

## BAB V PENUTUP

### A. Simpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan oleh peneliti, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1 dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan haji dengan akad mudharabah muthlaqah yaitu menggunakan strategi STP (*Segmenting, Targeting, dan Positioning*) dan bauran pemasaran (*marketing mix*) yang terdiri dari 7P yaitu *product* (produk), *price* (harga), *promotion* (promosi), *place* (tempat), *people* (orang) dan *physical evidence* (bukti fisik), *process* (proses). Dari strategi bauran pemasaran 7P tersebut, terdapat beberapa strategi yang dominan dalam mempengaruhi nasabah untuk menggunakan produk tabungan haji yaitu strategi *product* (produk), *price* (harga), *promotion* (promosi), *physical evidence* (bukti fisik).
2. Adapun kendala yang dihadapi oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1 dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan haji dengan akad mudharabah muthlaqah yaitu persaingan antar lembaga keuangan, terjadi offline dari kantor pusat, minimnya pengetahuan masyarakat tentang tabungan haji, dan kurangnya kantor cabang dan sumber daya manusia (SDM).
3. Solusi dalam mengatasi kendala yang dihadapi oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1 dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan haji dengan akad mudharabah muthlaqah yaitu melakukan kerja sama dengan kantor kemenag Jepara, menambah sumber daya manusia (SDM) nya, lebih meningkatkan sosialisasi ke masyarakat tentang tabungan haji.

## B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan oleh peneliti, maka dari itu peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1 lebih sering melakukan sosialisasi dan pemasaran tabungan haji langsung ke masyarakat karena masih banyak masyarakat yang belum tahu lebih dalam tentang tabungan haji
2. Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1 dapat menambah sumber daya manusia (SDM) nya atau pegawainya terutama pada bagian *customer service* dan *teller*, agar pelayanan lebih efektif dan cepat karena dalam pembukaan rekening, terutama rekening tabungan haji membutuhkan waktu cukup lama sehingga mengakibatkan antrian panjang.
3. Melakukan evaluasi terhadap strategi pemasaran pada produk tabungan haji Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1 yang sudah berjalan dan terdapat kekurangan dapat diperbaiki.
4. Saran untuk peneliti selanjutnya dapat lebih banyak informan yang diwawancarai dan dapat menambahkan variabel strategi pemasaran lainnya.