

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **V.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah penulis cantumkan pada bab iv mengenai strategi pemasaran tabungan *Easy Wadiah* dan *Easy Mudharabah* Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Tangerang Ciputat dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan yaitu dengan menggunakan konsep Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) 7P yang mencakup *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (Tempat), *Promotion* (Promosi), *People* (Orang), *Process* (Proses), *Pyhsical Evidence* (Bukti Fisik).

Untuk strategi pemasaran produk yang dilakukan Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Tangerang Ciputat yaitu:

1. Produk, tabungan *Easy Wadiah* dan *Easy Mudharabah* yang dimiliki Bank syariah Indonesia memiliki banyak kelebihan salah satunya pada produk tabungan *Easy Wadiah* yaitu, bebas biaya administrasi perbulan. Dan untuk tabungan *Easy Mudharabah* yaitu, menerapkan sistem bagi hasil antara bank dan nasabah. Tabungan *Easy Wadiah* dan *Easy Mudharabah* merupakan salah satu syarat untuk nasabah mengikuti program Pesta Hadiah, dengan diadakan program Pesta Hadiah tersebut berharap agar dapat menarik masyarakat untuk membuka tabungan *Easy Wadiah* maupun tabungan *Easy Mudharabah*. Namun jika dilihat dari gambar grafiknya, program Pesta Hadiah kurang efektif dalam pemasaran untuk meningkatkan nasabah pada tabungan *Easy Wadiah* maupun tabungan *Easy Mudharabah*.
2. Harga, Bank Syariah Indonesia dalam menetapkan harganya sangat terjangkau untuk masyarakat.
3. Place, dalam memilih tempat, Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Tangerang Ciputat sangat strategis dan mudah untuk di jangkau karena terletak dipinggir jalan raya besar dan dekat dengan universitas.

4. Promosi, Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Tangerang Ciputat melakukan promosi produk dan program yang dimilikinya melalui *open booth* di berbagai *event*, melalui media sosial seperti *Whatsapp*, *Instagram*, *Whatsapp Blast*, Brosur, dan *frontliner*.
5. Orang, seluruh staf Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Tangerang Ciputat memberikan pelayanan yang terbaik agar nasabah merasa nyaman.
6. Proses, seluruh staf Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Tangerang Ciputat melakukan kegiatan operasional dari awal hingga akhir dengan menerapkan SOP (Standar Operasional Prosedur) yang telah ditetapkan bank.
7. Bukti Fisik, semua bukti fisik yang telah diterapkan Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Tangerang Ciputat untuk mendukung pelayanan yang digunakan dalam menyajikan produk dan jasa kepada nasabah.

Dari strategi pemasaran tabungan *Easy Wadiah* dan *Easy Mudharabah* yang Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Tangerang Ciputat mengenai 7P yang telah diterapkan, strategi pemasaran pada harga sangatlah berpengaruh pada pemasarannya, dikarenakan harga telah diterapkan oleh Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Tangerang Ciputat menurut nasabah yang telah di wawancarai penulis itu sangat terjangkau sehingga nasabah tertarik untuk memiliki tabungan *Easy Wadiah* maupun *Easy Mudharabah* Bank Syariah Indonesia.

## V.2 Saran

Adapun saran yang dapat penulis berikan kepada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Tangerang Ciputat yaitu:

1. Agar bank dapat mempertahankan pelayanannya kepada semua nasabah supaya nasabah semakin nyaman untuk bekerjasama dengan Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Tangerang Ciputat.
2. Agar bank dapat meningkatkan kualitas produk tabungan *Easy Wadiah* dan *Easy Mudharabah* dengan memberikan inovasi terbaru seperti, memberikan fitur – fitur yang lebih canggih terhadap produknya, supaya

masyarakat tertarik untuk memiliki tabungan *Easy Wadiah* dan *Easy Mudharabah*.

3. Sebaiknya bank membuat jenis program undian berhadiah yang lain dengan saldo yang lebih rendah atau berbeda dari jenis program Pesta Hadiah agar nasabah yang memiliki saldo rendah dapat mengikuti program undian tabungan berhadiah. Dengan demikian diharapkan akan terjadi kenaikan jumlah nasabah tabungan *Easy Wadiah* dan *Easy Mudharabah* di tahun yang akan datang.