

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari penuturan penulis yang telah di jabarkan secara rinci pada bab sebelumnya serta hasil dari penelitian magang di kantor Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang padang periode 1 Maret sampai 31 Maret 2018, dapat di tarik kesimpulan bahwa:

1. Adapun strategi pemasaran yang dilakukan pada produk tabungan simpatik menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix*) dengan prinsip 4P yaitu product (*produk*), price (*harga*), place (*tempat*), dan promotions (*promosi*).
2. Jumlah peningkatan nasabah tabungan simpatik bertambah dari tahun ke tahun yakni pada tahun 2015 bertambah sebanyak 996 rekening, pada tahun 2016 bertambah sebanyak 3.294 rekening, pada tahun 2017 sebanyak 717 rekening dan pada tahun 2018 yang tercatat sampai dengan 31 juli 2018 mengalami pertambahan sebanyak 80 rekening. Dari tahun 2015-2018 peningkatan jumlah nasabah baru tiap tahunnya mengalami penurunan.
3. Dari usaha pemasaran yang dilakukan pada produk tabungan simpatik tersebut berdampak pada perkembangan dari tahun ke tahun meskipun masih dalam jumlah/volume yang masih sedikit.

B. Saran

1. Menciptakan usaha pemasaran yang lebih inovatif agar nasabah makin tertarik dengan produk yang di miliki oleh Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Padang.
2. Meningkatkan kualitas pelayanan agar lebih maksimal lagi sehingga makin di minati lagi oleh masyarakat luas.

