

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil wawancara mengenai bagaimana peran kebijaksanaan promosi untuk meningkatkan minat nasabah terhadap produk tabungan BTN bisnis pada PT. Bank Tabungan Negara cabang Padang serta mengetahui kendala serta hambatan dan solusi untuk mengatasi kendala dan hambatan tersebut. Maka dapat diperoleh kesimpulan bahwa:

1. peran kebijaksanaan promosi untuk meningkatkan minat nasabah terhadap produk tabungan BTN bisnis di Bank BTN cabang Padang. Sarana promosi pertama yang digunakan oleh pihak Bank BTN untuk meningkatkan penjualan adalah sarana promosi penjualan yang bertujuan untuk memberikan informasi tentang keuntungan produk Tabungan BTN Bisnis serta untuk meningkatkan penjualan, yang kedua ada sarana promosi *Personal selling*, sarana promosi yang ketiga ada periklanan, sarana promosi keempat yaitu publisitas, kegiatan publisitas ini belum dilakukan pihak Bank BTN karena belum diberikan izin melakukan promosi ini disaat Covid-19, dan pihak Bank BTN telah memasukan sarana promosi publisitas ini kedalam penerapan kebijakan promosi yang telah ditetapkan oleh pihak Bank BTN untuk membuat pendanaan dari Bank BTN terus tumbuh.

2. Peran kebijaksanaan promosi untuk meningkatkan minat nasabah terhadap produk tabungan BTN bisnis di Bank BTN cabang Padang belum optimal. Hal ini dibuktikan pada satu bulan diluncurkannya produk tabungan BTN bisnis, tabungan BTN bisnis belum mencapai target yang disepakati antara pihak Bank BTN dengan pihak dana ketiga yaitu peningkatan pendanaan tumbuh sebesar 3% sementara 1 bulan sejak diluncurkan pendanaan baru tumbuh sebesar 2,18% pada 30 April 2022. Hal ini terjadi karena ada kendala yang dirasakan oleh pihak Bank BTN yaitu kendala yang terjadi di lapangan, calon nasabah baru sudah banyak memilih Tabungan bisnis dari Bank lain seperti tabungan bisnis yang telah diluncurkan oleh Bank Bri, Bni, Mandiri.
3. pihak Bank BTN telah menjalankan solusi agar jumlah nasabah Tabungan BTN Bisnis di Bank BTN cabang Padang lebih meningkat. Solusi yang telah dijalankan pihak Bank BTN cabang Padang yaitu memberikan *feedback* atau benefit lebih kepada nasabah yang ingin menggunakan produk tabungan BTN bisnis yang telah diluncurkan oleh Bank BTN pada tanggal 30 Maret 2022. Dengan melaksanakan solusi terhadap tabungan BTN bisnis hal ini terbukti setelah 3 bulan Tabungan BTN Bisnis diluncurkan mengalami pertumbuhan sebesar 1,1%, upaya ini membuat kesepakatan antara pihak Bank BTN dan pihak dana ketiga menjadi optimal pada 30 Mei 2022 tumbuh sebesar 3,1%. Dengan merasakan pendanaan yang optimal pihak Bank BTN cabang Padang akan terus berupaya untuk mempertahankan bahkan menambah minat nasabah untuk menggunakan produk Tabungan BTN Bisnis yang diluncurkan oleh PT. Bank Tabungan Negara.

## 5.2 Saran

Adapun beberapa saran yang diberikan penulis kepada PT. Bank Tabungan Negara cabang Padang dalam meningkatkan minat nasabah terhadap produk Tabungan BTN Bisnis yaitu sebagai berikut :

1. saat ini Tabungan BTN Bisnis di berikan free biaya admin hanya sampai akhir tahun, saran kedepannya free biaya admin tetap berlanjut di tahun-tahun selanjutnya dengan usulan bahwa nasabah yang diberikan free biaya admin adalah nasabah dengan minimal saldo tertentu yang telah ditetapkan oleh Bank BTN.
2. Saran dari segi promosi untuk pihak Bank BTN agar melakukan *event sponsorship* atau menjadi sponsor pada event-event besar yang diadakan oleh para pengusaha muda atau event besar lainnya agar Tabungan BTN Bisnis lebih dikenal.
3. Setelah pandemi Covid-19 berakhir Bank BTN juga disarankan untuk melakukan kegiatan promosi yang dilakukan untuk mendapatkan nasabah melalui pameran, bakti sosial serta kegiatan amal lainnya, tujuannya adalah agar mengenal nasabah dengan dekat hal ini juga sering disebut dengan publisitas, saran yang diberikan diharapkan agar Tabungan BTN Bisnis lebih dikenal serta mampu mampu mengoptimalkan dana pihak ketiga dan membuat PT. Bank Tabungan Negara menjadi lebih berkembang untuk masa yang akan datang.