BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan Pembahasan hasil penelitian diperoleh simpulan bahwa:

Faktor-faktor yang menyebabkan belum tercapainya target kredit ringan (kring) BTN pada PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk kantor cabang Bandar Lampung adalah :

Faktor internal meliputi :

1. Pemasaran yang kurang maksimal.
2. Kurangnya SDM untuk memasarkan produk.
3. Kurangnya kerjasama antara perusahaan atau instansi karena sudah bekerja sama dengan bank lain.
4. Biaya operasional/promosi yang kecil.

Faktor eksternal meliputi:

1. Karakter atau itikad dari calon debitur diragukan.
2. Kepercayaan debitur terhadap Bank.
3. Persaingan suku bunga antar bank.
4. Persaingan produk antar bank.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka penulis mengajukan beberapa saran kepada PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk khususnya dalam mencapai target kredit ringan (kring) BTN yang diberikan kantor pusat adalah :

1. PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk kantor cabang Bandar Lampung diharapkan lebih memfokuskan pada Pemasaran yang kurang maksimal, karena pemasaran merupakan hal terpenting dalam memperkenalkan produk Bank kepada masyarakat dan perusahaan/intansi. Melalui pemasaran tersebut target yang diinginkan akan mudah tercapai bila pemasaran dilakukan dengan maksimal dan memanfaatkan media promosi yang ada.
2. PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk kantor cabang Bandar Lampung sebaiknya menambah SDM yang berkualitas untuk mempromosikan produk yang ada pada PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk.
3. PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk kantor cabang Bandar Lampung sebaiknya menjalin kerjasama yang baik dengan perusahaan dan instansi-instansi yang ada. Dengan menjalin kerjasama yang baik maka perusahaan/intansi akan dipercaya dan tidak akan memutuskan hubungan kerjasama ataupun bekerjasama dengan Bank lain.
4. PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk kantor cabang Bandar Lampung sebaiknya menambah Biaya operasional/promosi yang kecil apabila biaya operasional/promosi kecil maka akan berdampak pada kurang maksimalnya kegiatan promosi dan terbatasnya dana berpengaruh pada daya jangkauan promosi sehingga produkpun tidak banyak yang mengetahui dan minimnya peminat serta menyebabkan tidak tercapai target yang diinginkan.