

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Strategi Pemasaran yang telah dilakukan oleh PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Tanjungpinang bekerja sama dengan Perwakilan Badan Wakaf Indonesia Provinsi Kepulauan Riau dapat dilihat dari beberapa segi, diantaranya dari segi *product* (produk), *place* (tempat) dan *promotion* (promosi).
2. Dalam melakukan pemasaran produk wakaf tunai, PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Tanjungpinang menemui beberapa faktor pendukung dan penghambat, diantaranya yaitu : luasnya lingkup sasaran pemberi wakaf (*waqif*) dengan melihat potensi penduduk muslim yang mayoritas di wilayah kota Tanjungpinang namun masih kurangnya pemahaman dan kepedulian masyarakat tentang wakaf tunai.
3. Tinjauan ekonomi islam terhadap strategi pemasaran produk wakaf tunai pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Tanjungpinang tidak ada yang menyimpang dari ajaran syariat Islam.

B. Saran

1. Memperhatikan betapa berperannya wakaf tunai bagi perkembangan ekonomi umat dan kemajuan dunia Islam itu sendiri, maka direkomendasikan agar wakaf tunai terus disosialisasikan, agar masyarakat Islam Kota Tanjungpinang pada khususnya memahami akan arti pentingnya wakaf tunai ini.
2. Untuk mempermudah nasabah atau masyarakat dalam menyalurkan wakafnya, hendaknya Bank Muamalat Indonesia Cabang Tanjungpinang menyediakan fitur layanan transaksi wakaf tunai pada ATM (*Automated Teller Machine*) dengan fasilitas ATM bersama, *SMS Banking*, maupun *E-Banking*.
3. Perlu adanya usaha memberikan penerangan lebih jauh kepada masyarakat tentang wakaf tunai baik dari pemerintah maupun dari lembaga masyarakat, karena wakaf tunai masih tergolong baru dan sampai saat ini cara yang dipakai masih tergolong cara yang lazim saja.