

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai Penerapan Strategi *Relationship Marketing* dalam Meningkatkan Minat Nasabah terhadap Produk Pendanaan dan Pembiayaan pada Bank Muamalat KCP Kayu Tangi Banjarmasin, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Bank Muamalat KCP Kayu Tangi Banjarmasin dalam penerapan *relationship marketing* lebih memfokuskan pada menjaga hubungan baik dengan nasabah, menunjukkan kepedulian dengan nasabah dan menjaga kepercayaan nasabah. Hal ini dilakukan Bank Muamalat dengan cara selalu menjaga silaturahmi, menjaga komunikasi yang baik, memberikan informasi yang jelas, memberikan *reward* atau penghargaan, memberikan fasilitas keluhan dan saran, serta meningkatkan kualitas pelayanan untuk nasabah.
2. Adapun kendala yang dihadapi Bank Muamalat KCP Kayu Tangi Banjarmasin dalam penerapan strategi *relationship marketing*, sebagai upaya meningkatkan minat nasabah terhadap produk pendanaan dan pembiayaan yaitu: bahasa, waktu, pesaing atau bank lain, keterbatasan produk dan dana, kurangnya SDM Perbankan Syariah, dan situasi ekonomi.

B. Saran-saran

Saran yang diberikan peneliti berkaitan dengan hasil analisis dan pembahasan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk strategi *relationship marketing* yang diterapkan untuk ke depannya agar lebih banyak mengarah pada tujuan untuk meningkatkan kepuasan nasabah agar nasabah menjadi loyal dan dengan senang hati bersedia mempromosikan produk bank kepada orang lain.
2. Untuk Bank Muamalat KCP Kayu Tangi Banjarmasin agar lebih meningkatkan kualitas pelayanan terhadap nasabah seperti memperbanyak fasilitas mesin ATM Muamalat, khususnya di daerah Banjarmasin dan sekitarnya, agar dapat memudahkan nasabah untuk bertransaksi dan memberikan kepuasan kepada nasabah.
3. Bagi peneliti selanjutnya sebaiknya melakukan penelitian lebih mendalam mengenai strategi *relationship marketing* serta pengaruhnya terhadap minat nasabah, peningkatan jumlah nasabah dan profit bank.