

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah penulis uraikan mengenai “Strategi pemasaran Tabungan iB Multiguna pada Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang” maka penulis dapat menyimpulkan bahwa.

Strategi pemasaran produk Tabungan iB Multiguna yang dilakukan oleh marketing Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang menggunakan konsep bauran pemasaran (*marketing mix*), berupa :

- a. Strategi produk, dalam strategi produk bank mesti menciptakan produk yang memiliki keunggulan dari produk-produk pesaing, sehingga keunggulan tersebut dapat menarik minat masyarakat/ calon nasabah. Salah satu produk unggulan Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang adalah Tabungan iB Multiguna. Keunggulan dari Tabungan iB Multiguna adalah bagi hasil yang kompetitif, bebas biaya administrasi bulanan, bebas premi asuransi, dilindungi oleh asuransi, pembukaan rekening dilakukan dengan mudah tanpa pemeriksaan kesehatan, nisbah bagi hasil setara dengan deposito, dan pencairan dana otomatis masuk ke rekening induk, didebet setiap tanggal 15 atau setiap akhir bulan. Sehingga nasabah tidak perlu bersusah payah datang ke bank untuk pencairan dananya.

- b. Strategi harga, dalam strategi harga Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang menentukan harga produk Tabungan iB Multiguna sesuai dengan sistem bagi hasil atau nisbah. Nisbah bagi hasil Tabungan iB Multiguna pada saat ini adalah sebesar 3,5% atau 4%. Biaya pembukaan rekening sesuai dengan setoran awal. Biaya penutupan rekening sebesar Rp.100.000. Biaya pinalti sebesar Rp.100.000 ini digunakan apabila pencairan dana dilakukan sebelum tanggal jatuh tempo.
- c. Strategi tempat atau lokasi, Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang berada di Jalan Raya Lubuk Begalung di samping kampus UPI YPTK Padang. Tempat ini adalah lokasi yang strategis bagi perbankan karena di lokasi ini banyak terdapat pemukiman dan mudah dijangkau oleh kendaraan umum maupun pribadi, sehingga memudahkan nasabah dalam bertransaksi.
- d. Strategi promosi, strategi promosi yang dilakukan oleh Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang adalah melalui Pertama periklanan, seperti : melakukan tebar brosur, gebrak pasar, gebrak kantor dan open table. Kedua melalui penjualan pribadi yang dilakukan oleh marketing dan customer service. Ketiga melalui publisitas, ini merupakan kegiatan bank dalam mempromosikan produk Tabungan iB Multiguna melalui membentuk hubungan yang baik dengan masyarakat. Keempat melalui promosi penjualan, ini dilakukan dengan cara mendatangi nasabah secara langsung dan memberikan jasa antar-jemput tabungan.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas penulis menyarankan kepada Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang untuk dapat lebih meningkatkan promosi produk Tabungan iB Multiguna. Serta menambah media periklanan yang digunakan, seperti memuat berita tentang Tabungan iB Multiguna di surat kabar atau menggunakan media elektronik seperti radio atau membuat spanduk Tabungan iB Multiguna. Agar masyarakat lebih mengenal Tabungan iB Multiguna, sehingga mereka mengetahui tentang produk Tabungan iB Multiguna dan tertarik untuk menggunakannya, agar mampu bersaing dengan kompetitor lainnya dan melakukan promosi secara maksimal lagi agar produk Tabungan iB Multiguna lebih banyak dikenal lagi oleh masyarakat.