jasa yang berpengaruh secara signifikan terhadap profitabilitas bank muamalat Indonesia. Berdasarkan indikator yang berpengaruh tersebut dalam kepatuhan pihak bank bagus dalam memasarkan produk-produknya kepada *stakeholder* sehingga profit perbankan meningkat dengan baik.

B. Saran

Bagi PT. Bank Muamalat Indonesia agar tetap produktif lagi dalam meningkatkan pemasran produknya, dengan harapan semakin kreatif agar dapat memperbaharui inovasi dan kegiatan pemasarannya sehingga dapat membuat daya saing lebih tinggi dalam situasi ekonomi yang modern dan canggih seperti saat ini. Dengan begitu akan membuat perusahaan dapat beroperasi dengan baik dan sehat.