

BAB IV

PENUTUP

IV.1. Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan yang sudah dijelaskan sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

- a. Strategi pemasaran yang dilakukan pada suatu bank dalam memasarkan produk kredit pemilikan rumah umumnya menggunakan konsep bauran pemasaran atau *marketing mix*. Bauran pemasaran yang diterapkan meliputi 4P (*Product, Price, Place, dan Promotion*). Dalam hal *Product*, yaitu Kredit Pemilikan Rumah (KPR) yang dimiliki pada suatu bank. *Price*, berkaitan dengan harga dari produk kredit pemilikan rumah, yaitu besarnya pinjaman yang diberikan kepada debitur yang terdiri dari angsuran pokok dan bunga pinjaman. *Place* ialah tempat atau lokasi dari bank tersebut yang berlokasi strategis. *Promotion*, pada suatu bank dalam memasarkan produk kredit pemilikan rumah menggunakan bentuk kegiatan pemasaran, seperti periklanan, promosi penjualan, publisitas, dan penjualan pribadi.
- b. Strategi pemasaran yang diimplementasikan pada suatu bank dalam memasarkan produk Kredit Pemilikan Rumah (KPR) adalah pada kegiatan komunikasi mengenai produk kredit pemilikan rumah, antara lain dengan cara mengunjungi beberapa instansi pemerintah dan bekerjasama dengan beberapa *developer*.
- c. Dampak yang ditimbulkan dari strategi pemasaran Kredit Pemilikan Rumah (KPR) terhadap suatu bank, yaitu pada kegiatan memasarkan produk melalui hubungan masyarakat atau publisitas dengan mengunjungi dan mengajak kerjasama dengan beberapa lembaga dan *developer*, yakni dinilai memiliki pengaruh yang signifikan dalam meningkatkan jumlah nasabah kredit pemilikan rumah pada suatu bank. Dalam hal ini, karena komunikasi langsung oleh pihak bank kepada masyarakat dapat menumbuhkan kepercayaan dari masyarakat terhadap bank tersebut dan dapat membawa pengaruh terhadap keputusan masyarakat untuk mencoba dan memanfaatkan fasilitas kredit pemilikan rumah dari bank terkait. Oleh karena itu,

jika dilihat dari jumlah nasabah pada kuartal IV/2019 dari salah satu bank terdapat peningkatan jumlah nasabah dibandingkan kuartal II dan kuartal III. Walaupun sempat terjadi perlambatan pertumbuhan dikarenakan beberapa faktor, yaitu suku bunga KPR yang tinggi sehingga daya beli masyarakat akan rumah menjadi menurun.

IV.2. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan yang sudah dijelaskan, berikut saran-saran yang dapat diberikan kepada bank dalam hal memasarkan produk Kredit Pemilikan Rumah (KPR) :

- a. Sebaiknya bank terus meningkatkan kualitas dalam memasarkan Kredit Pemilikan Rumah, serta sarana dan prasana pada suatu bank yang lebih baik, agar dapat lebih meningkatkan jumlah nasabah penerima fasilitas Kredit Pemilikan Rumah (KPR).
- b. Salah satu upaya yang harus dilakukan bank dalam memperluas wilayah sosialisasi pemasaran produk-produk perbankan, yaitu melalui penerapan strategi pemasaran yang tepat.
- c. Sebaiknya bank lebih meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah terhadap fasilitas Kredit Pemilikan Rumah, agar dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan nasabah dan menjadi bank yang terpercaya bagi masyarakat khususnya pada pembiayaan perumahan.