

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan bahwa upaya pemasaran yang digunakan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Padang Panjang dengan menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix*) terdiri dari 4P dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. Produk (*product*) , Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Padang Panjang mengedepankan mutu dan kualitas produk serta keunggulan-keunggulan dari produk tabungan BSM.
- b. Harga (*price*), Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Padang Panjang dalam mengelola produk tabungan BSM menetapkan harga setoran awal minimum sebesar Rp 80.000 yang sangat terjangkau dengan oleh masyarakat khusus di daerah Padang Panjang.
- c. Tempat (*place*), Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Padang Panjang mempunyai lokasi yang strategis yang berada di pusat kota sehingga mudah dijangkau oleh masyarakat.
- d. Promosi (*promotion*), Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Padang Panjang melakukan promosi dengan menggunakan empat bauran promosi diantaranya periklanan (*advertising*), penjualan pribadi (*personal selling*), promosi penjualan (*sales promotion*) dan publisitas (*publicity*)

B. Saran

Setelah melakukan penelitian dan pengamatan keadaan serta situasi di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Padang Panjang, maka peneliti memberikan saran agar bank melakukan Penambahan karyawan dibagian *sales funding eksekutif (marketing pendanaan)* yang sekarang hanya satu karyawan dibagian SFE, karena dengan adanya penambahan karyawan dapat mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah tabungan BSM di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Padang Panjang.

