

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Dalam pemasaran bank produk/jasa penting untuk direncanakan agar produk /jasa yang lama dan kurang menarik dapat digantikan atau diperbaharui sehingga nasabah tidak akan beralih ke bank lain. Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan perusahaan, dan untuk mengembangkan perusahaan itu sendiri. Oleh karena itu, diperlukan strategi pemasaran sebagai penentu langkah-langkah dalam mencapai target.

1. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Tbk Kantor Cabang Utama Surabaya adalah dengan analisis terhadap segmentasi, target, dan positioning serta marketing mix bertujuan untuk mempengaruhi pasar, konsumen, dan permintaan dan merebut pembeli dalam suatu persaingan.
2. Dengan analisis yang dilakukan akan dapat membantu dalam penyusunan strategi pemasaran. Hasil analisis tersebut akan muncul bauran pemasaran yang tidak tepat dan mengganti dengan bauran yang tepat agar nasabah nyaman dengan tabungan SimPel Bank Jatim dan tidak pindah ke produk lain serta dengan adanya tabungan SimPel bisa meningkatkan kas pendapatan bagi bank dan menguntungkan bagi nasabah karena dapat membantu kegiatan transaksi secara mudah dengan berbagai fasilitas yang diberikan tabungan SimPel Bank Jatim

3. Setiap menjalani strategi pemasaran bank akan menemui hambatan yang dapat merugikan bank karena dapat mengurangi jumlah nasabah dan mengalami penurunan laba bank. Dengan adanya pesaing yang lain, informasi yang kurang, dan tingkat suku bunga yang rendah akan berdampak mengalami penurunan oleh karena itu bank memberikan solusi dengan memperkenalkan produk yang ditawarkan kepada masyarakat secara meluas, dengan memasarkan lagi ketempat-tempat umum, penyebaran brosur, pemasangan iklan, dan menonjolkan keuntungan, serta lebih menekankan kegunaan awal tabungan dan pemberian informasi mengenai tabungan SImPel yang tepat dan jelas.

5.2 Saran dan Implikasi

5.2.1 Saran

Saran dari peneliti untuk peneliti selanjutnya agar lebih baik lagi dan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan, yaitu :

1. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan akan melakukan penelitian dengan judul maupun pembahasan yang sama sebaiknya dilakukan di bank lain yang ditunjuk oleh OJK mengenai strategi pemasaran Tabungan SimPel karena bisa saja berbeda strateginya.
2. Bagi penelitian selanjutnya yang akan melakukan penelitian pada bank yang sama yaitu PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Tbk Cabang Utama Surabaya sebaiknya mencari pembahasan dan topik yang berbeda karena bank memiliki banyak produk selain

Tabungan SimPel, dengan begitu kita akan lebih banyak mengetahui dan memahami produk/jasa yang dimiliki Bank Jatim.

3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan akan melakukan penelitian dengan topik serta pembahasan yang sama pada PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Cabang Utama Surabaya. Sebaiknya, menggunakan aturan-aturan terbaru atau keunggulan fasilitas yang baru.
4. Bagi bank selanjutnya diharapkan melakukan perkembangan pemasaran produk Tabungan SimPel yaitu dengan meningkatkan frekuensi promosi seperti pemberian brosur kepada calon nasabah, pengadaan iklan, turun langsung ke pemukiman masyarakat serta meningkatkan kerjasama dengan beberapa perusahaan atau instansi atau sekolah untuk pembukaan rekening baru karyawan dan staff di suatu perusahaan ataupun instansi.

5.2.2 Implikasi

Setelah melakukan penelitian pada PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Tbk Cabang Utama Surabaya. Ada beberapa implikasi yang disampaikan untuk membantu kelancaran :

1. Strategi pemasaran yang digunakan pada PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Tbk Cabang Utama Surabaya lebih menerapkan strategi pemasaran *segmentation, targeting, positioning* dan *marketing mix*, sehingga jumlah nasabah tabungan SimPel lebih banyak.

2. Tetap menanamkan dan menerapkan nilai-nilai perusahaan yang menjadi landasan berpikir, bertindak, serta berperilaku agar nasabah merasakan kenyamanan saat bertransaksi pada PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Tbk Cabang Utama Surabaya



DAFTAR PUSTAKA

(Tentang Bank Jatim: <http://bankjatim.co.id/>)

Arikunto, S. (2006). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.

Kasmir. (2014). *Dasar-dasar Perbankan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Kotler, P. (2015). *Marketing Management*. Jakarta: Erlangga.

Moh. Nazir, P. D. (2014). *Metode penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Pemerintah Indonesia .1998. *Undang-undang Negara Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 tentang perbankan*

Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran Edisi Pemasaran keempat*. Yogyakarta:

Andi

Wahjono, S. I. (2010). *Manajemen Bank*. Graha Ilmu.

