

BAB IV

PENUTUP

IV.1 Simpulan

Berdasarkan pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Cabang Depok maka penulis dapat mengambil simpulan mengenai tinjauan Tabungan Britama dan strategi pemasarannya yaitu, sebagai berikut:

- a. Banyaknya keunggulan dan fasilitas yang didapat nasabah dari produk Tabungan Britama, sehingga Tabungan Britama menjadi Produk Tabungan yang paling diminati pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk.
- b. Menabung dibank dapat menghindarkan dari risiko kehilangan atau kerusakan, bahkan dapat memperoleh penghasilan dari bunga. Dengan demikian, jumlah uang akan bertambah dari waktu ke waktu.
- c. Strategi pemasaran dalam produk tabungan ini pihak bank harus mempertimbangkan *product, place, price, dan promotion*. Dikarenakan jika pihak bank tidak mempertimbangkan empat hal penting tersebut maka strategi pasar yang dilakukan tidak akan sesuai dengan sasaran.
- d. Memiliki pengalaman dan wawasan yang lebih luas lagi, dikarenakan sudah mengaplikasikan ilmu-ilmu yang didapat diperkuliahan kedalam dunia kerja secara langsung.

IV.2 Saran

Setelah meninjau lebih jauh mengenai tinjauan prosedur tabungan dan strategi pemasaran tabungan pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Cabang Depok penulis memberikan saran yaitu, sebagai berikut :

- a. Pihak bank harus lebih aktif untuk melakukan penyuluhan atau pendekatan terhadap para calon-calon nasabah pentingnya menabung untuk masa yang akan datang.
- b. Pihak perbankan memberikan sarana promosi dan mengadakan undian-undian berhadiah lainnya seperti Untung Beliung Britama.

- c. Lebih meningkatkan pengembangan kemampuan karyawan didalam melakukan strategi pemasaran dikarenakan bank merupakan bisnis jasa.
- d. Lebih mengefektifkan penerapan strategi pemasaran disemua kalangan dengan melihat kondisi kekuatan dan kelemahan serta perubahan lingkungan sehingga dapat mengetahui apakah strategi yang telah diterapkan jelas tepat sasaran.

