

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Dari seluruh uraian diatas dapat diambil kesimpulan yang berupa gambaran menyeluruh mengenai hasil pembahasan dan dapat diungkapkan sebagai berikut :

1. Berdasarkan penelitian, Bank Muamalat Banjarmasin menerapkan strategi pemasaran yang berfokus pada kebutuhan konsumen, harga kompetitif, lokasi strategis, dan promosi terarah. Strategi efektif mereka meliputi promosi milad dengan diskon khusus dan perhatian pada nasabah eksisting, yang meningkatkan loyalitas dan kepuasan pelanggan dengan biaya rendah. Pendekatan ini tidak hanya menarik nasabah baru, tetapi juga mempertahankan dan memperkuat hubungan dengan nasabah yang ada
2. Penerapan strategi pemasaran KPR IB Hijrah di Bank Muamalat Banjarmasin belum sepenuhnya mencapai target 100% dari kantor pusat. Meski berbagai strategi sudah diterapkan, beberapa faktor menghalangi pencapaian target. Bank perlu fokus pada list building dan komunikasi efektif untuk mencapai dan melampaui target tersebut, memastikan hasil pemasaran KPR sesuai harapan yang diinginkan.

B. Saran-saran

1. Bank Muamalat Banjarmasin harus memaksimalkan promosi milad yang telah terbukti meningkatkan loyalitas konsumen dan memberikan perhatian khusus pada nasabah *eksisting* yang sudah ada untuk mempertahankan hubungan yang kuat. Meningkatkan *list building* dengan mengumpulkan kontak potensial berkualitas dan meningkatkan komunikasi dengan calon nasabah dan mitra untuk memastikan informasi produk tersampaikan dengan jelas. Terus evaluasi strategi pemasaran yang ada dan siapkan untuk menyesuaikan dengan kebutuhan dan perubahan pasar.
2. Saran untuk peneliti selanjutnya adalah teliti lanjut faktor-faktor yang mempengaruhi kesesuaian target dari penerapan strategi pemasaran pada produk KPR IB Hijrah di Bank Muamalat Banjarmasin dan bandingkan strategi pemasaran Bank Muamalat dengan bank lain dalam produk serupa untuk memahami praktik terbaik.