

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Bank Muamalat KCP Sumber telah menerapkan strategi pemasaran yang meliputi empat strategi dalam marketing mix 4P, yaitu Product, Price, Place, dan Promotion, dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah pada produk tabungan wadiah. Proses tersebut mencakup pengenalan produk yang sesuai dengan prinsip syariah dan dapat diterima oleh masyarakat, penetapan harga yang terjangkau, penempatan lokasi yang strategis untuk memudahkan akses perbankan, serta promosi yang disampaikan kepada berbagai kalangan melalui media online maupun offline dengan pendekatan yang terarah.
2. Efektivitas strategi pemasaran yang dilakukan dalam penerapan penghimpunan dana tabungan wadiah oleh Bank Muamalat KCP Sumber dalam kategori baik dan dapat mencapai hasil yang baik terhadap peningkatan jumlah nasabah tabungan wadiah. Bank Muamalat KCP Sumber mempunyai ciri khas dan memiliki strategi pemasaran yang baik pada produk tabungan wadiah yang menjadikan para nasabah tertarik menggunakan tabungan wadiah serta didukung oleh keinginan nasabah yang ingin menitipkan dana kepada Bank Muamalat KCP Sumber. Dibuktikan dengan bertambahnya jumlah nasabah tabungan wadiah pada Bank Muamalat KCP Sumber secara signifikan pada tahun 2022 sebanyak 63%.
3. Dengan analisis CARL kendala yang menjadi prioritas dalam memasarkan produk tabungan wadiah yaitu persaingan antar bank di wilayah Cirebon yang memiliki produk tabungan yang sama, kurang fahamnya masyarakat tentang tabungan wadiah sehingga masyarakat beranggapan bahwa tabungan wadiah memiliki admin perbulan, serta nasabah yang kurang paham mengoperasikan *mobile banking*. Pihak bank memberikan solusi atas kendala yang dihadapi dengan cara

meningkatkan kualitas pelayanan terhadap masyarakat calon nasabah atau nasabah tabungan wadiah serta dibantu juga dari personal pegawai bank atau mahasiswa yang sedang PPL untuk mempromosikan tabungan wadiah melalui sosial media meupun secara langsung.

B. Saran

Dari penelitian yang dilaksanakan penulis di Bank Muamalat KCP Sumber, maka penulis mempunyai beberapa saran yang dapat memberikan dampak positif yaitu:

1. Untuk Lembaga

Dengan strategi pemasaran yang telah diterapkan, penting untuk melakukan pembaruan secara berkala agar sesuai dengan perkembangan teknologi yang semakin maju. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa kita dapat menarik minat masyarakat dan juga meningkatkan edukasi tentang produk perbankan syariah melalui kegiatan-kegiatan yang sesuai. Salah satu cara untuk melakukan pembaruan adalah dengan meningkatkan menjadi *marketing mix 7P*, yang meliputi *Product, Price, Place, Promotion, People, Process, dan Physical Evidence*. Dengan memasukkan strategi tambahan ini, Bank Muamalat KCP Sumber dapat lebih efektif dalam menjangkau pasar dan memenuhi kebutuhan serta meningkatkan kepercayaan nasabah dengan lebih baik.

2. Untuk Akademis

Harapan saya kepada pihak kampus adalah agar semakin semangat dalam mengedukasi tentang perbankan syariah, tidak hanya kepada mahasiswa jurusan Perbankan Syariah, tetapi juga kepada seluruh mahasiswa di kampus IAIN Syekh Nurjati Cirebon. Dengan demikian, para alumni dan mahasiswa akan memiliki pemahaman yang lebih baik tentang lembaga keuangan syariah dan menjadi lebih tertarik untuk menggunakan layanan tersebut. Selain itu, mereka juga dapat menjadi agen perubahan yang mengenalkan konsep perbankan syariah kepada masyarakat luas.

3. Untuk Peneliti Selanjutnya

Untuk mahasiswa Fakultas ekonomi dan Bisnis Islam khususnya Perbankan Syariah. Karena keterbatasan wawasan yang dimiliki oleh

penulis dan terdapat masih banyak kekurangan dalam penelitian ini. Maka di harapkan penelitian selanjutnya agar lebih baik lagi dan juga meneliti terkait dampak strategi pemasaran terhadap minat nasabah untuk bertaransaksi dan menggunakan jasa bank syariah agar hasil dari penelitian selanjutnya lebih informatif dan bervariatif.

