BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan penelitian yang telah penulis lakukan, maka didapatkanlah simpulan sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran yang diformulasikan Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin terhadap produk tabungan Muamalat Prima iB dalam meningkatkan dana ritel berupa strategi produk seperti penawaran bagi hasil yang menarik, strategi harga seperti saldo awal yang rendah serta saldo minimum yang ringan, strategi tempat (saluran distribusi) seperti penyediaan produk aksesibilitas yang luas, strategi promosi seperti memberikan benefit dan fitur yang menguntungkan dan fleksibel bagi nasabah, dan pelayanan seperti pelayanan melalui e-Muamalat yaitu SalaMuamalat. Strategi pemasaran tersebut telah berjalan cukup baik dalam meningkatkan dana ritel di Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarsin.
2. Faktor-faktor pendukung yakni mayoritas masyarakat Banjarmasin beragama Islam, Nisbah bagi hasil yang menarik dengan bagi hasil yang cukup tinggi dan fitur teknologi yang memadai. Sedangkan faktor-faktor penghambat antara lain kurangnya pemahaman masyarakat, kurangnya SDM Perbankan Syariah, dan Persaingan dengan Bank Konvensional.

B. Saran

Saran yang dapat penulis berikan antara lain:

1. Bagi Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin, dapat mempertahankan strategi pemasaran yang dirasa efektif dalam meningkatkan dana ritel serta dapat mengembangkan lagi apa saja yang perlu dikembangkan mengingat persaingan yang semakin kompetitif dalam dunia perbankan khususnya Perbankan Syariah.
2. Bagi peneliti selanjutnya, dapat melanjutkan penelitian berkisar pada permasalahan pemahamann masyarakat maupun praktisi perbankan syariah terhadap prinsip-prinsip syariah dalam produk perbankan syariah, karena hal tersebut merupakan salah satu faktor yang menjadi penghambat dalam berkembangnya sebuah produk Perbankan Syariah.