

BAB V

PENUTUP

1.1. Kesimpulan

Menurut hasil penelitian strategi pemasaran produk deposito *Mudharabah* pada PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Al-Falah Banyuasin:

Dalam melakukan strategi pemasaran pihak BPRS Al-falah Banyuasin menggunakan konsep strategi pemasaran. Konsep strategi pemasaran tersebut adalah bauran pemasaran (*Marketing Mix*). Dalam bauran pemasaran ada 3 komponen, meliputi: (Strategi Produk (*Product*), Strategi promosi (*promotion*), Orang-orang (*people*) dan jemput bola (dor tu dor atau dari rumah ke rumah)).

Dalam melakukan pemasaran BPRS Al-Falah memiliki kendala dalam melakukan pemasaran produk deposito *mudharabah*, meliputi yaitu: (Persaingan, Kurangnya pemahaman masyarakat, Promosi yang kurang, Kurangnya SDM, Kurangnya teknologi di BPRS Al-Falah, Kurangnya kantor cabang BPRS).

1.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas peneliti dapat mengasih saran supaya strategi pemasaran produk deposito *Mudharabah* adalah sebagai berikut:

1. Peneliti menyarankan kepada BPRS sebaiknya BPRS melakukan kegiatan promosi produk deposito *Mudharabah* secara terus-menerus melalui media elektronik, media masa dan lain-lain supaya produk deposito *Mudharabah*

bisa diingat dan diminati oleh masyarakat atau nasabah baru yang ingin berinvestasi di produk deposito *Mudharabah* tersebut.

2. Sebaiknya PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Al-Falah Banyuasin bisa menambah kantor cabang agar masyarakat bisa mengetahui dan tertarik untuk menabung, kredit dan membuat rekening investasi di PT. BPRS Al-Falah Banyuasin.
3. BPRS seharusnya membuat nasabah untuk bisa tertarik untuk menggunakan produk di BPRS dengan cara memberikan hadiah atau bingkisan supaya nasabah bisa lebih di hargai dan akan menjadi liyal kepada BPRS Al-Falah Banyuasin.
4. Sebaiknya pihak BPRS lebih meningkatkan lagi teknologi untuk menunjang peningkatan pelayanan di BPRS supaya Nasabah bisa lebih mudah menggunakan fasilitas yang ada di BPRS Al-Falah.