

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh penulis, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

Upaya yang telah dilakukan Bank BRI Cabang Waru Sidoarjo dalam meningkatkan jumlah nasabah Tabungan BRI Britama Edisi Anak Muda adalah :

1. Menginformasikan beberapa keunggulan Tabungan BRI Britama Edisi Anak Muda kepada masyarakat dengan tujuan agar masyarakat terpicat untuk menjadi nasabah Bank BRI Cabnag Waru Sidoarjo.
2. Membangun reputasi yang baik dengan cara melayani nasabah dengan sepenuh hati, sesuai dengan slogan yang telah ditetapkan oleh Bank BRI Cabang Waru Sidoarjo, sehingga masyarakat simpati terhadap Bank BRI Cabang Waru Sidoarjo.
3. Melakukan promosi dengan cara menerbitkan iklan cetak, brosur, dan poster. Mengedarkan ke tempat-tempat keramaian seperti di Mall, lapangan olahraga dan SMA/SMK/Perguruan Tinggi.
4. Memberikan jaminan keamanan dana simpanan kepada nasabah, dengan cara memberikan surat perjanjian atau kesepakatan bahwa pihak Bank akan bertanggung jawab apabila dikemudian hari terdapat hal-hal yang tidak diinginkan oleh nasabah. Seperti, pembobolan ATM atau penggelapan dana.

5. Memberikan undian berhadiah seperti “Untung Beliung” agar merangsang nasabah untuk membuka Tabungan BRI Britama Edisi Anak Muda.
6. Melakukan penjualan pribadi dengan cara promosi yang dilakukan dari mulut ke mulut seperti mendatangi SMA/SMK/Perguruan Tinggi.
7. Publisitas dengan cara mengikuti kegiatan pameran atau bazar dengan harapan masyarakat mengetahui lebih dalam tentang produk Tabungan BRI Britama Edisi Anak Muda, selain itu juga dapat mempengaruhi atau membujuk masyarakat agar berminat menjadi nasabah Bank BRI Cabang Waru Sidoarjo. Bank BRI Cabang Waru Sidoarjo juga akan memberikan hadiah menarik atau sovenir bagi para nasabah yang membuka rekening pada kegiatan pameran atau bazar tersebut.
8. Memberikan layanan Quick Service atau layanan antar jemput uang nasabah.

Beberapa kendala yang dihadapi dalam melakukan upaya peningkatan jumlah nasabah antara lain :

1. Biaya pemasaran yang terbatas.
2. Sumber daya manusia yang kurang memahami produk.
3. Banyak masyarakat yang belum mengetahui tentang produk Tabungan BRI Britama Edisi Anak Muda, dikarenakan produk tersebut merupakan produk baru.
4. Terbatasnya jumlah souvenir yang ada.

## 5.2 Saran

Adapun saran yang dapat di sampaikan dari hasil pengamatan adalah sebagai berikut :

1. Seharusnya Bank BRI Cabang Waru Sidoarjo lebih meningkatkan upaya atau strategi agar tujuan atau sasaran dapat tercapai.
2. Melakukan upaya sosialisasi yang lebih intensif terutama dalam meningkatkan pemahaman kepada masyarakat terhadap produk Tabungan BRI Britama Edisi Anak Muda.
3. Membekali karyawan-karyawan dengan mengikuti seminar sehingga memiliki SDM yang disiplin dan kompetitif.
4. Melakukan pengecekan stok souvenir dan pembelian souvenir secara berkala

## 5.3 Implikasi Penelitian

Adapun implikasi yang dilakukan oleh Bank BRI Cabang Waru Sidoarjo antara lain adalah :

1. Dengan melakukan upaya sosialisasi yang lebih intensif dapat membuat masyarakat lebih memahami tentang keunggulan dan fasilitas-fasilitas tabungan BRI Britama Edisi Anak Muda.
2. Menyediakan brosur pada meja *Customer Service* agar dapat memudahkan *Customer Service* dalam menjelaskan tentang produk tabungan BRI Britama Edisi Anak Muda.
3. Mengecek stok souvenir dan melakukan pembelian secara berkala agar tidak kehabisan stok sehingga tidak mengecewakan nasabah.

## DAFTAR RUJUKAN

- A.Abdurahman, 2001, *ensiklopedia Ekonomi Keuangan dan Perdagangan*, Jakarta: Erlangga.
- Arief Nurhidayat, 2016. “ *upaya peningkatan jumlah nasabah melalui strategi pemasaran produk tabungan ceriaku di PT. BPRS Khasanah Ummat Purwokerto.*” TA sarjana tak diterbitkan, IAIN Purwokerto
- Buku Pedoman Tugas Akhir STIE Perbanas Surabaya
- Deddy Raharjo. 2012. Produk dan Jasa Bank.(Online), (<http://dendyrharjo.blogspot.co.id/2012/01/produk-dan-jasa-perbankan.html>, diakses 30Maret 2017)
- Kotler, Philip, dan G. Amstrong. 2000, *Manajemen Pemasaran dengan pemasaran efektif dan Profitable*, cetakan Kedua, Gramedia Pusat Utama, Jakarta.
- Kotler, philip. 2008. *Prinsip-prinsip pemasaran*. Jilid 1 edisi delapan. Jakarta : Erlangga
- Muchdarsyah Sinungan, 2000. “*Strategi Manajemen Bank*” Jakarta:Rineka Cipta
- Norsanie. 2015. Peningkatan Mutu dan Sumber Daya Manuia Pendidikan Non Formal Informal. (Online), (<http://porsanic.blogspot.co.kl/2015/5/11/peningkatan-mutu-dan-sumber-daya.html>, diakses 10 Februari 2017)
- Sekretariat Negara.R.I.1998. *Undang-undang nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perubahan atas UU No. 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan*. Lembaran Negara RI Tahun 1998, No. 182. Jakarta
- [www.bankbri.com](http://www.bankbri.com)