

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Strategi Pemasaran Produk BPR Sinar Masa Pelita KC Sindanglaut

Berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan tentang strategi pemasaran tabungan SIMAS di BPR Sinar Mas Pelita KC Sindanglaut dapat diambil kesimpulan: Strategi pemasaran yang dilakukan oleh BPR Sinar Mas Pelita KC Sindanglaut untuk mendapatkan nasabah produk SIMAS (Simpanan Masa Depan) didukung oleh strategi *pick up the ball* (jemput bola) pada segmentasi pasar (*market segmentation*). Strategi *pick up the ball* (jemput bola) merupakan penyedia jasa atau bank menunjuk petugas khusus sebagai pelayan langsung kepada lokasi usaha nasabah, rumah tinggal nasabah, dan lokasi keberadaan nasabah. Dengan demikian, nasabah tanpa datang langsung ke kantor untuk melakukan transaksi setoran maupun penarikan. Sejak peluncuran produk SIMAS (Simpanan Masa Depan) perkembangan produk tersebut sampai saat ini khususnya BPR Sinar Mas Pelita KC Sindanglaut sangat bagus, dari awal diluncurkan nasabahnya semakin banyak. Meningkatnya jumlah nasabah pada produk SIMAS (Simpanan Masa Depan) di pengaruhi oleh adanya kesadaran masyarakat yang menginginkan masa depan yang lebih terjamin dan mendapatkan jaminan di hari tua. Pada produk SIMAS (Simpanan Masa Depan) khususnya pada BPR Sinar Mas Pelita KC Sindanglaut dari bulan ke bulan jumlah nasabahnya semakin meningkat. Meningkatnya jumlah nasabah tabungan SIMAS dipengaruhi oleh adanya strategi segmentasi pasar (*market segmentation*) atau strategi *pick up the ball* (jemput bola).

Kegiatan pemasaran produk maupun jasa penting dilakukan guna meningkatkan penjualan, produk atau jasa yang kurang menarik atau produk atau jasa yang sudah lama dapat diperbaharui maupun digantikan dengan produk/jasa yang baru. Pemasaran memiliki peran dalam menentukan apakah perusahaan akan mengalami kondisi bertahan, tumbuh dan berkembang pesat atau bahkan menurun dan gagal dalam mempertahankan daya saing perusahaan. Oleh karena itu, kegiatan pemasaran sangat penting

dilakukan guna sebagai penentu suatu perusahaan untuk mencapai targetnya dengan menerapkan strategi pemasaran yang tepat.

2. Faktor yang Mempengaruhi Strategi Pemasaran Produk BPR Sinar Mas Pelita KC Sindanglaut

Berdasarkan beberapa pemaparan pada bagian pembahasan mengenai faktor apa saja yang mempengaruhi strategi pemasaran pada BPR Sinar Mas Pelita KC Sindanglaut yaitu ada dua faktor, eksternal dan internal. Kedua faktor tersebut sangat berkesinambungan dalam kelangsungan penerapan strategi pemasaran pada BPR Sinar Mas Pelita KC Sindanglaut. Yaitu dalam segi faktor internal meliputi kondisi maupun kemampuan penjual, modal, kondisi organisasi perusahaan, dan promosi. Untuk faktor eksternal sendiri memfokuskan pada kondisi pasar. Beberapa faktor kondisi pasar yang perlu diperhatikan yaitu kelompok pembeli atau segmen pasarnya, serta keinginan dan kebutuhan. Oleh sebab itu kedua faktor diatas cukup berperan penting dalam sistem pemasaran, karena system pemasaran merupakan kumpulan lembaga-lembaga yang melakukan tugas pemasaran, barang dan jasa, idea, orang dan faktor-faktor lingkungan yang saling memberikan pengaruh dan membentuk serta mempengaruhi hubungan perusahaan dan pasarnya.

3. Upaya dalam Strategi Pemasaran Produk BPR Sinar Mas Pelita KC Sindanglaut

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh BPR Sinar Mas Pelita KC Sindanglaut adalah *marketing mix* atau bauran pemasaran yang terdiri dari konsep 7P, yaitu *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (Tempat), *Promotion* (Promosi), *People* (Orang), *Physical Evidence* (Fasilitas Fisik), dan *Process* (Proses). Dalam menerapkan strategi pemasaran tersebut didukung dengan adanya kegiatan yang dilakukan pihak bank dalam memasarkan produk tabungan SIMAS (Simpanan Masa Depan), seperti memberikan pengarahan atau sosialisasi terkait perbankan ke sekolah-sekolah yang ada di wilayah Sindanglaut, adanya kegiatan *cross selling* di

meja *customer service*, dan memberikan *souvenir* untuk pembukaan beberapa rekening tabungan.

Analisa terhadap konsep 7P tersebut dapat membantu BPR Sinar Mas Pelita KC Sindanglaut terkait penyusunan strategi pemasaran yang dilakukan dalam memasarkan produk tabungan SIMAS (Simpanan Masa Depan). Bauran pemasaran hasil analisis tersebut belum tentu baik atau tepat sehingga pihak bank dapat memperbaharui maupun mengganti bauran pemasaran tersebut dengan tepat agar penabung nyaman. Selain itu, dalam melaksanakan strategi pemasaran tentunya bank akan bertemu dengan kendala yang dapat mempengaruhi penjualan produk bank. Seperti berkurangnya jumlah nasabah dan bank mengalami kerugian. Kegiatan promosi tetap berjalan melalui sosial media, seperti facebook, instagram, website bank, dan lainnya guna menarik para calon nasabah untuk menjadi nasabah produk tabungan dan simpanan lainnya.

SARAN

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan diatas, penulis dapat mengemukakan saran sebagai berikut: Diadakannya pelatihan dan pendidikan sesering mungkin kepada seluruh karyawan BPR Sinar Mas Pelita KC Sindanglaut untuk meningkatkan mutu dan kualitas pelayanan dan pengetahuan akan produk-produk yang sudah ada terutama kepada bagian *marketing* karena *marketing* merupakan tiang utama dan ujung tombak dari pendapatan bank tersebut. Agar penabung mau menyimpan uangnya di bank, maka pihak perbankan memberikan sarana promosi dan daya tarik ataupun daya jual berupa tingkat suku bunga, undian berhadiah dan lain sebagainya. BPR Sinar Mas Pelita KC Sindanglaut harus lebih produktif memberikan penjelasan kepada masyarakat mengenai kebaikan kegiatan penyerapan dana khusus tabungan. Jangan sampai pihak perbankan memanfaatkan ketabuan masyarakat ini demi mengejar persaingan.

Adapun saran yang diharapkan dapat dijadikan masukan maupun bahan pertimbangan untuk kedepannya, yaitu sebagai berikut:

- 1) Bagi peneliti berikutnya yang akan mengangkat topik atau bahasan yang sama dengan penulis, sebaiknya dilakukan pada perusahaan atau bank lain terkait strategi pemasaran produk tabungan karena tidak semua perusahaan memiliki strategi pemasaran yang sama, bisa saja strategi yang digunakan berbeda.
- 2) Bagi peneliti berikutnya yang akan melakukan penelitian di bank yang sama yaitu BPR Sinar Mas Pelita KC Sindanglaut diharapkan topik dan pembahasan yang diangkat berbeda dengan topik dan pembahasan pada tugas akhir ini karena pada BPR Sinar Mas Pelita KC Sindanglaut memiliki banyak produk simpanan lainnya sehingga dapat menambah pengetahuan serta pemahaman produk maupun jasa yang dimiliki oleh BPR Sinar Mas Pelita KC Sindanglaut
- 3) Bagi pihak bank diharapkan untuk kedepannya selain menerapkan strategi pemasaran di lapangan juga aktif menerapkan strategi pemasaran melalui media social seperti instagram, facebook, twitter, whatsapp, dan sebagainya guna meningkatkan kegiatan promosi kepada masyarakat dalam memasarkan produk tabungan tamasya. Selain itu bank dapat meningkatkan kerjasama dengan bank lain agar tercipta media online ataupun link yang dapat digunakan nasabah untuk melakukan kegiatan transaksi, sehingga nasabah dapat menikmati fasilitas tersebut kapanpun dan dimanapun dengan bimbingan orang tuanya. Dan meningkatkan kerjasama dengan sekolah untuk melakukan pembukaan rekening baru secara individu maupun kolektif.