

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

IV.1. Simpulan (tujuan Bab 1)

Dari pembahasan pada bab-bab sebelumnya dapat ditarik kesimpulan yaitu

- a. Bauran pemasaran (*Marketing Mix*) 7P ditetapkan oleh Bank Bjb sebagai strategi pemasaran.
- b. Perkembangan jumlah dana dan nasabah Tandamata SiMuda Investasiku, mengalami peningkatan dari jumlah dana, tetapi dari segi jumlah nasabah tidak terjadi peningkatan untuk wilayah Kota Depok, namun untuk perkembangan jumlah dana dan nasabah Tandamata SiMuda Investasiku berskala nasional mengalami peningkatan baik jumlah dana maupun jumlah nasabah.
- c. Hambatan yang dihadapi Bank Bjb dalam meningkatkan Tandamata SiMuda Investasiku, Terdapat beberapa hambatan yang dihadapi diantaranya persaingan antar bank, kondisi perekonomian, kurangnya SDM yang memadai, dan kurangnya pengetahuan masyarakat mengenai produk.

IV.2. Saran (manfaat Bab 1)

- a. strategi pemasaran yang diterapkan bank untuk meningkatkan Tandamata SiMuda Investasiku untuk kedepannya ditinjau terlebih dahulu untuk beberapa daerah seperti Kota Depok agar efektif meningkatkan Tandamata SiMuda Investasiku baik dari jumlah dana maupun jumlah nasabah.
- b. Bauran pemasaran 7P yang diterapkan oleh Bank Bjb sebagai strategi pemasaran untuk Kota Depok sebaiknya diperbaiki atau diubah menggunakan strategi segmentasi, *targeting*, dan *positioning*, agar terjadinya peningkatan jumlah nasabah, dan untuk hambatan yang dialami Bank Bjb sebaiknya ditingkatkan jumlah tenaga kerja khususnya di bidang marketing untuk mendorong peningkatan jumlah nasabah.

- c. Untuk Bank Bjb perlu mengevaluasi Tandamata SiMuda Investasiku secara rutin, apa saja yang masih kurang baik dari fitur produk dan pemasaran yang digunakan untuk meningkatkan jumlah dana dan jumlah nasabah.
- d. Diharapkan Tandamata SiMuda Investasiku bisa dijadikan sebagai contoh dan masukan untuk pihak regulator dan mampu menciptakan produk lain yang bertujuan meningkatkan literasi dan inklusi keuangan tidak hanya kaum muda tetapi di berbagai kalangan masyarakat.