

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan pembahasan pada bab-bab sebelumnya maka penulis menarik kesimpulan dari Strategi Pemasaran Produk Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah di Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Banjarmasin

1. Strategi yang digunakan pihak PT. Bank Muamalat Tbk Cabang Banjarmasin dengan memberikan produk tabungan iB Hijrah haji dan umroh yang memiliki keunggulan nama mudah diingat, memberikan biaya admin yang lebih murah, memberikan banyak keuntungan seperti souvenir. Bank Muamalat Indonesia Tbk cabang Banjarmasin selalu memastikan nasabah mendapatkan kemudahan dalam pemberangkatan haji dan umroh.
2. Kendala yang dimiliki Bank Muamalat Cabang Banjarmasin, antara lain: masih kurangnya jumlah kantor layanan, Masih kurangnya jumlah ATM, Lamanya daftar tunggu (*waiting list*), semakin gencarnya promosi bank syariah kompetitor serta semakin lengkap dan inovatif fitur produk bank kompetitor yang dilengkapi dengan teknologi canggih.

B. Saran-saran

Berdasarkan hasil penelitian, maka saran yang diberikan penulis kepada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Banjarmasin dalam strategi pemasaran produk tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah agar terus berinovasi dalam hal pemasaran dengan membuat program-program baru untuk menarik minat

masyarakat. Selain itu perlunya sosialisasi lebih mendalam lagi mengenai produk tabungan Haji dan Umrah kepada masyarakat agar lebih mengetahui tentang produk ini serta program-programnya. Dalam hal ini pihak bank berarti harus terus meningkatkan skill marketing melalui pendidikan marketing dalam hal strategi pemasaran dan pemahaman tentang produk tersebut.