

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN-SARAN

A. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan yang telah dibuat mengenai Strategi Pemasaran Produk Tabungan Mabrur Pada Bank Syariah Mandiri KC Padang, maka dapat di ambil kesimpulan bahwa :

1. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri KC Padang khususnya dalam memasarkan produk tabungan mabrur Bank menggunakan prinsip strategi bauran pemasaran yang terdiri dari 4 unsur yaitu strategi produk, strategi harga, strategi tempat dan strategi promosi. Yang gunanya adalah untuk mengenalkan produk tabungan mabrur kepada masyarakat dan menarik minat masyarakat pada produk tabungan mabrur.
2. Strategi pemasaran yang paling efektif yang di pakai oleh Bank Syariah Mandiri KC Padang adalah strategi promosi karena dalam hal memasarkan produk tabungan mabrur Bank Syariah Mandiri KC Padang menyebarkan brosur tabungan mabrur kepada masyarakat, menawarkan langsung kepada masyarakat dengan cara mendatangi ke tempat usaha nasabah dan juga ke pengajian, bank juga menyediakan website yang berisi informasi lengkap yang dapat diketahui oleh masyarakat luas serta Bank juga menjalin kerja sama dengan instansi yang berhubungan dengan haji dan umrah.

B. SARAN

Selama melakukan penelitian pada Bank Syariah Mandiri KC Padang penulis ingin memberikan saran diantaranya adalah :

1. Bank Syariah Mandiri KC Padang lebih meningkatkan lagi dalam proses pelayanannya seperti langsung ke rumah nasabah untuk membantu dalam hal penyetorannya , sehingga nasabah tidak harus langsung ke Bank khususnya bagi nasabah yang rumahnya cukup jauh dari bank.
2. Sebaiknya Bank Syariah Mandiri KC Padang mengadakan acara bagi nasabah yang sudah pernah melakukan ibadah haji agar silaturahmi terus berjalan dan dengan adanya acara ini dapat membuat ketertarikan masyarakat lain untuk ikut menabung di Bank Syariah Mandiri KC Padang.

UIN IMAM BONJOL
PADANG