

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian bab-bab sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwasanya Bank Syariah Mandiri Area Padang lebih terfokus menggunakan penjualan personal, hubungan masyarakat, dan pemasaran langsung dalam penjualan produk tabungan, menginformasikan tentang perusahaan, mempromosikan produk terbaru maupun promosi penjualan yang dimilikinya.

Bauran promosi hubungan masyarakat digunakan oleh Bank Syariah Mandiri Area Padang digunakan hanya untuk bekerja sama dengan beberapa pihak instansi atau perusahaan dengan tujuan meningkatkan nasabah dan calon nasabah, sedangkan untuk membangun nama baik Bank Syariah Mandiri Area Padang di masyarakat tidak ada. Penggunaan media iklan oleh Bank Syariah Mandiri Area Padang hanya dilakukan pada saat tertentu bukan dalam kegiatan yang rutin sehingga masyarakat Kota Padang kurang menjangkau secara luas untuk mendapatkan informasi mengenai Bank Syariah Mandiri beserta produk tabungan dan produk lainnya.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas dapat dikemukakan saran dari penulis untuk Bank Syariah Mandiri Area Padang yang mungkin berguna untuk kedepannya:

1. Bank Syariah Mandiri Area Padang harus juga mempertimbangkan promosi yang lebih menarik dan intens melalui media iklan terutama bagi media iklan

televisi, radio, dan media cetak. Jika Bank Syariah mandiri mempertimbangkan hal ini, maka masyarakat Kota Padang akan jauh mengenal lebih dalam lagi mengenai Bank Syariah Mandiri beserta produk tabungan dan produk lainnya.

2. Bank Syariah Mandiri Area Padang harus memperhatikan nama baik di masyarakat, seperti dengan membuat acara yang bertema edukasi sehingga terbentuklah hubungan harmonis antara Bank Syariah Mandiri Area Padang dengan masyarakat Kota Padang.
3. Bank Syariah Mandiri Area Padang harus lebih menambahkan promosi penjualannya, seperti mengadakan suatu hadiah pada saat menabung dengan jumlah minimum tertentu, atau pemberian hadiah langsung. Hal ini merupakan rangsangan lebih untuk menabung di Bank Syariah Mandiri.

