

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Implementasi *relationship manager funding* di Bank Muamalat KC Mas Mansyur Surabaya dalam peningkatan penjualan produk tabungan ib haji yaitu Bank Muamalat bekerja sama dengan referral haji, KBIH (Kelompok Bimbingan Ibadah Haji) dan Kemenag karena menjadi peluang para peserta calon jamaah haji, serta Bank Muamalat mempunyai fasilitas mobil brand yang berhenti di depan kantor Kemenag, yang mana mobil brand tersebut mempunyai kelebihan bahwa setiap calon jamaah haji yang datang ke mobil brand Muamalat langsung mendapatkan nomer validasi porsi haji dengan cepat, Hal tersebut dapat memudahkan calon jamaah haji karena calon jamaah haji tidak perlu repot-repot pergi ke Bank dan kembali ke Kemenag untuk mendapatkan nomer validasi porsi haji.
2. Analisa strategi *relationship manajer funding* yang signifikan dalam peningkatan penjualan produk tabungan iB Haji di Bank Muamalat KC Mas Mansyur Surabaya berdasarkan hasil analisis SWOT yakni fitur yang di-linkkan dengan Referral Haji, KBIH, SISKOHAT, MOBIL BRAND, KEMENAG (SURABAYA, BANGKALAN, SAMPANG, SUMENEP) dengan dilengkapi sistem promosi digital dan teknik *selling* yang bagus sehingga dapat meyakinkan nasabah dalam menggunakan produk tabungan IB Haji Muamalat Mas Mansyur Surabaya.

B. Saran

1. Dalam strategi *relationship funding* dalam meningkatkan penjualan pada tabungan iB Haji untuk terus berinovasi dalam segi pemasarannya dengan membuat program-program baru untuk menarik minat nasabah.
2. Adanya sosialisasi lebih mendalam lagi mengenai produk tabungan iB Haji kepada nasabah agar lebih mengetahui tentang produk serta program-programnya. Dalam hal ini pihak Bank Muamalat KC Mas Mansyur Surabaya harus terus meningkatkan skill marketing melalui pendidikan marketing dalam hal strategi relationship serta pemahaman terhadap produk tersebut.