

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A.Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian tentang strategi pemasaran pada produk tabungan haji di BMT UGT Nusantara Cabang Banjarmasin serta pembahasan yang telah peneliti uraikan diatas maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran yang diterapkan pada produk tabungan haji di BMT UGT Nusantara Cabang Banjarmasin adalah dengan bauran pemasaran 7P, meliputi product, price, place/distribution, promotion, people, physical evidence, dan process. Adapun promosi yang digunakan adalah dengan membagikan brosur sesuai dengan target yang dituju, dan juga melakukan promosi secara online melalui media sosial setiap karyawannya.
2. Kendala yang dihadapi dalam memasarkan produk tabungan haji pada BMT UGT Nusantara Cabang Banjarmasin adalah kurangnya sumber daya manusia yang dimiliki BMT UGT Nusantara Cabang Banjarmasin, dan kurangnya memahami kehendak dari masyarakat sekitar tentang produk tabungan haji di BMT UGT Nusantara Banjarmasin

## **B. Saran**

Dari hasil penelitian dan pembahasan, untuk itu saran yang dapat peneliti berikan kepada BMT UGT Nusantara Cabang Banjarmasin dalam memasarkan produk tabungan haji adalah sebagai berikut:

1. Pihak BMT UGT Nusantara Cabang Banjarmasin diharapkan menambah sumber daya manusia, membuat inovasi pada produk serta meningkatkan kualitas pelayanan, dan membangun komunikasi yang efektif dengan nasabah atau calon nasabah, sesuai dengan permasalahan atau kendala pemasaran yang dihadapi.
2. Pihak BMT UGT Nusantara Cabang Banjarmasin diharapkan dapat mengevaluasi kembali kinerja pihak internal perusahaan guna mengantisipasi kendala-kendala pemasaran yang akan datang.
3. Saran peneliti bagi penelitian selanjutnya diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya serta perlu adanya pengembangan.