

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pada pembahasan bab-bab sebelumnya peneliti menarik kesimpulan, yaitu:

1. Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk iB hijrah Prima di Bank Muamalat KC Mas Mansyur

Produk tabungan iB Hijrah Prima merupakan Tabungan untuk memenuhi kebutuhan transaksi bisnis sekaligus investasi dengan aman dan menguntungkan. Yang dilengkapi dengan fasilitas Share E debit Gold yang dapat digunakan diseluruh jaringan visa serta dilengkapi dengan nisbah bagi hasil dengan akad mudharabah mutlaqah yang kompetitif dan fasilitas bebas biaya, bebas SKN, dan RTGS. Keberhasilan penjualan produk tidak lepas atas kerja keras yang dilakukan oleh marketing Bank Muamalat kantor cabang Mas Mansyur atas pelatihan yang sudah diterapkan.

Langkah-langkah strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan produk iB Hijrah Prima di Bank Muamalat KC Mas Mansyur diantaranya:

- a. Adanya strategi produk, dimana Bank Muamalat KC Mas Mansyur mengeluarkan produk iB Hijrah Prima ini untuk memudahkan nasabahnya dalam berinvestasi.
- b. Adanya strategi harga, Bank Muamalat KC Mas Mansyur memudahkan nasabahnya dengan setoran awal yang lumayan untuk calon pengusaha sebesar Rp5.000.000.
- c. Adanya strategi tempat, Muamalat KC Mas Mansyur merupakan tempat yang sangat strategis dan mudah dijangkau oleh nasabah. Yang terletak di kawasan wisata religi Sunan Ampel.

- d. Adanya strategi promosi, bahwa Muamalat KC Mas Mansyur secara langsung mengenalkan produk kepada nasabah dari menemui langsung sampai dengan acara-acara diluar atau instansi-instansi.
 - e. Adanya strategi orang, bahwa Muamalat KC Mas Mansyur dari sisi integritas ada, professional ada, tanggung jawab ada. Bisa dibilang kinerja staf sudah sangat baik.
 - f. Adanya strategi proses, Muamalat KC Mas Mansyur sudah mengoptimalkan dalam pelayanan nasabah untuk cepat dan tanggap dalam melayani nasabah.
 - g. Adanya strategi bukti fisik, Muamalat KC Mas Mansyur produk dan jasa yang ditawarkan beranega macam serta pelayanan untuk nasabah sudah sesuai ketentuan aturan yang berlaku di Bank Syariah pada umumnya.
2. Strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah volume penjualan produk iB Hijrah Prima

Strategi pemasaran yang diterapkan oleh Bank Muamalat KC Mas Mansyur menunjukkan hasil pada peningkatan jumlah nasabah iB Hijrah Prima. Hal ini bisa dilihat dari jumlah asset produk iB hijrah Prima yang selalu berubah presentasinya setiap tahunnya dengan nilai peningkatan sebesar 15.91%, 24.74%, dan 13.90% dimana masing-masing di tahun 2016, 2017 dan 2018.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka peneliti memberikan saran kepada Bank Muamalat KC Mas Mansyur dalam strategi pemasaran untuk meningkatkan jumlah volume penjualan di Bank Muamalat KC Mas Mansyur. Diatarannya sebagai berikut:

1. Bank Muamalat KC Mas Mansyur saat ini sudah baik dalam hal strategi pemasarannya namun demikian dalam menarik minat calon nasabah sebaiknya

untuk memperluas jaringan dan memperbanyak ATM agar memudahkan nasabah untuk tarik tunai di Bank Muamalat KC Mas Mansyur.

2. Selain itu, agar produk penjualan iB Hijrah Prima semakin dikenal masyarakat maka pihak Bank Muamalat KC Mas Mansyur harus meningkatkan kemampuan dalam strategi pemasarannya dan pemahan untuk produk iB Hijrah Prima tersebut.