

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil yang di dapatkan dari penelitian yang telah di laksanakan pada Bank Rakyat Indonesia kantor cabang pembantu Gubeng Surabaya, penulis telah mengetahui pelaksanaan pemasaran produk deposito. Melalui hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya dapat dibuat kesimpulan yaitu

1. Produk simpanan investasi deposito di Bank Rakyat Indonesia kantor cabang pembantu Gubeng Surabaya, memiliki kemudahan bagi setiap nasabahnya mulai dari persyaratan pembukaan hingga jenisnya ada yang deposito internet banking yang memudahkan nasabah membuka rekening dimana saja tanpa perlu datang ke bank. Serta memiliki manfaat yang bisa di gunakan sebagai jaminan kredit.
2. Dalam melaksanakan pemasarannya para *funding* biasanya melakukan perencanaan yaitu ada 3 jenis diantaranya : *segmentation, targeting dan positioning*.
3. Terdapat dua cara pelaksanaan pemasaran deposito di Bank Rakyat Indonesia kantor cabang pembantu Gubeng Surabaya. di antaranya :

1. Pemasaran secara *offline*

1. Pemasaran dari dalam, yaitu nasabah yang datang sendiri ke bank atau nasabah yang memiliki kerjasama dengan pihak bank yaitu BRILINK.
2. Pemasaran dari luar, yaitu ketika seorang *Funding Officer* mendatangi nasabah guna menawarkan produknya. Ketika pemasaran dari luar di laksanakan biasanya akan dilakukan pendekatan kekeluargaan.

2. Pemasaran secara *online*

Dimana *funding* menggunakan media sosial dalam pemasaran yang dilakukannya media ini bisa berupa *website*, *wathsap* dan *Instagram*. dengan menggunakan media sosial para *funding* bisa memasarkan produknya setiap saat.

4. Media promosi yang digunakan yaitu secara *offline* dan *online*, *offlien* berupa *seles kit* dan *brosur*, serta pendekatan keluarga jika *online* bisa melalui media sosial.
5. Hambatan yang di alami oleh Bank Rakyat Indonesia kantor cabang pembantu Gubeng Surabaya yaitu Perbedaan suku bunga deposito dengan bank lain sehingga membuat nasabah menarik dananya atau terkadang tidak tertarik untuk menginvestasikan dananya untuk deposito di Bank Rakyat Indonesia kantor cabang pembantu Gubeng Surabaya. Namun pihak bank sendiri memiliki cara guna mengatasinya. contoh dengan memberikan dua bunga yaitu bunga

pokok dan bunga berjalan. *Funding Officer* memiliki cara untuk menanganinya dengan layanan jasa yang diberikan. Selain itu di masa sekarang pandemi Covid-19 juga menjadi *Factor Ekternal* dalam hambatan pelaksanaan pemasaran deposito.

5.2 Saran dan Implikasi Penelitian

5.2.1. Saran

Saran ini di tulis oleh penulis untuk para penelitian selanjutnya agar mendapatkan penelitian yang jauh lebih baik. maka di sarankan :

1. Apabila di kemudian hari terdapat penelitian dengan judul yang serupa yaitu pelaksanaan pemasaran deposito sebaiknya mencari bank lain selain BRI karena pada umumnya seluruh cabang BRI memiliki pelaksanaan pemasaran yang sama serta hambatan yang sama.
2. Apabila ingin melakukan penelitian di Bank Rakyat Indonesia kantor cabang pembantu gubeng Surabaya sebaiknya melakukan penelitian dengan judul terkait investasi lain nya seperti simpedes impian atau yang lainnya.

5.2.2 Implikasi Penelitian

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terdapat hambatan yang terjadi pada pelaksanaan pemasaran produk deposito di Bank Rakyat Indonesia kantor cabang pembantu gubeng Surabaya sehingga terkadang target dari perusahaan kurang tercapai. Oleh karena itu Guna membantu dalam

melaksanakan pemasaran deposito maka penulis akan memberikan beberapa saran di antaranya:

1. Ketika para *Funding* menawarkan produk nya pada calon nasabah lalu orang tersebut menolaknya sebaiknya para funding jangan langsung memutuskan bahwa orang tersebut memang tidak menginginkan produk investasi ini. mungkin saja orang tersebut belum membutuhkan nya, jadi di lain waktu bisa di coba lagi dan menawarkan lagi. Misal pada saat Covid-19 ini, ketika Rupiah menurun maka bisa saja menawarkan deposito valas untuk mengamankan investasinya atau menggunkan cara yang lain.
2. Para *Funding* sebaiknya menyiapkan bingkisan pada saat melakukan pendekatan kekeluargaan kepada nasabah untuk mencari refrensi nasabah lain yang potensial yang bisa dan mau membuka rekening deposito di Bank Rakyat Indonesia kantor cabang pembantu gubeng Surabaya. Dan mempersiapkan bingkisan pula kepada nasabah yang bekerjasama dengan BRI yaitu BRILINK guna terjadinya jalinan hubungan yang baik sehingga memungkinkan menambah nasabah melalui unit ini. bingkisan ini bisa saja berupa *souveneir* yang di sediakan sekala berkala agar tidak kehabisan saat membagikan *souveneir* tersebut.
3. Pada saat keadaan pademi Covid-19 saat ini pelaksanaan pemasaran media social bisa ditingkatka jauh lebih baik yang semula hanya melalui poster atau sebagainya, bisa saja melakukan promosi lewat video pendek atau anime bahkan meme yang sekarang manarik perhatian masyarakat Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2006). *Metodelogi penelitian*. Yogyakarta: Bina Aksara.
- Dharmmesta, B. S. (2014). *Manajemen pemasaran*.
- IBI. (2016). *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Kasmir. (2014:4). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT.Raja Grafindo persada.
- Kotler dan Amstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran jILID 1 dan 2 Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2000). *Manajemen Pemasaran. Edisi Milenium*. Jakarta: PT.Indeks Kelompok Gramedia.
- Nazir, M. (2013). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Situs Bank Rakyat Indonesia. Diunduh pada tanggal 01 Juni 2020. web www.bri.co.id.
- Undang-Undang. (Tahun 1998). *NO 10*. Tentang Bank.
- Wahyuni, S. V. (2019). *Aktivitas Penghimpunan Dana Deposito Pada PT. Bank Pembangunan Daerah (BPD) Sumatera Barat Cabang Lintau*. Padang: Akademi Keuangan dan Perbankan.
- warta. (2018, April 17). *tribunnews*. Retrieved from WARTAJOTAlive.com: <https://wartakota.tribunnews.com/2018/04/07tingkat-dan-minat-investasi-indonesia-memrihatinkan-karena-sangat-rendah>