

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Setelah melakukan pembahasan-pembahasan mengenai pelaksanaan kegiatan periklanan produk tabungan batara pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Bandung yang telah penulis uraikan mulai dari bab pertama hingga bab keempat, maka dalam bab terakhir ini penulis akan memberikan kesimpulan serta saran-saran, sebagai berikut :

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah dikemukakan, maka penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Setelah melakukan penelitian pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Bandung mengenai pelaksanaan kegiatan periklanan produk tabungan batara, maka dapat diambil kesimpulan bahwa pelaksanaan kegiatan periklanan produk tabungan batara pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Bandung belum dilaksanakan secara maksimal. Hal ini terlihat dari media periklanan yang digunakan untuk mempromosikan dan memasarkan produk tabungan batara oleh manajemen PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Bandung hanya melalui dua media saja, yaitu melalui media radio dan media surat (direct mail) saja, padahal dalam menghadapi persaingan yang semakin ekstra ketat manajemen seharusnya lebih gencar lagi mempromosikan produknya untuk dapat mencapai tujuan perusahaan
2. Hambatan-hambatan yang dihadapi oleh manajemen PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Bandung dalam pelaksanaan kegiatan periklanan produk tabungan batara adalah sebagai berikut :
  - a. Terbatasnya anggaran dana yang tersedia untuk pelaksanaan kegiatan periklanan produk tabungan batara, sehingga pelaksanaan kegiatan periklanan produk tabungan batara yang dilaksanakan oleh manajemen

PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Bandung kurang maksimal.

- b. Kurangnya sumber daya manusia yang ahli dan berpengalaman di bidang periklanan pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Bandung, mengakibatkan lambatnya proses pelaksanaan kegiatan periklanan produk tabungan batara untuk menentukan konten iklan yang akan ditampilkan.
3. Upaya-upaya yang dilakukan oleh manajemen PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Bandung dalam mengatasi hambatan-hambatan yang terjadi pada pelaksanaan kegiatan periklanan produk tabungan batara adalah sebagai berikut :
- a. Dalam upayanya mengatasi keterbatasan anggaran dana yang tersedia untuk pelaksanaan kegiatan periklanan produk tabungan batara, Manajemen PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Bandung akan mengajukan permohonan penambahan anggaran dana untuk kegiatan promosi kepada manajemen PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Pusat, dengan demikian diharapkan ketersediaan dana yang cukup dalam anggaran dana pelaksanaan kegiatan periklanan produk tabungan batara dapat meningkatkan kegiatan periklanan yang dapat meningkatkan pula jumlah nasabah tabungan batara.
  - b. Dalam upayanya mengatasi kekurangan sumber daya manusia yang ahli dan berpengalaman di bidang periklanan untuk pelaksanaan kegiatan periklanan produk tabungan batara, manajemen PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Bandung akan lebih meningkatkan tingkat pengetahuan dan kemampuan karyawan khususnya dalam bidang periklanan dengan melakukan upaya program peningkatan kapasitas sumber daya manusia dengan mengirimkan karyawan untuk mengikuti pendidikan dan pelatihan pengembangan personal serta pendidikan dan pelatihan keahlian. Dengan upaya tersebut diharapkan kekurangan sumber daya manusia yang ahli dan berpengalaman di bidang periklanan dapat teratasi.

## 5.2 Saran

Dari kesimpulan yang telah penulis kemukakan di atas, kiranya perlu disampaikan saran-saran untuk dipertimbangkan sebagai bahan masukan atau sumbang saran dalam pelaksanaan kegiatan periklanan produk tabungan batara. Saran-saran yang dapat penulis sampaikan adalah sebagai berikut :

1. Mengenai terbatasnya anggaran dana yang tersedia untuk pelaksanaan kegiatan periklanan produk tabungan batara, disarankan kepada manajemen PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Bandung untuk lebih hemat dan selektif dalam pemilihan media periklanan yang akan digunakan, namun tetap mengedepankan optimalisasi dalam pelaksanaan kegiatan periklanan, misalnya dengan hanya menggunakan satu radio saja untuk penggunaan iklan produk tabungan batara melalui media radio, untuk kemudian dialihkan melalui penggunaan media televisi dengan menggunakan satu televisi lokal sebagai medianya.
2. Mengenai kekurangan sumber daya manusia yang ahli dan berpengalaman di bidang periklanan untuk pelaksanaan kegiatan periklanan produk tabungan batara, disarankan agar manajemen PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Bandung secara rutin mengadakan pelatihan dan pendidikan kepada karyawan yang terkait langsung dengan bidang periklanan, sehingga diharapkan kemampuan dan keahlian karyawan yang bersangkutan akan meningkat, dengan demikian masalah kekurangan sumber daya manusia yang ahli dan berpengalaman di bidang periklanan dapat teratasi.
3. Untuk efektifitas penggunaan media dan pesan dalam program periklanan perlu kerjasama dengan biro periklanan dalam memilih dan menyajikan.