

BAB V

PENUTUP

5.1 kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan di Bank Perkreditan Rakyat Arta Swasembada Cabang Mojosari. Sebagaimana termpat mahasiswa mengadakan penelitian dan pengamatan beberapa data yang telah digunakan pada penyusunan tugas akhir. Serta telah dlakukan penelitian di Bank Perkreditan Rakyat Arta Swasembada Cabang Mojosari. Ternyata bank tersebut mempunyai prduk yang unggul, salah satunya adalah produk tabungan harian. Produk tersebut merupakan produk tabungan perorangan dalam mata uang rupiah sebagai tabungan untuk masyarakat dan untuk tabungan ini dibatasi dengan usia minimal 17 tahun. Maka dari produk tersebut mahasiswa ingin melakukan pengamatan tentang strategi pemasaran yang dilakukan dn direalisasikan oleh Bank Perkreditan Rakyat Arta Swasembada Cabang Mojosari.

Pada tanggal 03 April 2020 peneliti berhasil melakukan wawancara dengan petugas bagian tabungan harian atau bagian dana dan memawawancarai dengan kepala cabang Bank Perkreditan Rakyat Arta Swasembada Cabang Mojosari. Untuk menayakan sepintas hal tentang rumusan masalah tugas akhir ini sehingga keinginan peneliti untuk mencapai tujuan mengerti serta memahami strategi pemasaran di Bank Perkreditan Rakyat Arta Swasembada Cabang Mojosari. Sehingga jika dihubungkan pada Bab 1 maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Penulis memahami tentang penerapan strategi pemasaran yang dilakukan di Bank Perkreditan Rakyat Arta Swasembada Cabang Mojosari yaitu menggunakan strategi pemasaran Internal Marketing, Eksternal Marketing serta Interaktive Marketing. Dan juga menerapkan strategi pemasaran penerapan periklanan atau promosi lewat brosur, personal selling atas jemput bola, dan juga promosi atas magang mengenai perbankan tersebut.
2. Penulis memahami tentang keunggulan dan fasilitas yang diberikan Bank Perkreditan Rakyat Arta Swasembada Cabang Mojosari mengenai produk tabungan harian. Keunggulan dari produk harian tersebut mengenai setoran awal yang dibebankan pada nasabah tidak terlalu besar yaitu sekitar RP. 10.000 nasabah bisa langsung membuka rekening tabungan harian, bebas biaya admin pembukaan rekening, desain buku tabungan yang menarik. Serta juga dilengkapi dengan fasilitas yang diberikan bank terhadap tabungan harian ini antara lain yaitu buku tabungan serta jemput bola terhadap tabungan harian tersebut untuk mempermudah nasabah dalam hal menabung atau penarikan tunai dananya.
3. Penulis memahami tentang segmentasi pasar dan juga sasaran pasar yang dituju atas produk tabungan harian pada Bank Perkreditan Rakyat Arta Swasembada Cabang Mojosari. Disini menggunakan segmentasi pasar geografik, segmentasi pasar psikografik, serta segmentasi pasar berdasarkan perilaku dan juga pansa sasaran pasar yang bank tentukan antara lain di wilayah sekitaran bank mojosari

dan juga wilayah kantor kas bank didaerah pacet mojokerto. Dengan sasaran nasabah yang tidak dibatasi usia minimal 17 tahun.

4. Dalam kendala – kendala atau hambatan yang ada memang sudah diupayakan oleh pihak bank. Beberapa kendala yang muncul dalam pemasaran yaitu tidak adanya ATM sebagai pendukung dan mepermudah nasabah untuk mengambil dananya. Brosur yang terdapat lebih menjelaskan ke produk kredit dan tidak ada informasi dengan jelas antara produk tabungan harian, deposito serta brosur lebih menginformasikan secara detail mengenai produk kredit, pihak bank kurang kerjasama dengan pihak instansi pendidikan mengenai pemagangan di bank tersebut. Sehingga disini untuk solusinya yang dilakukan di Bank Perkreditan Rakyat Arta Swasembada cabang mojosari yaitu dengan menggunakan jembut bola agar nasabah tidak kesulitan pada saat menabung atau menarik dananya, dengan melakukan pemisahan antara Brosur kredit dan tabungan harian agar informasinya jelas, lebih kerjasama sal pemagangan ke instansi pendidikan.

Sehingga beberapa hambatan ini nantinya, yang menghambat jalannya pemasaran tabungan harian yang dilakukan pada Bank Perkreditan Rakyat Arta Swasembada Cabang Mojokerto. Namun pihak bank disini tidak diam tetapi sudah berupaya agar kegiatan pemasaran tersebut berjalan dengan lancar, dan mahasiswa akan memberikan saran agar menjadi salah satu alternative dalam hambatan tersebut

5.2 Saran Dan Implikasi Penelitian

Saran

Saran ini ditunjukkan kepada peneliti selanjutnya agar dapat menghasilkan penelitian yang lebih baik kedepannya. Oleh karena itu disarankan :

1. Apabila melakukan penelitian pada BPR Arta Swasembada Cabang Mojosari maka mohon diperbanyak mencari sumber data dan informasi terkait penelitian yang dilakukan untuk menghasilkan penelitian yang lebih akurat.
2. Apabila nantinya peneliti melakukan penelitian dengan judul yang sama maka hasil penelitian ini dapat dijadikan rujukan dan lebih ditingkatkan untuk menjadi lebih baik lagi.

Implikasi Penelitian

Dalam melakukan proses pemasaran produk tabungan harian pada Bank Perkreditan Rakyat Arta Swasembada Cabang Mojosari sudah berjalan dengan sebaik mungkin. Meskipun persaingan antar bank saat ini makin ketat. Dengan demikian setelah melakukan penelitian berdasarkan data – data yang diberikan oleh pihak bank kepada peneliti mengenai “strategi pemasaran tabungan harian pada Bank Perkreditan Rakyat Arta Swasembada Cabang Mojosari” ini penulis memiliki saran yang sekiranya dapat membantu pihak bank terkait dengan masalah atau kendala yang dialami. Khususnya pemasaran pada produk tabungan harian ini:

1. Kendala pemasaran melalui Iklan

Pertama, sebaiknya bank disini tidak menggunakan promosi melalui brosur saja tetapi menggunakan promosi dengan media sosial seperti instgram, fecebook, dan aplikasi lainnya supaya mendobrak para kalangan mudah agar lebih tau lagi terhadap produk apasaja yang ada di Bank Perkreditan Rakyat Arta Swasembada Cabang Mojosari. Sehingga disini bisa memperbanyak minat nasabah yang nabung pada tabungan harian tersebut di bank.

Kedua, sebaiknya brosur yang ada didesain semeramik rupa untuk meningkatkan minat nasabah baru yang awalnya produk tabungan belum lengkap atas informasi mengenai produk tersebut dengan adanya pemisahan brosur lebih menjelaskan pada nasabah barunya sehingga nasabah bisa paham mengenai produk tabungan harian pada Bank Perkreditan Rakyat Arta Swasembada Cabang Mojosari.

Ketiga, melakukan promosi tidak hanya dilakukan dilingkup kawasan sekitaran bank saja. Tetapi kewilayah lain yang guna untuk meningkatkan nasabah pada bank tersebut yaitu sekiran wilayah ngoro, karena diwilayah tersebut bank – bank terbilang masih sedikit yang membuka cabang seperti di daerah pacet.

Keempat, pada tahap promosi *personal selling* saat melakukan jembut bola tabungan harian sebaiknya para petugas bank menggunakan brosur yang telah disediakan bank agar lebih menjelakan informasi yang terkait. dan juga sebaiknya para petugas memakai kendaraan operasional dibank agar petugas

tidak kendala saat melakukan jemput bola serta *personal selling* dalam keadaan jauh.

2. Kendala tidak adanya ATM.

Sebaiknya bank menggunakan dan memberikan fasilitas ATM. Jadi disini bank sebaiknya berkordinasi dengan bank lain maksudnya adalah membuat kartu atm bersama sehingga bisa ditarik dimesin atm bank yang lainnya. Sehingga masyarakat mudah dalam hal mengotrol uangnya dan lebih mudah dalam pengambilan dananya yang dilakukan oleh nasabah lebih cepat tidak perlu menunggu keesokan harinya mau diambil kapan pun boleh. Disini mempermudah nasabah pada hal melakukan transaksi atas menabung serta pengambilan dana.

3. Kendala kerjasama dalam pemagangan

Sebaiknya pihak bank melakukan pengelistan data pihak sekolah mana yang mau menjalin kerjasama atas pemagangan tersebut sehingga dengan demikian pihak bank mempermudah untuk menjalin kerjasama dalam pemagangan serta pihak bank bersosialisasi ke sekolah. Berupa pemberian seminar yang dengan produk perbankan Bank Perkreditan Rakyat terkait agar menarik minat pihak instansi pendidikan terkait dengan halnya pemagangan di bank tersebut.

4. Sebaiknya dalam hal penarikan minat para nasabah baru. Pihak bank melakukan pemberian soverir ketika pembukaan rekening tabungan harian atau pembukaan deposito berjanka guna untuk meningkatkan minat nasabah agar mau menabung agar mau memakai produk bank tersebut. Salah satunya yaitu

souvenir nya bisa berupa bolpoin, note, ataupun jam dinding yang berlambangkan bank tersebut. Agar para nasabah minat untuk menggunakan produk bank tersebut.



DAFTAR PUSTAKA

- Rahayu, P. G., & Tanjung, M. S. B. (2019). Strategi Pemasaran Tabungan Pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Rangking Aur.
- Amelia, L., & Dona, E. (2020). Aktifitas Pemasaran Produk PT. Bank Perkreditan Rakyat Cempaka Mitra Negeri Padang.
- Haqiqi, F., & Fadli, K. (2020). Analisis Pengaruh Likuiditas Dan Pemberian Kredit Terhadap Tingkat Profitabilitas Pada Bank BPR Mega Mas Lestari Tahun 2016 – 2018 Kabupaten Karimun. *Jurnal careforia*, I (1), 73 – 83.
- Widayati, R., & Mendari, W. E. (2019). Upaya Penanganan Kredit Bermasalah Pada Bank Negeri Cabang Utama Cabang.
- Aziz, A, Istan, M., & Hendrianto, H. (2019). Analisis strategi pemasaran produk E – Commerce Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Curup (Doctoral dissertation, Institut Agama Islam Negeri Curup)
- Munadi, F. A., & Gunardarma, U. (2008). Analisis Strategi pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan Kendaraan Motor pada CV Turangga Mas Motor. *Journal of Economics*, 1 – 14
- Herawati, H. (2019). Penerapan Prinsip 5c Dalam Penerapan Murabahah Bagi Pensiunan Di Bank Syariah Mandiri Kcp. Bantul
- Wibowo, D. H., & Arfin , Z. (2015). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm (Studi pada Batik Dieng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 29(1), 59 - 66
- Pemasar, P. D. (2008). Manajemen Pemasaran.
- Edwin, M. (2018). *Peran bank sampah berlian labuai kecamatan bukit raya dalam meningkatkan pendapatan nasabah menurut perspektif ekonomi*

syariah (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).

Arisna, Ivalaina dan Hapsila,angga.(2015). Manajemen perbankan. Edisi kesatu. Sleman ; Cv Budi Utaman.

Ikatan Bankir Indonesia. (2014). Mengelolah Kualitas Layanan Perbankan. Edisi kesatu. Jakarta ; PT Gramedia Utama.

Drs, Ismail, MBA,Ak.(2018). Manajemen Perbankan. Edisi kelima. Jakarta ; Prenadamedia group

Umar Husain (2001). Strategic Management in Action. Edisi kesatu. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.

Hery S.E., M.Si., CRP.,RSA.,CFRM. (2019). Manajemen Pemasaran. Edisi kesatu. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.

Faturohman Maman, Purwanto,S,K, Nugroho Arissetyanto Suharyadi. (2007) Kewirausahaan: Membangun Usaha Sukses Sejak Usia Muda. Edisi kesatu. Jakarta: Salemba Empat.

Kasmir, S.E.,M.M. (2018) Pemasaran Bank. Edisi kelima. Jakarta : Kencana (divisi dari Prenadamedia Group)

Drs, Ismail, MBA,Ak (2010). Akuntansi Bank Teori Dan Aplikasi Dalam Rupiah. Edisi kesatu. Jakarta : Kencana (divisi dari Prenadamedia Group)

Laporan tahunan Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Arta Swasembada Cabang Mojosari (2018)