

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan analisa data yang penulis lakukan, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. BPRS Hasanah memiliki berbagai macam-macam produk yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah serta memberi kepuasan kepada nasabahnya salah satu produknya adalah tabungan Hasanah. Dalam memasarkan tabungan Hasanah BPRS Hasanah menggunakan strategi Bauran pemasaran (marketing mix) yang terdiri dari produk, harga, tempat, dan promosi. Tabungan Hasanah juga memiliki keunggulan dalam bertransaksi yaitu dengan menggunakan transaksi sistem jemput bola (pic up service) yang mana biayanya tidak dibebankan kepada nasabah. Dengan menggunakan strategi marketing mix dalam memasarkan tabungan Hasanah BPRS Hasanah mengalami peningkatan adapun total jumlah nasabah tabungan Hasanah terhitung dari tahun 2011 sampai 2014 sebanyak 1170 orangnasabah dengan peningkatan sebesar 43.65%

Rumus Mencari %:

$$\frac{\text{Tahun sesudah} - \text{Tahun sebelum}}{\text{Tahun sebelum}} \times 100 = \text{Hasil}$$

$$\frac{520 - 362}{362} \times 100 = 43.65 \%$$

2. Faktor pendukung dalam strategi pemasaran produk tabungan Hasanah adalah karyawan siap juga menjadi tenaga funding dengan tetap memprioritas tugas utama, tingkat kepercayaan masyarakat yang relatif

masih besar kepada bank, dan lokasi yang mudah di jangkau. Adapun faktor penghambat dalam strategi pemasaran produk tabungan Hasanah adalah teknologi yang masih dibatasi oleh sistem yang membolehkan jasa-jasa oleh BPRS, misalnya BPRS Hasanah masih belum bisa menerbitkan produk seperti fasilitas ATM, kecuali harus bekerja sama dengan bank umum, persaingan antar bank sangat ketat.

3. Tinjauan Ekonomi Islam terhadap pemasaran tabungan Hasanah dalam meningkatkan jumlah nasabah dari segi produk adalah tabungan Hasanah ini dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah serta memberi kemamfaatan dan kepuasan kepada nasabah. Dari segi harga BPRS Hasanah menetapkan harga (pembukaan rekening dan penutupan rekening) sangat terjangkau oleh masyarakat sehingga tidak ada yg saling merugikan. dari segi tempat yaitu mudah dijangkau tidak mempersulit transportasi, dari strategi pemasaran BPRS Hasanah jujur kepada nasab akan kelebihan dan kekurangan dari tabungan Hasanah dan tidak terdapat unsur kebohongan dan atas dasar suka sama suka, dan juga pelayanan nya dapat memuaskan para nasabah. Jadi strategi pemasaran yang pada BPRS Hasanah ini tidak ada yang bertentangan dengan Ekonomi Islam.

## **B. Saran**

Berdasarkan data dan informasi yang telah didapat oleh penulis, maka penulis hendak memberikan saran-saran kepada pihak-pihak yang terkait yaitu:

1. Dalam upaya meningkatkan produk tabungan hasanah, BPRS Hasanah hendaknya memperbaiki dan meningkatkan lagi strategi pemasaran agar lebih baik dan kompeten.
2. Untuk akademik penelitian ini diharapkan dilanjutkan oleh penelitian lain dengan objek dan sudut pandang yang berbedasehingga dapat meperkaya khasanah kajian ekonomi Islam.
3. Untuk pemerintah agar lebih memperhatikan perkembangan perbankan di indonesia.
4. Untuk masyarakat agar lebih menyadari bahwa bank syariah itu terhindar dari unsur riba, sebagaimana riba itu diharam oleh Allah.