BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan serta mengacu pada rumusan masalah yang diajukan pada peneliti yang berjudul Penerapan Analisis SWOT Dalam Strategi Pemasaran Produk Tabungan IB Hijrah Haji Bank Muamlat Indoensia Cabang Kendari maka penulis dapat menyimpulkan bahwa :

1. Strategi Pemasaran Produk Tabungan iB Hijrah Haji dan Umrah di Bank Muamalat Indonesia kantor Cabang Kendari.

Strategi pemasaran produk Tabungan IB Hijrah haji Bank Muamalat Indonesia Cabang Kendari adalah dengan menggunakan konsep bauran pemasaran (marketing mix) dengan yaitu dengan 4P (product, price, place, promotion) dalam memasarkan produk. Promosi yang paling sering dilakukan Bank Muamalat Indonesia Cabang Kendari adalah dengan membagikan brosur serta memberikan penjelasan kepada nasabah maupun calon nasabah tentang tabungan IB Hijrah Haji.

Produk tabungan iB muamalat Haji dan Umrah adalah salah satu produk unggulan BMI, tingkat pertumbuhan nasabah produk tabungan iB Hijrah Haji dan Umrah setelah adanya program Rezeki Haji Berkah mengalami perkembangan yang sangat signifikan. Adapun langkah yang merupakan strategi BMI dalam memasarkan Produk Tabungan iB Hijrah antara lain, menciptakan branding iB Muamalat Haji dan Umrah supaya mudah di ingat.

2. Penerapan analisis SWOT dalam strategi pemasaran Produk Tabungan iB Hijrah Haji dan Umrah di Bank Muamalat Indonesia kantor Cabang Kendari.

Analisis SWOT strategi pemasaran tabungan IB Hijrah Haji menghasilkan strategi S-O yakni meningkatkan pelayanan terhadap nasabah, mempertahankan kualitas produk, melakukan sosialisasi sosialisasi lebih aktif. Strategi WO menjaga image lembaga dengan menjaga kepercayaan nasabah, dan mengoptimalkan SDI pemasaran. Strategi ST yakni promosi dan sosialisasi secara terus menerus, dan mencari inovasi baru dalam mensosialisasikan produk tabungan IB Hijrah. Strategi WT yakni selalu memantau kepuasan nasabah melalui survei dan monitoring, mengevaluasi setiap kelemahan, dan menetapkan strategi bisnis yang lebih baru, lebih efektif dan efisien, mempertahankan nama baik perusahaan.

5.2 Saran

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

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