BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

1. Jenis bauran promosi yang dilakukan oleh PT. Bank Jabar adalah dengan menggunakan alat-alat seperti periklanan, promosi penjualan, pemasaran langsung, humas dan publisitas.
2. PT.Bank Jabar mempunyai beberapa hambatan dalam pelaksanaan promosi:
    1) Kurangnya sumber daya ahli pemasaran
    2) Banyak nasabah yang macet dalam pembayaran
    3) Tidak gencar promosi keplosok daerah terpencil
    4) Pengeluaran kredit tidak sebanding dengan penerimaan kredit
    5) Banyaknya pesaing dari perbankan lainnya

4.2 Saran

Bertitik tolak dari pembahasan hasil penelitian, maka diberikan beberapa saran sebagai pertimbangan bagi PT. Bank Jabar dalam melaksanakan bauran promosi yang akan dilakukan.

1. Kepada pihak PT. Bank Jabar Sebaiknya lebih memperhatikan bauran promosi yang akan dilakukan dan harus lebih ditingkatkan lagi frekuensi pelaksanaan bauran promosinya, seperti lebih sering menampilkan iklan Bank Jabar di televisi, lebih sering mengadakan pameran-pameran pada setiap event yang ada serta lebih banyak memberikan hadiah yang lebih

menarik lagi sehingga dapat menarik calon nasabah supaya loyal terhadap semua produk yang ada di PT. Bank Jabar.

2. PT.Bank Jabar sebaiknya lebih gencar dalam melaksanakan promosi keplosok daerah terpencil sehingga mereka bisa mengetahui produk apa saja yang ada pada PT Bank Jabar dan bagian pemasaran harus bisa mengidentifikasi nasabah yang akan mengajukan permohonan kredit sehingga tidak akan terjadi kredit macet.