

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian kualitatif dengan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi yang dilakukan di Bank Muamalat KC Mas Mansyur Surabaya. Tentang analisis strategi pemasaran produk dana pensiun syariah dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah, sehingga dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran produk dana pensiun di Bank Muamalat KC Mas Mansyur Surabaya menggunakan strategi *Segmentation, Targeting* dan *Positioning*
2. Strategi pemasaran yang diterapkan Bank Muamalat menunjukkan adanya hasil pada peningkatan jumlah nasabah dana pensiun. Hal ini bisa dilihat dari jumlah asset dana pensiun yang selalu meningkat setiap tahunnya dengan nilai peningkatan sebesar 15.91%, 24.74%, dan 13.90% masing-masing di tahun 2016, 2017 dan tahun 2018.

B. Saran

Ada beberapa saran yang penulis sampaikan sehubungan dengan penelitian tentang analisis strategi pemasaran produk dana pensiun dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah di Bank Muamalat KC Mas Mansyur Surabaya. Saran tersebut diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Bank Muamalat KC Mas Mansyur Surabaya telah memiliki strategi pemasaran yang sudah baik, namun demikian perlu adanya variasi model strategi pemasaran yang lain agar bisa bersaing dengan Lembaga Dana Pensiun Syariah lainya.
2. Dalam penerapan startegi pemasaran perlu adanya suatu instrument yang berguna untuk memastikan bawah langkah-langkah pemasaran yang telah dilakukan sesuai dengan rencana yang telah ditentukan.