

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Strategi *marketing mix* pada produk tabungan *easy wadiah* di BSI KCP Gudang Garam Kediri meliputi 7 unsur. Pertama *Product*, secara transaksional ada tabungan *easy wadiah*, tabungan *easy mudharabah*, tabungan haji dan tabungan junior. Fasilitas antar akad tabungan seperti ATM, *mobile banking*, maupun setor tunai tidak ada perbedaan. Kedua *place*, pembukaan rekening tabungan *easy wadiah* dapat melalui BSI *Mobile*, sehingga tidak perlu mengurus ke kantor cabang. Ketiga *price*, produk tabungan *easy wadiah* tidak ada bagi hasil. Selain itu tidak ada potongan setiap bulan, kecuali administrasi kepengurusan kartu baru. Keempat *promotion*, kegiatan promosi produk tabungan *easy wadiah* dilakukan secara langsung ketika nasabah melakukan transaksi di kantor. Kelima *people*, masyarakat sekitar khususnya karyawan Gudang Garam menjadi target sebagai nasabah tabungan *easy wadiah*. Keenam *process*, Untuk menjadi nasabah produk tabungan *easy wadiah* cukup memiliki KTP sebagai persyaratan. Kemudian memiliki HP untuk membuka rekening via BSI *Mobile*. Ketujuh *physical evidence*, bukti fisik berupa laporan transfer tabungan nasabah melalui BSI *Mobile* atau mengecek mutasi rekening lewat ATM terdekat.

2. Strategi *marketing mix* pada produk tabungan *easy wadiah* di BSI KCP Gudang Garam Kediri berhasil meningkatkan jumlah nasabah dalam kurun waktu 2020-2022.

B. Saran

BSI KCP Gudang Garam Kediri perlu menambah aplikasi dalam setiap unsur strategi 7P untuk memaksimalkan tujuan. Selain itu perlu mempertahankan loyalitas nasabah tabungan *easy wadiah* dengan sebuah promosi yang diberikan.