

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian pada pembahasan “Strategi Pemasaran pada Produk Tabungan iB Multiguna di Bank Syari’ah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang”, maka penulis dapat menarik kesimpulan bahwasanya, strategi pemasaran yang dilakukan oleh pihak *marketing* Bank Syari’ah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang pada produk Tabungan iB Multiguna melalui:

##### 1. *Product* (Produk)

Prinsip produk tabungan iB Multiguna yang dipakai oleh PT. Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang adalah prinsip *tabungan mudharabah mutlaqah* yaitu bentuk kerjasama antara *shahibul maal* dan *mudharib* yang cakupannya sangat luas dan tidak dibatasi oleh spesifikasi jenis usaha, waktu dan daerah bisnis.

##### 2. *Price* (Harga)

Dalam penetapan harga/biaya dari produk tabungan iB Multiguna ini pihak PT. Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang menetapkan harga berdasarkan *Bagi Hasil* yang diberikan kepada nasabah.

##### 3. *Place* (Tempat)

Dalam pemasaran tabungan iB Multiguna saluran pemasaran yang dipakai oleh PT. Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang adalah saluran distribusi langsung (*direct sales*) atau *door to door*,

*Marketer* langsung memasarkan produknya kepada nasabah yang menginginkan tabungan iB Multiguna.

#### 4. *Promotion* (Promosi)

*Marketing* Bank Syariah Bukopin telah melakukan berbagai macam promosi untuk meningkatkan jumlah Tabungan iB Multiguna yaitu melalui Periklanan (*Advetising*), Kegiatan Promosi Penjualan, dan Penjualan Pribadi (*Personal Selling*).

#### 5. *People*

Dengan memberlakukan persyaratan yang telah ditentukan, diharapkan yang bekerja disana adalah orang-orang yang mempunyai kemampuan professional dibidangnya.

#### 6. *Process*

Dalam proses ini Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang membuat prosedur dan mekanisme layanan secara sederhana dan tidak berbelit-belit sehingga nasabah tidak membutuhkan waktu yang panjang dalam melalui proses layanan

#### 7. *Physical Evidence*

Strategi pemasaran *physical evidence* yang dilakukan Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang yaitu dengan menggunakan media fisik yang bisa dilihat atau dibaca orang. Adapun caranya yaitu melalui membuat brosur, spanduk, dan kartu nama.

## B. Saran

Berdasarkan pembahasan dari kesimpulan sebelumnya, penulis menyarankan agar:

1. Dari strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) diharapkan PT. Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang di masa akan datang lebih meningkatkan kualitas baik dari segi produk, tempat/lokasi, harga dan promosi yang dilakukan oleh PT. Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang dalam menawarkan produk-produk tabungannya.
2. Bank Syari'ah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang seharusnya melakukan inovasi upaya yang lebih menarik dalam memasarkan produk Tabungan iB Multiguna.
3. Bank Syari'ah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang seharusnya memperluas kerjasama dengan instansi yang ada di kota padang seperti instansi pendidikan yang terdiri dari sekolah-sekolah dan kampus yang ada di kota Padang, contohnya kampus yang berdiri dibawah naungan Kemeterian Agama yang sudah tentunya memahami prinsip syariah.
4. Ada baiknya Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang memberikan pelatihan-pelatihan kepada karyawan khususnya pada karyawan *relationship officer* agar lebih bisa meyakinkan calon nasabah untuk menanamkan sebagian dananya untuk di investasikan pada Tabungan iB Multiguna di Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang saat melakukan promosi.