

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Peranan *Marketing* di KJKS BMT Walisongo kinerjanya dapat disimak dengan baik, para *marketer* menjalankan tugasnya berpedoman sesuai dengan bauran pemasaran/*marketing mix* (4P) yaitu: dari produk (*product*), harga (*price*), distribusi (*place*) dan promosi (*promotion*). Ini bisa menjadi salah satu patokan bagi suatu bank atau lembaga keuangan lainnya bahwa bank harus bisa memberikan layanan prima, salah satunya adalah peranan penting *marketing*, karena *marketing* menjadi salah satu ojak tumbuk majunya suatu perusahaan/bank, peran para *marketer* yang handal akan menambah dan menarik daya tarik nasabah untuk menabung di KJKS BMT Walisongo Cabang Mijen Semarang.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan dapat diperoleh kesimpulan yaitu: Peranan penting *marketer* dalam meningkatkan minat menabung di KJKS BMT Walisonngo sangatlah berperan karena strategi *marketer* di KJKS BMT Walisongo tampak menjadi ujung tombak dalam upaya menarik minat nasabah untuk menabung. Strategi *marketing* jemput bola juga nampak menjadi salah stau keberhasilan kinerja *marketer* dalam menarik minat nasabah.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, saran yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:

1. Kepada penulis, disarankan untuk memperluas ruang lingkup penelitian, yaitu mewawancarai nasabah bank konvensional dan bank syariah agar penulis dapat menyimak motif masing-masing strategi dan peranan *marketing* di bank yang berbeda.
2. Kepada pihak KJKS BMT Walisongo Cabang Mijen Semarang, disarankan untuk mempertahankan dan meningkatkan pelayanan prima kepada nasabah, khususnya kinerja *marketing* di tingkatkan.

C. Penutup

Demikian karya tulis Tugas Akhir ini dibuat. Penulis menyadari bahwa karya tulis ini jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Semoga karya tulis ini bermanfaat dan dapat menambah wawasan bagi para pembaca pada umumnya. Amin.