

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **IV.1. Simpulan**

Berdasarkan pembahasan pada bab sebelumnya maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Tabungan Investa Cendekia merupakan salah satu produk simpanan yang ditawarkan oleh PT Bank Syariah Mandiri. Tabungan ini adalah tabungan berjangka untuk keperluan uang pendidikan dengan jumlah setoran tetap (*installment*), yang dimana tabungan ini dilengkapi dengan asuransi.
2. Strategi pemasaran dalam memasarkan produk Tabungan Investa Cendekia PT Bank Syariah menerapkan bauran pemasaran (*marketing mix*) dengan 7P yaitu *product, price, place, promotion, people, process, dan physical evidence*.
3. Hambatan yang dihadapi PT Bank Syariah Mandiri dalam memasarkan produk tabungan investa cendekia adalah minimnya pemahaman masyarakat saat ini mengenai dunia perbankan syariah, tingginya para pesaing yang berlomba-lomba untuk mendapatkan calon nasabah baru, baik di bank syariah maupun di bank konvensional, dan masih kurangnya keinginan masyarakat Indonesia dalam sikap rajin menabung. Keadaan ini dikarenakan tidak dituntun kebiasaan budaya menabung sejak kecil.

#### **IV.2. Saran**

Berdasarkan simpulan yang telah dijelaskan diatas, beberapa saran dapat disampaikan sebagai berikut:

1. Meningkatkan kualitas sumber daya manusia baik keahlian, pengetahuan dan wawasan pegawai tentang produk BSM khususnya pada produk Tabungan Investa Cendekia dan sikap terhadap para nasabah agar nasabah merasa puas dan menjadi pelanggan setia.
2. Meningkatkan mutu produk dan fasilitas yang ditawarkan agar dapat bersaing di era modern dengan sesama bank syariah dan juga bank konvensional.

3. Pentingnya pihak PT Bank Syariah Mandiri melakukan sosialisasi secara saksama dan sungguh-sungguh mengenai produk Tabungan Investa Cendekia kepada masyarakat luas agar lebih mengenal tentang produk ini serta ayanan yang sangat bermanfaat.