

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 SIMPULAN

Berdasarkan uraian pada pembahasan tersebut di atas, maka penulis menyimpulkan bahwa terdapat dua strategi pemasaran yang digunakan oleh Bank bjb KCP Cibadak untuk memasarkan bjb Deposito, yaitu:

##### 1. Menetapkan *Segmentation, Targeting, dan Positioning* Produk

Bjb Deposito memiliki sasaran pasar utama yaitu masyarakat menengah dan menengah atas yang berusia >17 tahun serta telah memiliki penghasilan yang tetap setiap bulannya, dan nasabah perorangan maupun nasabah non perorangan. Kemudian target pasar yang menjadi tujuan dalam produk bjb Deposito adalah nasabah yang ingin memulai dan yang akan melanjutkan investasi dalam bentuk depositonya dengan bunga yang menarik dan aman karena dijamin oleh LPS. Sedangkan, dalam hal *positioning*, agar bjb Deposito selalu melekat dan diingat dalam benak nasabah serta untuk membangun citra khas bank di mata nasabah, maka bjb Deposito menyediakan berbagai fasilitas untuk produk depositonya yang didukung dengan fasilitas ARO serta tidak dikenakan biaya penalti jika dicairkan sebelum jatuh tempo, serta memberikan pelayanan terbaik untuk menciptakan kepuasan nasabah.

##### 2. Bauran Pemasaran atau *Marketing Mix* Produk

Dari segi produk, bjb Deposito ini dapat dimiliki oleh nasabah perorangan maupun non perorangan dengan persyaratan dan proses pembukaan yang sangat mudah, cepat, dan aman untuk nasabah. Bjb Deposito juga memberikan suku bunga yang menarik serta tidak kalah dengan suku bunga deposito di bank pesaing, kemudian dapat menjadi pilihan untuk nasabah yang ingin menginvestasikan dananya ditempat yang aman dan terpercaya karena dijamin oleh LPS, terlindung dari risiko fluktuasi pasar, dan nilai pokok dari uang yang diinvestasikan terjaga dengan aman. Nasabah juga dapat memilih untuk mengalokasikan bunga deposito ke pokok atau ditransfer ke rekening giro atau tabungan Bank bjb yang dapat ditarik setiap saat. Dengan minimum penempatan yang cukup rendah yaitu Rp. 2.500.000,- serta tidak dibebankan biaya penalti apabila dicairkan sebelum tanggal jatuh tempo menjadikan bjb Deposito sebagai produk deposito yang cocok bagi nasabah yang ingin memulai berinvestasi. Disamping itu, untuk memudahkan nasabahnya melakukan berbagai transaksi keuangan, Bank bjb KCP Cibadak memiliki lokasi kantor yang strategis dan mudah dijangkau. Karyawan dan kantor Bank bjb diupayakan dan dirancang memiliki etika yang membuat nyaman sehingga nasabah merasa nyaman ketika melakukan transaksi. Dalam melaksanakan kegiatan pemasaran Bank bjb juga memiliki beberapa media pendukung untuk

memasarkan bjb Deposito, contohnya dengan menggunakan media elektronik seperti televisi, media cetak, media sosial, kegiatan *sponsorship*, dan memasang poster di berbagai website. Selain fasilitas tersebut, Bank bjb memiliki sumber daya manusia yang terlatih untuk menunjang kegiatan operasional bank yang akan memberikan pelayanan terbaik untuk seluruh nasabahnya.

## 5.2 Saran

Berdasarkan dari hasil pembahasan dan simpulan yang telah penulis uraikan sebelumnya, terdapat beberapa hal yang harus ditingkatkan oleh Bank bjb untuk memasarkan produk bjb Deposito ke depannya. Saran yang dapat penulis sampaikan untuk dijadikan sebagai bahan masukan yang sangat berguna untuk Bank bjb KCP Cibadak, yaitu:

1. Bank bjb memerlukan dukungan dan penambahan tenaga kerja dalam bidang pemasaran. Penambahan tenaga kerja dibidang pemasaran yang disertai dengan pemberian training khusus untuk para *marketing* akan membuat sosialisasi kepada masyarakat dapat berjalan dengan lancar dan masyarakat dapat memahami produk-produk Bank bjb tersebut. Pemberian kupon atau undian kepada nasabah dapat lebih ditingkatkan lagi sehingga Bank bjb bisa bersaing untuk mendapatkan nasabah ditengah maraknya perkembangan produk deposito saat ini.
2. Menambahkan jumlah tenaga *Marketing* yang secara spesifik mengurus pemasaran produk simpanan agar proses pemasaran dapat berjalan dengan lebih efektif, serta secara rutin memberikan pelatihan-pelatihan mengenai bidang pemasaran akan membuat tenaga *Marketing* bisa terus selalu termotivasi dalam memasarkan produk-produk Bank bjb.
3. Memperbanyak kegiatan-kegiatan promosi baik melalui media elektronik, media cetak, media sosial serta kegiatan *sponsorship*. Yang paling penting adalah perlunya memperbanyak promosi produk bjb Deposito melalui media sosial karena masyarakat menengah dan menengah atas saat ini sudah pasti menggunakan media sosial di kehidupan sehari-harinya. Karena hal tersebut membuat bank dapat semakin dikenal oleh masyarakat luas, meningkatkan jumlah nasabah, menarik minat nasabah, serta menunjukkan kualitas bjb Deposito di mata nasabah.
4. Meningkatkan dan memperbaharui fitur serta fasilitas yang ada dalam bjb Deposito guna memberikan kenyamanan dan keamanan serta inovasi untuk nasabah. Salah satu contohnya adalah dengan menambahkan fitur pembukaan deposito online melalui fasilitas *M-Banking* yang ada di Bank bjb agar nasabah lebih tertarik untuk menempatkan dananya di Bank bjb karena lebih mudah jika dilakukan secara online tanpa perlu datang ke kantor Bank bjb.
5. Bank bjb perlu terus meningkatkan target untuk jumlah dana yang dihimpun dari produk bjb Deposito. Hal ini dapat memotivasi tenaga pemasaran agar

lebih meningkatkan lagi kinerjanya dan Bank bjb perlu memberikan bonus atau *reward* kepada tenaga pemasaran ketika karyawannya mencapai ataupun bahkan melebihi target yang telah ditentukan. Penekanan pada pencapaian target ini bertujuan agar produk bjb Deposito terus menjadi produk unggulan dan disukai oleh masyarakat.