

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Produk tabungan iB muamalat haji dan umrah adalah salah satu produk unggulan BMI, tingkat pertumbuhan nasabah produk tabungan iB muamalat haji dan umrah mengalami perkembangan yang sangat signifikan. Keberhasilan pemasaran tersebut juga tak lepas dari pelatihan *marketing* yang diberikan oleh Bank Muamalat Indonesia kepada *marketing-marketingnya*.

Berdasarkan uraian yang telah penulis kemukakan di atas dapat disimpulkan bahwa usaha pemasaran produk tabungan iB muamalat haji dan umrah di Bank Muamalat Indonesia Cabang Padang adalah :

1. Periklanan (*Advertising*)

- a. Open Table/ Pembagian Brosur, usaha pemasarannya adalah membuka tempat (stan) dan pembagian brosur di tempat yang banyak di kunjungi masyarakat.
- b. Melalui Iklan, usaha pemasarannya menggunakan media massa maupun elektronik supaya makin banyak minat masyarakat untuk menabung di BMI.

2. Personal Selling

- a. Promosi melalui mulut ke mulut, usaha pemasaran yang dilakukan yaitu berkunjung langsung ke rumah-rumah masyarakat.

- b. Presentasi ke instansi-instansi, usaha pemasarannya dengan cara mendatangi instansi-instansi (perusahaan) untuk melakukan presentasi mengenai produk tabungan haji dan umrah.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian diatas, maka saran yang diberikan kepada BMI Cabang Padang dalam usaha pemasaran produk tabungan iB muamalat haji dan umrah yaitu:

1. Konsep pemasaran yang ditetapkan oleh Bank Muamalat Indonesia hendaknya searah atau paling tidak disesuaikan dengan konsep usaha pemasaran secara umum, supaya dapat menarik minat konsumen lebih banyak sehingga tujuan utama pemasaran dapat tercapai.
2. Konsep pemasaran yang telah ditetapkan tersebut, hendaknya dilaksanakan oleh semua pihak (karyawan) Bank Muamalat Indonesia, terutama yang menyangkut/bertanggung jawab pada bagian pemasaran, supaya lancar dalam melayani konsumen.
3. Pertukaran informasi dengan konsumen melalui promosi dirasakan kurang dan hanya ditujukan kepada orang-orang tertentu, oleh karena itu hendaknya Bank Muamalat Indonesia melakukan promosi pemasaran yang lebih gencar. Dalam hal ini pihak bank berarti harus terus meningkatkan *skill marketing* melalui pendidikan *marketing* dalam hal usaha pemasaran dan pemahaman tentang produk tersebut.