

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

Penulisan skripsi ini dilakukan dengan tujuan untuk menentukan strategi pemasaran yang tepat bagi BPD DIY pada masa yang akan datang. Berdasarkan analisis data dengan menggunakan analisis SWOT dapat diperoleh gambaran yang jelas tentang keadaan lingkungan internal dan eksternal perusahaan yang kemudian diketahui posisi bisnis perusahaan sehingga dapat diambil kesimpulan dan saran yang dapat dijadikan pertimbangan strategi pemasaran perusahaan di masa yang akan datang.

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis SWOT yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan analisis SWOT, BPD DIY berada pada Kuadran I yang merupakan sel agresif. Implikasi strategi yang dapat digunakan oleh perusahaan yaitu strategi S-O (*strenght-opportunities*), yaitu menciptakan strategi meraih peluang dengan kekuatan yang dimiliki.
2. Dari analisis variabel internal dapat diperoleh kesimpulan:
 - a. Berdasarkan 4 nilai tertinggi dari bobot rata-rata variabel internal (Lampiran 4) dapat ditentukan kekuatan internal yang dimiliki BPD DIY yang harus dipertahankan dan ditingkatkan di masa yang akan

- datang, diantaranya adalah: lini produk, pengembangan SDM, pangsa pasar, dan posisi kredit.
- b. Berdasarkan 4 nilai terendah dari bobot rata-rata variabel internal (Lampiran 4) dapat ditentukan kekuatan internal yang dimiliki BPD DIY yang perlu diperhatikan dan ditingkatkan agar tidak menjadi kelemahan bagi perusahaan adalah: teknologi perbankan, kebijakan suku bunga, lokasi perusahaan, dan jangkauan distribusi.
3. Berdasarkan analisis variabel eksternal dapat diperoleh kesimpulan:
- a. Berdasarkan 4 nilai tertinggi dari bobot rata-rata variabel eksternal (Lampiran 4) dapat ditentukan bahwa variabel eksternal yang menjadi peluang bagi perusahaan adalah: kebijakan pemerintah, pertumbuhan industri, persaingan suku bunga, dan fluktuasi nilai tukar Rupiah.
 - b. Berdasarkan 4 nilai terendah dari bobot rata-rata variabel eksternal (Lampiran 4) dapat ditentukan bahwa variabel eksternal yang perlu diperhatikan agar tidak menjadi ancaman bagi perusahaan adalah: perkembangan teknologi, produk dan jasa pengganti, *switching cost*, dan kondisi persaingan.

6.2 Saran

Berdasarkan analisis data dan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian, penulis memberikan saran yang mungkin dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan oleh perusahaan dalam menentukan strategi pemasaran perusahaan, diantaranya adalah:

1. Meningkatkan mutu pelayanan dengan memperbaharui teknologi perbankan yang dimiliki pada saat ini, seperti adanya *phone banking* dan *sms banking*.
2. Perusahaan harus memberikan perhatian khusus pada karyawan dengan sistem *reward and punishment* secara obyektif dan konsisten sehingga karyawan selalu termotivasi untuk meningkatkan kualitas kinerja.
3. Mengadakan riset pasar agar perusahaan dapat memprediksi peluang atau ancaman apa yang akan dihadapi perusahaan dimasa yang akan datang.
4. Peningkatan kualitas pelayanan kepada nasabah terutama dari segi kecepatan dan kenyamanan dengan didukung profesionalisme petugas. Memangkas birokrasi yang panjang dan berbelit-belit dengan desentralisasi..
5. Menambah jaringan ATM terutama di daerah pertokoan dan tempat-tempat strategis lainnya agar mudah dijangkau nasabah.