

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan pada bab-bab sebelumnya, maka penulis menarik kesimpulan bahwa :

1. Strategi pemasaran produk Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah di Bank Muamalat Indonesia KCU Cilegon

Produk Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah adalah salah satu produk unggulan Bank Muamalat Indonesia. Strategi promosi produk Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah di Bank Muamalat Indonesia KCU Cilegon adalah karena dibuatnya program Rezeki Haji Berkah. Tingkat pertumbuhan nasabah produk Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah setelah adanya program Rezeki Haji Berkah mengalami perkembangan yang sangat signifikan. Keberhasilan pemasaran tersebut juga tak lepas dari pelatihan marketing yang diberikan oleh Bank Muamalat Indonesia.

Strategi pemasaran yang digunakan Bank Muamalat Indonesia KCU Cilegon dalam memasarkan produk Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah adalah : menawarkan ke perusahaan-perusahaan, pengajian ibu-ibu atau bapak-bapak, serta karyawan yang *payroll* (daftar gaji) di Bank Muamalat, dilakukan dengan cara *door to door* maupun silaturahmi disebuah acara dengan cara mempromosikan melalui periklanan berupa spanduk maupun brosur, membuka stand dekat dengan KEMENAG

menggunakan fasilitas mobil yang telah disediakan perusahaan guna menunjang kelancaran kegiatan promosi, Bank Muamalat melakukan kerjasama dengan Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH), nasabah yang sudah mempunyai buku rekening Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah akan diantar jemput menggunakan mobil perusahaan untuk diantar ke KEMENAG dalam proses pendaftaran haji dan umrah.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, maka saran yang diberikan kepada Bank Muamalat Indonesia KCU Cilegon dalam strategi pemasaran produk Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah agar terus berinovasi dalam hal pemasaran dengan membuat program-program baru untuk menarik minat masyarakat menggunakan produk tabungan ini dengan tetap berprinsip kepada syariat Islam.

Selain itu perlunya sosialisasi lebih mendalam lagi mengenai produk Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah kepada masyarakat agar lebih mengetahui tentang produk ini serta program-programnya. Dalam hal ini, pihak bank harus meningkatkan skill marketing melalui pendidikan marketing dalam hal strategi pemasaran dan pemahaman tentang produk tersebut.