

## BAB 4

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 4.1 Kesimpulan

Berdasarkan pengamatan selama kegiatan magang berlangsung menurut penulis di Consumer & Commercial Funding Unit PT. Bank Tabungan Negara, Tbk (Persero) Kantor Cabang Yogyakarta, strategi dalam kegiatan pemasaran yang berupa bauran pemasaran (*Segmenting, Targeting, Positioning*) yang dilakukan oleh PT. Bank Tabungan Negara, Tbk (Persero) sudah cukup baik dan sesuai dengan teori yang ada. Namun, dalam praktiknya PT. Bank Tabungan Negara, Tbk (Persero) belum cukup optimal. Meskipun lambat laun masyarakat sudah mulai mengenal PT. Bank Tabungan Negara, Tbk (Persero). Seperti yang diketahui sebelum-sebelumnya bahwa PT. Bank Tabungan Negara, Tbk (Persero) hanya dikenal dengan produknya berupa Kredit Pemilikan Rumah (KPR) namun kini masyarakat juga sudah mulai mengetahui beberapa produk-produk yang dikeluarkan oleh PT. Bank Tabungan Negara, Tbk (Persero) berupa deposito maupun simpan pinjam.

Selain itu, penulis juga dapat mengetahui produk-produk apa saja yang dikeluarkan oleh PT. Bank Tabungan Negara, Tbk (Persero) yang kemudian menjadi modal bagi bank tersebut. Produk-produk tersebut diantaranya meliputi Tabungan BTN Prima, Tabungan BTN Batara, Tabungan BTN Juara, Tabungan BTN Junior dan Tabunganku. Kemudian dalam meningkatkan kualitas pelayanannya PT. Bank Tabungan Negara, Tbk (Persero) menciptakan program-program baru untuk menarik minat masyarakat. Akan

tetapi, menurut penulis strategi PT. Bank Tabungan Negara, Tbk (Persero) Kantor Cabang Yogyakarta dalam menciptakan program-program baru tersebut kurang berhasil. Pasalnya dari adanya program-program baru tersebut masyarakat kurang meminatinya bahkan tidak tertarik untuk menggunakannya.

Tentunya dalam melaksanakan kegiatan pemasaran ditemukan beberapa kendala yang menghambat. Kendala tersebut berasal dari internal maupun eksternal perusahaan. Hal tersebut sangat wajar karena dapat diperbaiki lagi untuk kedepannya, sehingga dapat menjadi pacuan Bank BTN dalam meningkatkan kualitas pelayanannya.

#### **4.2 Saran**

Berdasarkan pembahasan yang telah penulis jabarkan diatas, maka ada beberapa saran serta masukan kepada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Yogyakarta yaitu :

1. Untuk lebih meningkatkan lagi strategi yang dilakukan dalam kegiatan pemasaran. Misalnya dengan melakukan kerja sama dengan instansi-instansi pendidikan ataupun lembaga-lembaga dalam melakukan kegiatan pemasaran.
2. Bank BTN agar lebih inovatif dan lebih gencar lagi menawarkan produk-produk yang dimilikinya serta melakukan promosi yang lebih intensif guna memaksimalkan kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan.

3. Melakukan inovasi fitur-fitur produk dan fasilitas berdasarkan permintaan pasar agar semakin menarik sehingga kegiatan pemasaran yang dilakukan dapat lebih efektif, efisien dan mencapai target.

