

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan yang sudah dibuat, maka penulis dapat menyimpulkan beberapa kesimpulan, diantaranya yaitu:

Kesimpulan dari penelitian yang pertama yaitu dengan tujuan dapat mengetahui strategi pemasaran yang diterapkan oleh Bank Muamalat dalam mempromosikan produk Tabungan iB Hijrah Haji. Strategi pemasaran yang diterapkan oleh bank muamalat yaitu dengan menggunakan enam cara yang berbeda-beda. Enam cara tersebut yaitu: *walk-in customer*, *cross-selling*, memanfaatkan media sosial, menyebarkan brosur dan proposal, mendatangi KBIH (Kelompok Bimbingan Ibadah Haji), dan mendatangi komunitas. Keenam strategi tersebut diterapkan Bank Muamalat dalam mempromosikan produk Tabungan iB Hijrah Haji. Dengan menerapkan keenam strategi tersebut pertumbuhan nasabah produk Tabungan iB Hijrah Haji mengalami kenaikan dari tahun ke tahun. Keberhasilan dalam menerapkan strategi pemasaran tersebut tentunya tak lepas dari pelatihan marketing yang telah diberikan oleh bank muamalat kepada pegawai marketing nya dan Bank Muamalat KCP Nganjuk juga memiliki 4 komponen dalam memasarkan produk Tabungan iB Hijrah Haji. Empat komponen tersebut meliputi: produk, distribusi, harga, dan promosi.

Kesimpulan dari penelitian yang kedua, yaitu dengan tujuan dapat mengetahui alur pendaftaran produk Tabungan iB Hijrah Haji di Bank Muamalat KCP Nganjuk. Langkah pertama yang dilakukan calon nasabah jamaah haji yaitu nasabah ke bank menemui customer service, nasabah mengisi formulir pembukaan

tabungan, customer service menjelaskan setoran yang akan dibayarkan setiap bulannya, Melakukan pendaftaran haji di Kementerian Agama, petugas Kementerian Agama melakukan registrasi haji ke SISKOHAT, nasabah calon jamaah haji mendapatkan SPPH (Surat Pendaftaran Pergi Haji), nasabah calon jamaah haji menyerahkan SPPH ke Bank Muamalat untuk mengetahui nomor porsi haji, menunggu keberangkatan haji sesuai dengan regulasi dari Kementerian agama. Alur pendaftaran yang dilakukan Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Nganjuk sudah dikategorikan sesuai dengan Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia nomor 13 Bab 3 Pasal 7 dan Keputusan Direktur Jendral Penyelenggaraan Haji dan Umroh Nomor D / 28 / 2016 Tentang Pedoman Pendaftaran Haji Regular.

5.2 Saran dan Implikasi Penelitian

Saran dan implikasi penelitian yang dapat di berikan kepada peneliti selanjutnya dan juga diberikan kepada perusahaan setelah dilakukannya penelitian mengenai strategi pemasaran produk Tabungan iB Hijrah Haji adalah sebagai berikut:

5.2.1 Saran

Saran yang dapat disampaikan sehubungan dengan hasil penelitian yang diperoleh kepada peneliti selanjutnya yaitu: Bagi peneliti yang akan melakukan penelitian pada Bank Muamalat Indonesia KCP Nganjuk dan mengambil judul penelitian yang sama alangkah lebih baiknya menggunakan peraturan yang terbaru sesuai dengan ketentuan yang berlaku dan Bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian pada bank muamalat Indonesia KCP Nganjuk sebaiknya memilih topik pembahasan yang berbeda. Karena Bank Muamalat Indonesia KCP Nganjuk

memiliki banyak produk dan jasa yang menarik untuk dijadikan bahan penelitian sebagai Tugas Akhir.

Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Nganjuk supaya dapat menghasilkan perubahan yang lebih baik lagi dari sebelumnya dan dapat meningkatkan jumlah nasabah produk Tabungan iB Hijrah Haji supaya melakukan strategi pemasaran produk Tabungan iB Hijrah Haji dengan menciptakan program-program baru sehingga hal tersebut dapat menarik minat masyarakat supaya tertarik dan berminat membuka tabungan haji yang ada di Bank Muamalat.

5.2.2 Implikasi penelitian

Berinovasi dan menciptakan program-program baru dalam memasarkan produk perbankan memanglah sangat dibutuhkan untuk menarik minat nasabah agar menggunakan produk perbankan. Maka dari itu Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Nganjuk dalam membantu pemasaran perlu menerapkan strategi pemasaran dengan memberikan program-program baru pada Tabungan iB Hijrah Haji seperti program Rezeki Haji Berkah. Program Rezeki Haji Berkah sendiri dapat berupa hadiah seperti tiket umroh gratis atau hadiah elektronik yang diberikan kepada nasabah yang membayar angsuran secara rutin setiap bulannya atau dengan kriteria yang lain sebagai bentuk upaya Bank Muamalat untuk promosi agar lebih menarik minat masyarakat untuk menggunakan produk tabungan iB Hijrah Haji. Dengan menerapkan hal tersebut juga mempermudah Bank Muamalat dalam meningkatkan jumlah nasabah produk Tabungan iB Hijrah Haji agar terus diminati oleh masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Bank Muamalat Indonesia, Tbk. (2016). *Profil Bank Muamalat*. Diunduh pada tanggal 18 juni 2021 dari <https://www.bankmuamalat.co.id/profil-bank-muamalat>
- Buku Pedoman TA (Tugas Akhir) Diploma 3 Tahun 2020-2021
- Faiqoh, R. (2016). *Analisis Strategi Pemasaran KPRS di Bank Muamalat Cabang Kudus*. IQTISHADIA, 6(2), 279-291.
- Harmoko,I. (2019). *Strategi Pemasaran Produk Bank Syariah Dalam Persaingan Bisnis Perbankan Nasional*
- Husein, Umar. (2002). *Reseach Methods in Finance and Banking*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, cet. ke-2, 2002, h. 82.
- Indonesia, K. A. (2018, April 20). *Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 13 Tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji Reguler*. Jakarta
- Ismail 2018, *Manajemen Perbankan: Dari Teori Menuju Aplikasi*, Prenadamedia Grup, Jakarta.
- Miguna Astuti dan Agni Rizkita Amanda, *Pengantar Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: Deepublish, 2020), hlm. 22
- Moleong, Lexy J. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif*. Ed, rev, Cet 32. Bandung: PT Remaja Rosda Karya Offset.
- Nadzif, Muhammad. (2016). *Strategi Pemasaran Produk Tabungan iB Muamalat Haji Dan Umrah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Semarang*. Tugas Akhir Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Diunduh pada tanggal 20 April 2021 dari <https://eprints.walisongo.ac.id>
- Rahmadhani, L., & Mawardi, W. (2011). *Analisis Pengaruh CAR, Pertumbuhan DPK, Pertumbuhan Simpanan dari Bank Lain dan Suku Bunga SBI Terhadap Pertumbuhan Kredit*, 1–25.
- Rezkie, S. M. (2020). *Langkah-Langkah Menggunakan Teknik Analisa Data Kualitatif*. Diunduh pada tanggal 17 Juli 2021 dari <https://www.dqlab.id/data-analisis-pahami-teknik-pengumpulan-data>
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: C.V Andi Offset

Sugiyono, (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D - MPKK*. Bandung : CV Alfabeta. Diunduh pada tanggal 21 Mei 2021 dari <https://cvalfabeta.com/product/metode-penelitian-kuantitatif-kualitatif-dan-rd-mpkk/>

Yolanda, Bertha Octavia (2017) *Analisis Strategi Pemasaran Produk Tabungan iB Muamalat Haji Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Denpasar*. Undergraduate (S1) Thesis, University Of Muhammadiyah Malang. Diunduh pada tanggal 21 April 2021 dari <https://eprints.umm.ac.id/>

Undang-Undang NO. 7 tahun 1992 menjadi UU NO.10 tahun 1998 tentang Perbankan.

Undang-Undang 8 Tahun 2019 Pasal 6 Tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji dan Umroh.