

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari uraian penjelasan dan analisa di atas sebagai hasil penelitian yang berkenaan dengan Strategi Pemasaran Produk Tabungan Wadiah di Bank Mandiri Syariah Kantor Cabang Kota Bengkulu, maka penulis mengambil beberapa kesimpulan berikut :

Strategi yang digunakan dalam pemasaran produk perbankan adalah dengan cara menempatkan pengenalan produk kepada nasabah pada urutan pertama agar memberi pelayanan yang sebaik-baiknya kepada nasabah, dalam bauran pemasaran yang meliputi strategi produk yang menampilkan kemudahan pemberian fasilitas yang terdapat di dalam masing-masing produk, strategi harga dengan biaya nominal yang sangat ringan dapat lebih memudahkan nasabah untuk menggunakan produk simpanan ini untuk menabung. Strategi promosi yang merupakan cara langsung atau tidak langsung untuk mempengaruhi nasabah dalam membeli atau memilih suatu produk atau jasa tertentu. mengadakan bazar-bazar atau mengikuti even-even di hari libur (*weekend*), promosi dengan menggunakan jasa media cetak dan media sosial, serta menawarkan kelebihan produk, maka Bank Syariah Mandiri memilih pasar sasarannya adalah kepada nasabah yang potensial diantaranya pengusaha, karyawan, pedagang pasar dan pelajar yang memerlukan tabungan untuk sehari-sehari.

Adapun kegiatan promosi yang dilakukan Bank Syariah Mandiri antara lain yaitu dengan menginformasikan setiap ada kegiatan penting di Bank Syariah Mandiri serta pembagian brosur kepada masyarakat di tempat-tempat yang menjadi target pasar.

Faktor yang menyebabkan produk tersebut diminati adalah karena tertarik dengan biaya yang terjangkau, selain karena biaya yang terjangkau karena biaya administrasi perbulan yang lebih murah dibandingkan produk tabungan lain. Selain itu dari aspek

keagamaan juga mempengaruhi keputusan nasabah memilih produk karena bagi sebagian nasabah pembagian margin yang di dapatkan Bank pada bagi hasil tidak diperbolehkan.

5.2 Saran

Berdasarkan pembahasan pada bab sebelumnya, peneliti menyarankan pada pihak Bank Syariah Mandiri agar meningkatkan pengetahuan dan komunikasi terhadap produk wadiah kepada nasabah dan alangkah baiknya jika Bank Syariah Mandiri melakukan kegiatan rutin seperti sebulan sekali mengadakan sosialisasi kepada sekolah-sekolah dan masyarakat khususnya untuk memasarkan produk tabungan yang berakad Wadiah Yad Dhammanah untuk meningkatkan pengetahuan terhadap keunggulan-keunggulan produk tabungan wadiah agar mereka tertarik untuk memilih produk tabungan wadiah tersebut.

Berkaitan dalam hal strategi pemasaran promosi adalah hal yang sangat penting untuk diperhatikan oleh karena itu perlu adanya usaha-usaha lain yang dapat menarik calon nasabah baru, misalnya dengan pemasangan papan nama ditempat-tempat strategis, serta penayangan iklan di media elektronik misalnya tv regional Bengkulu ataupun radio, serta media cetak yang dilakukan secara berkelanjutan.

Perlunya menambah mesin ATM di tempat-tempat strategis dan pusat pembelanjaan agar nasabah tidak kesulitan dalam bertransaksi.