BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah penulis uraikan mengenai upaya pemasaran Tabungan Simpatik Pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Sawahlunto. Maka penulis mengambil kesimpulan yaitu Bank Syariah Mandiri KCP Sawahlunto mengeluarkan produk Tabungan Simpatik yang merupakan produk unggulan karena sebagian besar nasabah berasal dari produk tabungan tersebut. Segi harga pada Tabungan Simpatik tidak memberikan biaya kepada nasabah, seperti biaya potongan setiap bulan serta persyaratan kepemilikan yang mudah. Kegiatan distribusi Tabungan Simpatik dilakukan secara langsung tanpa melalui perantara seperti dengan cara mendatangi langsung ke tempat nasabah. Promosi merupakan sarana perusahaan untuk mengenalkan produknya kepada nasabah melalui iklan, promosi penjualan, penjualan pribadi dan penjualan langsung.

Dari uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa upaya pemasaran Tabungan Simpatik pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Sawahlunto sudah baik. Tetapi PT. Bank Syariah Mandiri KCP Sawahlunto harus meningkatkan lagi kinerjanya serta menambah tenaga pemasarnya, terutama pada bagian *Consumer Sales Executive* agar target perusahaan tercapai.

UIN IMAM BONJOL PADANG

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian diatas, maka saran yang diberikan kepada Bank Syariah Mandiri KCP Sawahlunto dalam upaya pemasaran Tabungan Simpatik yaitu:

1. Konsep pemasaran yang telah ditetapkan tersebut, hendaknya lebih ditingkatkan, terutama di kalangan pelajar serta yang bertanggung jawab pada bagian pemasaran, supaya lancar dalam melayani konsumen.
2. PT. Bank Syariah Mandiri KCP Sawahlunto harus menambah tenaga pemasar untuk memasarkan produk Tabungan Simpatik yang terdapat PT. Bank Syariah Mandiri KCP Sawahlunto.

UIN IMAM BONJOL
PADANG