

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan oleh penulis mengenai strategi pemasaran produk tabungan Siummat dalam meningkatkan minat nasabah, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Untuk meningkatkan minat nasabah, BMT mempunyai 4 dalam memasarkan produknya, yaitu: strategi menentukan target (lokasi) pemasaran, strategi promosi produk, strategi harga, strategi promosi.
2. Minat nasabah terhadap produk tabungan Siummat sangat tinggi karena : Pelayanan yang sangat memuaskan, persyaratan yang sangat mudah, lokasi yang strategis, biaya yang cukup murah.

B. Saran

Setelah penulis menarik kesimpulan tentang pengaruh produk tabungan Siummat dalam meningkatkan minat nasabah, maka penulis mencoba memberikan saran yang mungkin bermanfaat, antara lain:

1. Harus lebih giat lagi dalam mempromosikan dan melakukan sosialisasi kepada masyarakat yang lebih luas, terutama diluar daerah Tanjung sendiri dengan cara pemasaran yang modern sehingga tidak ada kesalahan pemahaman terhadap BMT Tanjung Paiton.

2. Memberikan inovasi baru terhadap produk-produknya, agar produk selain tabungan Siummat juga meningkatkan peminatnya.
3. Meningkatkan kualitas pelayanan nasabah, agar masyarakat lebih antusias dalam membuka rekening tabungan Siummat di BMT Tanjung Paiton.

Demikian yang dapat penulis sampaikan dan penulis sadar akan banyaknya kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Penulis juga membutuhkan kritik dan saran yang membangun ataupun upaya agar bisa menyempurnakan kedepannya demi melengkapi referensi yang berkenaan dengan pengaruh produk tabungan Siummat dalam meningkatkan minat nasabah BMT Tanjung Paiton.

