

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan di atas, maka dapat di ambil kesimpulan bahwa:

1. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri KC Jeparadalam memasarkan produk tabungan mabrur selama pandemi Covid-19 dengan mengembangkan bauran pemasaran *Marketing Mix 7P* yang terdiri dari, strategi produk, strategi harga, strategi tempat, strategi promosi, strategi orang, strategi proses dan strategi bukti fisik. Hal ini bertujuan untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat dan menarik minat masyarakat pada produk tabungan mabrur.
2. Dari hasil penelitian strategi pemasaran yang dilakukan Bank Syariah Mandiri KC Jeparadalam memasarkan produk tabungan mabrur kurang maksimal diakibatkan dampak pandemi Covid-19 yaitu pembatasan jamaah haji dan masalah perekonomian maka nasabah tabungan mabrur mengalami penurunan. Selain itu pemikiran nasabah masih ada prioritas lain dibanding daftar haji.

## B. Saran

Berdasarkan isi pembahasan tersebut, maka ada beberapa hal yang bisa disarankan kepada Bank Syariah Mandiri KC Jepara agar menjadi bank yang lebih baik lagi untuk kedepannya. Saran yang diberikan antara lain :

1. Selalu berinovasi terhadap produk-produk Bank Syariah Mandiri KC Jepara untuk menarik minat nasabah dan membuat *even-event* keislaman untuk mendekatkan diri dengan masyarakat serta memberikan pelayanan terbaik untuk meningkatkan kualitas dan kepercayaan nasabah.
2. lebih konsisten dalam meningkatkan kinerja dan kualitas pelayanannya supaya masyarakat dapat mengetahui produk-produk yang ada khususnya produk tabungan mabrur sehingga jumlah nasabah tabungan mabrur bisa mengalami perkembangan.

## C. Penutup

Penulis menyadari bahwa apa yang telah tersaji dalam penelitian ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itulah kritik dan saran pembaca sangat penulis harapkan demi perbaikan ini di kemudian hari.