

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan terdapat beberapa informasi tentang strategi pemasaran produk tabungan IB Hijrah Rencana, hambatan pada saat proses pemasaran produk tabungan IB Hijrah Rencana, serta upaya untuk solusi mengatasi hambatan yang membuat terkendalanya proses pemasaran produk tabungan IB Hijrah Rencana.

Strategi pemasaran yang diterapkan Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Nganjuk dalam memasarkan produk tabungan IB Hijrah Rencana yaitu dengan melakukan penawaran produk langsung kepada nasabah yang sedang berkunjung ke bank, melakukan *cross selling* kepada nasabah yang sedang melakukan transaksi ke bank, menawarkan produk kepada nasabah lama dengan melakukan kunjungan ke rumah atau lewat via telepon, mengajukan proposal ke lembaga-lembaga seperti lembaga pendidikan atau ke perusahaan, serta melalui sosial media.

Dalam melakukan pemasaran ada juga hambatan dalam proses pemasaran, seperti adanya produk yang sejenis dengan produk tabungan IB Hijrah Rencana seperti asuransi, serta hambatan lain yaitu tidak adanya informasi atau pengingat mengenai jatuh tempo, sehingga jika nasabah lupa maka saldo yang ada pada tabungan IB Hijrah Rencana akan secara otomatis didebet ke rekening sumber atau rekening induk.

Upaya untuk menyelesaikan hambatan yang ada yaitu dengan memberikan penjelasan kepada calon nasabah mengenai produk dan tujuan dari tabungan

rencana, serta menggali informasi apa yang sedang dibutuhkan oleh nasabah, apakah lebih baik dengan membuka tabungan rencana atau tidak. Untuk upaya hambatan yang lain dilakukan dengan menyampaikan pada awal pembukaan rekening tabungan IB Hijrah Rencana mengenai tidak adanya fasilitas mengenai jatuh tempo dari tabungan tersebut.

## **5.2 Saran dan Implikasi Penelitian**

Adapun saran dan implikasi pada penelitian ini antara lain :

### **5.2.1 Saran**

- 1) Bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian sebaiknya memilih topik pembahasan yang berbeda, karena pada Bank Muamalat memiliki berbagai topik pembahasan terkait strategi pemasaran sebagai Penelitian Tugas Akhir.
- 2) Bagi peneliti berikutnya apabila melakukan penelitian dengan judul dan topik pembahasan yang sama, alangkah lebih baiknya melakukan penelitian pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu yang lainnya atau perusahaan yang lainnya.
- 3) Bagi perusahaan dalam melakukan pemasaran produk tabungan IB Hijrah Rencana pada masa pandemic seperti dengan menggunakan video online karena dalam penggunaan media pemasaran ini akan memudahkan dalam melakukan pemasaran mengingat salah satu strategi pemasaran yang dilakukan adalah dengan datang ke lembaga pendidikan atau perusahaan, serta menghubungi nasabah lama melalui via telepon, dan media sosial.

### 5.2.2 Implikasi Penelitian

Penggunaan video online dalam strategi pemasaran produk Tabungan IB Hijrah Rencana dapat membantu pemasaran yang dilakukan oleh Bank Muamalat, mengingat sedang adanya pandemic proses pemasaran dengan tatap muka semakin sulit dilakukan sehingga dengan adanya video online akan sangat membantu proses pemasaran, di samping itu hal ini juga dapat menjadi pengganti untuk sementara strategi pemasaran yang biasanya dilakukan dengan datang ke lembaga-lembaga, menghubungi nasabah lama melalui via telepon, serta dengan media sosial. Dengan menggunakan video online proses pemasaran akan semakin mudah dilakukan, calon nasabah juga akan lebih tertarik dengan penjelasan melalui sebuah video online yang menarik, dan dalam hal ini akan memudahkan banyak orang untuk menjangkaunya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anifah, N. (2018). *Strategi pemasaran produk tabungan SIRELA di KSPPS BINAMA Semarang*. (Doctoral dissertation, UIN Walisongo Semarang).
- Arrafi, Sandy Yoga. (2018). *Strategi Pemasaran Produk Funding Di Bank Muamalat Cabang Pembantu Magelang*. (Diss. IAIAN SALATIGA)
- Arus, S. A., Rohmanudin, E., Riadus, B., Azizah, N. N., Azizah, N., 2019. *Penerapan Tabungan IB Hijrah Rencana Sebagai Alternatif Pelunasan Biaya Haji Pada PT Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Nganjuk*. Kediri: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri.
- Bank Indonesia, (1992). *Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan*.
- Eliza, S. (2021). *Strategi Pemasaran Syariah Tabungan Ib Hijrah Rencana Di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (Kcp) Manna* (Doctoral Dissertation, Iain Bengkulu).
- Daniel. Strategi Pemasaran Adalah : Definisi, Tipe, Tahapan, Konsep dan Contohnya(<https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:kmy4o9ih4CAJ:https://ekonomimanajemen.com/strategi-pemasaran/+&cd=3&hl=id&ct=clnk&gl=id&client=firefox-b-d>) : diakses pada tanggal 7 Juni pukul 17.59 WIB).
- Entaresmen, R. A., & Pertiwi, D. P. (2017). *Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan Produk Tabungan Ib Hasanah Di PT. Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Cabang Jakarta Barat*. Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa, 9(1), 53-74.
- Faiqoh, R. (2016). *Analisis Strategi Pemasaran KPRS di Bank Muamalat Cabang Kudus*. IQTISHADIA, 6(2), 279-291.
- Sugiyono, (2018). *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung : Alfabeta
- NS Taha. (2017). Bab II Kajian Pustaka, Kerangka Pemikiran dan Hipotesis (<http://repository.unpas.ac.id/30165/7/BAB%202.pdf> : diakses pada tanggal 7 Juni 2021 pukul 19.00 WIB).
- Penelitian Kualitatif (Metode) : Penjelasan Lengkap – Uji Statistik. (<https://www.statistikian.com/2012/10/penelitian-kualitatif.html> : diakses pada tanggal 8 Juni 2021 pukul 21.34 WIB).

Tamara, Angelica. (2016). *"Implementasi analisis SWOT dalam strategi pemasaran produk mandiri tabungan bisnis."* Jurnal riset bisnis dan manajemen.

Widayati, Ratna, and Muhamad Rahman. (2019). *"Aktivitas Pemasaran Produk Tabungan Pada PT. Bpr Rangkiang Denai Payakumbuh Barat."*

