

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Strategi pemasaran merupakan kunci keberhasilan perusahaan, baik di sektor jasa maupun barang. Bank Muamalat KCP Madiun, yang bergerak di bidang perbankan jasa, memiliki produk unggulan yaitu Tabungan IB Hijrah. Strategi pemasaran produk ini mencakup pendekatan yang menyebabkan fluktuasi peningkatan jumlah nasabah setiap tahunnya. Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran memainkan peran penting dalam meningkatkan jumlah nasabah. Bank Muamalat KCP Madiun menggunakan berbagai pendekatan pemasaran yang meliputi sosialisasi di yayasan, sekolah, dan pesantren, serta menjalin kerja sama. Strategi pemasaran lainnya termasuk, bebas biaya layanan bulanan, setoran awal yang ringan, subsidi setiap bulan, pembukaan rekening online, dan layanan jemput bola dengan adanya *mobile branch*.

Strategi ini memberikan berbagai kemudahan kepada marketing, yang berkontribusi pada peningkatan jumlah nasabah yang signifikan. Nasabah merasa tertarik menabung di produk tabungan IB Hijrah karena kemudahan-kemudahan tersebut, serta pelayanan yang memuaskan dan keamanan dalam menabung. Dengan demikian, strategi pemasaran yang diterapkan oleh Bank Muamalat KCP Madiun terbukti efektif dalam meningkatkan jumlah nasabah dan memasarkan produk tabungan IB Hijrah.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis data pada penelitian ini, maka peneliti memberikan saran atau rekomendasi sebagai berikut

1. Bagi Bank Muamalat KCP Madiun diharapkan sasaran target nya lebih diperluas lagi dan lebih kreatif lagi dalam memasarkan produk tabungan IB Hijrah, ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi Bank Muamalat KCP Madiun, agar lebih memperluas lagi target untuk memasarkan produk tabungan IB Hijrah ini, sehingga nanti ke depannya akan semakin lebih banyak lagi nasabah yang membuka rekening tabungan IB Hijrah ini.
2. Bagi SDM Bank Muamalat diharapkan kinerja lebih ditingkatkan dan solidaritasnya semakin dijunjung tinggi. Diharapkan untuk evaluasi tidak dilakukan di akhir saja melainkan evaluasi juga di awal agar lebih mantap dalam melakukan pelaksanaan kegiatan pemasaran yang lebih baik.
3. Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik dengan strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan IB Hijrah di bank Muamalat KCP Madiun, dapat memberikan kontribusi dan dorongan untuk mengkaji dan menggali lebih banyak sumber maupun referensi yang berhubungan dengan strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan IB Hijrah di bank Muamalat KCP Madiun, serta diharapkan dapat menciptakan inovasi baru, produktif, kreatif serta dapat memperkaya referensi yang terkait dengan topik penelitian agar hasil yang didapatkan lebih baik lagi.