

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

V.1. Simpulan

Hasil pembahasan yang telah dimuat di bab-bab sebelumnya menyangkut Strategi Pemasaran terhadap produk Kredit Pemilikan Rumah (KPR) pada Bank BSI Kcp Tangerang Cikupa, maka dapat dihasilkan suatu kesimpulan bahwa dalam melakukan aktivitas pemasaran, Bank BSI Kcp Tangerang Cikupa menerapkan strategi pemasaran dengan memasarkan atau memperkenalkan produk KPR nya kepada Masyarakat meliputi penggunaan *7P Marketing mix* Dimana disebutkan terdapat *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (Tempat), *Promotion* (Promosi), *People* (Orang), *Process* (Proses), *Physical Evidance* (Bukti Fisik).

Dengan adanya konsep marketing mix tersebut dapat menambah pengetahuan Masyarakat terhadap produk KPR pada Bank BSI Kcp Tangerang Cikupa melalui aktivitas promosi yang sering dilakukan oleh Bank BSI. Dan strategi yang dinilai paling ampuh dalam menarik minat nasabah yaitu strategi pemasaran *Promotion* (Promosi) yaitu dengan menyebar brosur dan bekerjasama dengan developer dan agent property.

Dari hasil pembahasan tersebut juga dapat disimpulkan bahwa terdapat hambatan pada saat memperkenalkan produk-produk pada bank BSI yaitu *Brand Image* pada BSI masih tergolong baru dan kurang familiar, margin yang tinggi jika tidak ada promo dan kurangnya pendekatan dengan developer guna menawarkan produk KPR BSI kepada calon konsumen.

V.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh, penulis ingin menyampaikan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi Bank BSI Kcp Tangerang Cikupa dalam memasarkan produknya, terutama mengingat citra merek BSI yang masih tergolong baru. Oleh karena itu, Bank BSI Kcp Tangerang Cikupa perlu sering melakukan sosialisasi untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang produk dan keunggulan Bank BSI. Selain itu, pendekatan dengan pengembang

dalam menawarkan produk KPR BSI kepada calon konsumen juga perlu ditingkatkan. Berikut adalah solusi yang penulis tawarkan untuk menghadapi situasi tersebut:

1. Bagian pemasaran secara aktif mencari pengembang untuk mendorong mereka mempromosikan Bank BSI kepada klien potensial mereka.
2. Berpartisipasi dalam skema biaya pemasaran yang dirancang untuk industri perumahan jika dapat mendatangkan nasabah yang baik untuk KPR di Bank BSI.