

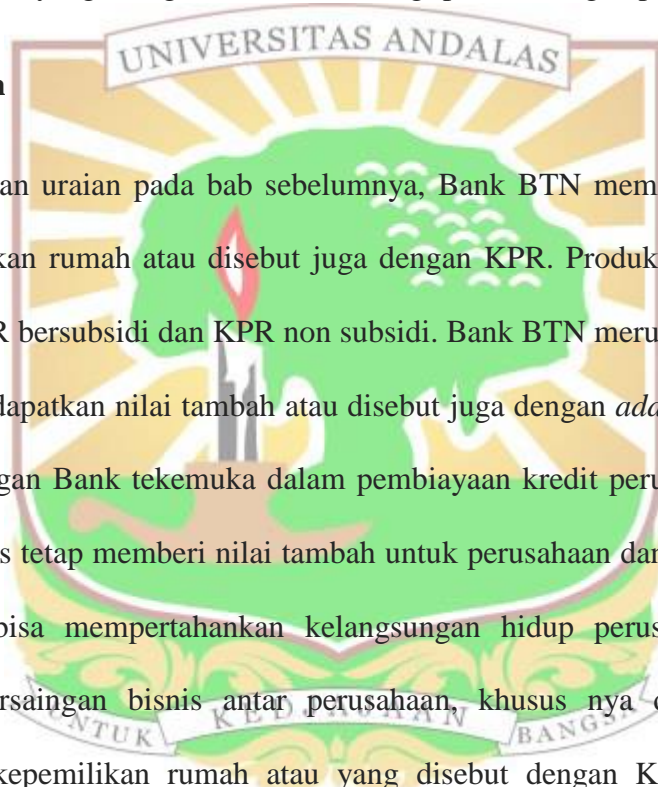
BAB V

PENUTUP

Berdasarkan hasil pembahasan mengenai Penerapan *Adding Value* pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Padang yang dikemukakan pada bab sebelumnya, sebagai penutup penulis membuat kesimpulan dan memberikan saran yang mungkin bermanfaat bagi perkembangan perusahaan.

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian pada bab sebelumnya, Bank BTN memiliki produk yaitu kredit kepemilikan rumah atau disebut juga dengan KPR. Produk KPR Bank BTN terbagi atas KPR bersubsidi dan KPR non subsidi. Bank BTN merupakan perusahaan yang telah mendapatkan nilai tambah atau disebut juga dengan *adding value* di mata masyarakat dengan Bank tekemuka dalam pembiayaan kredit perumahan, untuk itu Bank BTN harus tetap memberi nilai tambah untuk perusahaan dan tetap melakukan promosi agar bisa mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, atau pun menghadapi persaingan bisnis antar perusahaan, khusus nya dalam pengadaan produk kredit kepemilikan rumah atau yang disebut dengan KPR yang kondisi persaingannya saat ini semakin sengit. Untuk menjaga hal tersebut serta mempertahankannya, Bank BTN perlu memberi nilai tambah atau disebut juga dengan *adding value* dan promosi juga sangatlah diperlukan untuk menimbulkan kepercayaan yang tinggi bagi masyarakat terhadap Bank BTN.



Berdasarkan hasil pembahasan mengenai penerapan *adding value* pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Padang yang telah di bahas pada bab sebelumnya, penulis membuat kesimpulan dan memberikan saran yang mungkin bermanfaat bagi perkembangan perusahaan

1. Bank BTN telah menjadi bank terkemuka khususnya dalam pembiayaan perumahan, Bank BTN harus tetap mempertahankan nilai tambah atau *adding value* untuk perusahaan ataupun masyarakat agar selalu meningkatnya kepercayaan masyarakat kepada Bank BTN.
2. Bank BTN cabang padang selalu memperluas hubungan kerja sama dengan institusi lainnya untuk kelancaran kegiatan perusahaan serta keuntungan yang didapatkan oleh Bank BTN cabang padang
3. Dalam menghadapi persaingan antar perusahaan Bank BTN mesti melakukan kegiatan promosi meliputi bagian *personal selling*, publisitas dan humas, promosi penjualan, serta periklanan dan juga memperhatikan pertumbuhan dalam proses kredit KPR.

5.2 Saran-saran

Dalam hal ini penulis akan memberikan saran-saran yang memungkinkan dapat membantu Bank BTN Cabang Padang

1. Kinerja internal perusahaan menggambarkan keberhasilan suatu kegiatan yang dilakukan maupun yang akan dilakukan, memperbaiki kerja internal sangatlah penting dan tetap menjaga hubungan kekeluargaan dalam perusahaan, bekerja keras profesional dan sesuai dengan sistem kerja, untuk

Bank BTN supaya tetap menjadi Bank terdepan dalam kegiatan perumahan di Indonesia.

2. Bank BTN mesti meningkatkan promosi dan pemasaran luar ruangan karena sangatlah penting untuk memperbaiki citra dan penampilan Bank BTN agar dapat menyampaikan nilai dari produk KPR Bank BTN kepada masyarakat.
3. Dalam kegiatan promosi yang dilakukan Bank BTN supaya lebih gencar lagi sehingga bisa menambah calon debitur dan Bank BTN harus mempertahankan nilai tambah atau *adding value* terhadap perusahaan supaya masyarakat lebih percaya dan memilih Bank BTN solusi akhirnya, sehingga masyarakat mengetahui informasi lengkap tentang produk dari KPR ataupun produk lainnya yang ada pada Bank BTN Cabang Padang

