

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Menabung saat ini merupakan hal yang sangat penting untuk diterapkan oleh orang tua pada anaknya sejak dini. karena tabungan memiliki peranan penting dimasa depan. Menabung berarti menyisihkan sebagian uang yang dimiliki untuk disimpan. Menabung merupakan cara untuk mengelola uang dan untuk mendidik anak menjadi orang yang hemat. Banyak pilihan tempat dalam menabung, salah satunya di Bank. Bank BTN merupakan salah satu lembaga keuangan yang memiliki berbagai jenis produk salah satunya Tabungan Junior.

Tabungan Junior merupakan salah satu produk di Bank Tabungan Negara. Tabungan untuk edukasi menabung bagi anak-anak usia 12 tahun. tabungan ini diadakan dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat terutama anak-anak yang masih duduk di bangku Sekolah Dasar sehingga tidak ada biaya administrasinya. Oleh karena itu Bank BTN Kantor Kas perlu menyusun strategi dalam memasarkan produk tabungan Junior karena nasabahnya adalah anak-anak.

Sesuai dengan tujuan penelitian, penulis sudah memahami tentang hal-hal yang berkaitan dengan strategi pemasaran tabungan junior Bank BTN Kantor Kas Nginden Surabaya dan telah menjawab tujuan dari Bab 1 dan pembahasan di bab IV maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Strategi pemasaran yang merupakan pola pikir yang digunakan untuk mencapai target perusahaan yaitu dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar sasaran tersebut. Dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan junior yang dilakukan oleh Bank BTN Kantor Kas Nginden adalah melakukan pendekatan dengan pihak internal (Kepala Sekolah), memperkenalkan produk tabungan junior kepada murid dan wali murid, lalu meyakinkan wali murid untuk membuka rekening tabungan junior di Bank BTN.
2. Hambatan dalam memasarkan produk Tabungan Junior adalah rendahnya minat nasabah (orang tua), lokasi Bank BTN yang tidak dekat dengan Sekolah Dasar, adanya produk Tabungan dari Bank milik Pemerintah, penarikan dilakukan oleh walinya, dan tidak terdapat ATM.
3. Cara mengatasi hambatan-hambatan dalam memasarkan Produk adalah Pendekatan Personal, sosialisasi ke sekolah, dan membagikan brosur. Selain itu Bank BTN harus terus menginovasikan produknya agar tidak kalah bersaing dengan Bank lain yang mempunyai produk-produk baru yang lebih menarik minat nasabah. Melakukan kerjasama dengan sekolah-sekolah yang memiliki banyak murid untuk memenangkan pasar konsumen.

5.2 Saran

Setelah dilakukan wawancara dengan Pimpinan dan Customer Service Bank BTN Kantor Kas Nginden maka penulis dapat mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bank BTN Kantor Kas Nginden sebagaimana yang telah dibahas di Bab IV. Sehingga penulis ingin memberikan saran kepada pihak Bank BTN Kantor Kas Nginden sebagai berikut :

1. Memberikan promosi dan pengenalan produk bukan hanya di sekolah, tetapi juga diluar sekolah seperti di plaza atau di tempat wisata yang pengunjungnya mayoritas anak-anak. Sehingga tujuan target utama yaitu anak-anak bisa terpenuhi dengan adanya promosi di tempat tersebut. serta lebih meningkatkan pelayanan yang telah disediakan dengan prinsip pelayanan prima pada bagian *front office* ketika mempromosikan produk tabungan BTN Junior tersebut baik di internal Bank yaitu pelayanan didalam Bank itu sendiri maupun di eksternal Bank yaitu ketika melakukan promosi dan kolektif tabungan ke berbagai sekolah. selain itu dapat memberikan undian beasiswa bagi siswa yang menggunakan produk BTN Junior.
2. Bank BTN dapat mengubah desain gambar yang ada pada buku tabungan dengan gambar yang lucu sehingga anak-anak akan tertarik untuk menabung. Serta dapat memberikan nama dan foto pada cover buku tabungan BTN Junior tersebut.
3. Saat melakukan promosi hendaknya Bank BTN memberikan hadiah pada siswa yang membuka rekening baru saat itu juga.

Dari saran yang diberikan diharapkan mampu menambah kinerja bank BTN Kantor Kas Nginden agar semakin meningkatkan loyalitas nasabahnya baik calon nasabah, maupun nasabah tetap dan fungsi bank sebagai lembaga keuangan dalam menghimpun dana dapat bermanfaat baik bagi bank itu sendiri.

5.3. Implikasi Penelitian

1. Dalam hal ini pihak BTN telah melakukan promosi dan pengenalan produk tersebut diluar Sekolah seperti di Plaza atau tempat wisata yang pengunjungnya anak-anak. Sehingga tujuan target utamanya anak-anak bisa terpenuhi. dan juga telah memberikan undian kepada siswa yang membuka rekening Tabungan Junior.
2. Dalam hal ini pihak BTN telah merubah desain gambar buku Tabungan Junior dengan gambar yang lucu sehingga anak-anak semakin tertarik dalam menabung.
3. Dalam hal ini pihak BTN telah memberikan hadiah pada siswa yang membuka rekening saat itu juga. Seperti, pensil dengan gambar yang lucu dan juga gantungan kunci yang lucu.

DAFTAR RUJUKAN

- Bobsusanto. 2015. *11 Pengertian Pemasaran Menurut Para Ahli Lengkap*. Jurnal (Online) Diakses pada 28 Februari 2017 19.07 WIB
<http://www.seputarpengetahuan.com/2015/03/pengertian-pemasaran-menurut-para-ahli-lengkap.html>
- Bank Tabungan Negara (Persero)
Diakses pada 20 Maret 2017 pada jam 20.05 WIB
www.btn.co.id
- Dahlan Siamat. 2005. *Manajemen Lembaga Keuangan “Pengertian Bank”*. Jakarta : Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia
- Deviyanti. 2016. *Materi Perbankan*. jurnal (Online)
Diakses pada 12 Februari 2017 pada jam 13.12
<http://deviyanti23februari1997.blogspot.co.id/2016/10/materi-perbankan.html>
- Fandy Tjiptono, 2008. *Strategi Pemasaran “ Konsep Strategi Pemasaran”*. Edisi III hal 5-8. Yogyakarta : Andi
- _____, 2015. *Strategi Pemasaran “Pengertian Strategi Pemasaran”*. Yogyakarta : Andi
- Farid Sandhi Mardani. 2010. Strategi Pemasaran Produk Simpanan Tabungan Shar-E Di Bank Muamalat Indonesia Cabang Pembantu Salatiga. *Jurnal Perbankan Syariah STAIN Salatiga*. (Online). Diakses pada 10 Februari 2017 pada jam 07.42
<http://faridsandy.blogspot.co.id/2011/08/tugas-akhir.html?m=1>
- Kasmir. 2008. *Pemasaran Bank*. “Pengertian Nasabah”. Jakarta : Kencana
- Kotler, Philip, dan G. Amstrong. 2004. *Dasar-Dasar Pemasaran*. “Pengertian Strategi pemasaran” Jakarta : Indeks
- _____, Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi keduabelas jilid kesatu. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Ryanhadiwijayaa, 2012. *Definisi Strategi Menurut Para Ahli*. jurnal (Online)
Diakses pada 21 Maret 2017 pada jam 08.55 WIB
<https://ryanhadiwijayaa.wordpress.com/2012/09/30/definisi-strategi-menurut-para-ahli/>

Republika Indonesia.1998. Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perubahan atas UU Nomor 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan. Lembaran Negara RI Tahun 1998, Nomor 182. Jakarta

