

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pokok masalah yang diteliti dalam skripsi ini dan kaitannya dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka dirumuskan kesimpulan sebagai berikut:

- 5.1.1 Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bank Muamalat Indonesia KCP Parepare dilihat dari jenis produk yang ditawarkan Bank Muamalat telah mengeluarkan produk yang banyak diminati oleh masyarakat. Syarat yang diajukan mudah dan tidak terlalu berbelit-belit. Hal ini merupakan salah satu strategi yang ditetapkan Bank Muamalat Indonesia KCP Parepare untuk menarik nasabah sebanyak-banyaknya. Selain dari pada itu, setelah peneliti melakukan observasi dan wawancara secara mendalam diketahui bahwa strategi pemasaran Bank Muamalat Indonesia KCP Parepare adalah sebagai berikut:
- a) Strategi Jemput Bola
 - b) Strategi Tunggu Bola
 - c) Memberikan *service excellent* (Pelayanan yang baik)

Selain dari ke tiga strategi di atas, strategi pemasaran Bank Muamalat Indonesia KCP Parepare juga berlandaskan pada bauran pemasaran atau *Marketing mix* yaitu *product, price, place dan promotion*.

- 5.1.2 Hasil analisis SWOT menyebutkan bahwa Bank Muamalat Indonesia KCP Parepare sudah bisa berani bersaing di pasar persaingan yang kompetitif. Berdasarkan interpretasi analisis SWOT, pengembangan strategi pemasaran

produk yang bisa dilakukan oleh Bank Muamalat Indonesia KCP Parepare adalah dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada, serta meminimalkan kelemahan dan ancaman. Adapun strategi yang bisa ditempuh terdiri dari:

Strategi SO yaitu Memperluas pangsa pasar, meningkatkan pengembangan produk, meningkatkan pelayanan kepada nasabah dan melakukan promosi yang lebih gencar. Strategi WO adalah Menjaga citra bank dengan meningkatkan kepercayaan nasabah, menambah jaringan pemasaran serta meningkatkan kualitas produk. Strategi ST Menciptakan suasana yang islami ketika nasabah berada di bank, menetapkan target pasar dan meningkatkan kualitas pelayanan. Dan Strategi WT Meningkatkan promosi melalui berbagai media serta menetapkan strategi pemasaran yang efektif dan efisien.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka diajukan saran-saran sebagai berikut:

- 5.2.1 Dalam menentukan strategi pemasaran, Bank Muamalat Indonesia KCP Parepare harus memanfaatkan kekuatan dan peluang yang dimiliki dengan tetap memperhatikan faktor kelemahan dan ancaman. Jangan sampai kekuatan dan peluang berubah menjadi ancaman besar bagi Bank Muamalat itu sendiri.
- 5.2.2 Bank Muamalat Indonesia KCP Parepare harus terus meningkatkan baik kualitas produk, pelayanan maupun fasilitas yang dimiliki dan terus memunculkan inovasi-inovasi baru agar tetap eksis dengan tetap berprinsip pada syariat islam.

- 5.2.3 Untuk menarik masyarakat agar menjadi nasabah, maka sosialisasi dan promosi harus gencar dilakukan dalam berbagai media, baik media cetak, media elektronik maupun sosialisasi secara langsung kepada masyarakat.
- 5.2.4 Jaringan sangat berpengaruh terhadap kemajuan perbankan. Oleh karena itu Bank Muamalat Indonesia KCP Parepare hendaknya lebih meningkatkan hubungan dengan pihak-pihak terkait yang bermanfaat bagi laju perkembangan Bank Muamalat.
- 5.2.5 Meningkatkan kualitas SDM pemasaran agar mempunyai semangat dan sikap yang mencerminkan umat Rasulullah SAW.

