

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah di uraikan pada sebelumnya diketahui permasalahan utamanya yaitu Persaingan atau kompetitor dalam mempromosikan Simpanan Pelajar, Mengingat para pesaing atau kompetitor bank semakin banyak di Kota Bangkinang, Maka setiap Bank perlu strategi *marketing public relations* agar para nasabah tidak akan berpaling hati ke Bank lain. Hasil dari penelitian ini Funding Bank Sarimadu melakukan Strategi *marketing publik relation* dalam mempromosikan Simpanan Pelajar dengan Taktik *Three Ways Strategy* (Thomas L Harris) :

1. Pull Strategi adalah strategi yang direncanakan untuk menarik minat agar nasabah menabung di produk simpanan pelajar Bank Sarimadu. Untuk menarik minat nasabah Bank Sarimadu melakukan Partnership, Periklanan dan Sosialisasi.
2. Push Strategi adalah yaitu mendorong nasabah untuk menggunakan produk dan menggunakan jasa perbankan. Upaya yang di lakukan Bank Sarimadu dalam strategi ini ialah dengan cara Promosi *Face To Face* dan Pemberian *Reward*.
3. Pass Strategi adalah strategi mempengaruhi untuk menciptakan *image* perusahaan yang baik yang ditimbulkan dari berbagai kegiatan pertunjukkan yang ditampilkan untuk mengkomunikasikan pesan pada khalayak sasaran. Upaya yang dilakukan Bank Sarimadu ialah *Event, Sponsorship*.

Hasil dari penelitian ini pihak Funding Bank Sarimadu melakukan Strategi *marketing publik relation* dalam mempromosikan Simpanan Pelajar sudah Mengacu sesuai dengan teori Thomas L Harris, Tetapi Funding Sarimadu lebih menekankan Pada Promosi Face To Face, Sosialisasi dan Partnership. Dari Ketiga strategi tersebut Funding sarimadu sudah melakukan dengan baik dimana dapat dilihat dari fakta di lapangan bahwa bertambahnya

nasabah Simpanan Pelajar dan Sekolah Mitra Simpanan Pelajar semakin meningkat setiap tahunnya, dari penelitian ini dapatlah kesimpulan bahwa Strategi yang di lakukan Funding Bank Sarimadu dalam mempromosikan Produk Simpanan Pelajar Sudah berjalan dengan baik.

B. Saran

Adapun saran yang peneliti berikan berdasarkan hasil dan pembahasan yaitu:

1. Sebaiknya strategi *Marketing PR* Bank Sarimadu dilakukan dengan bentuk yang lebih kreatif dan inovatif sesuai dengan perkembangan teknologi yang ada contohnya lebih aktif mempromosikannya lewat sosial media, *Website* dan media cetak secara berkesinambungan.
2. Sebaiknya strategi *Marketing PR* SIMPEL yang digunakan Bank Sarimadu lebih ditingkatkan lagi perencanaan program-program kegiatannya dan dilakukan secara optimal agar nasabah lebih tertarik dan semakin berminat untuk menabung di Bank Sarimadu.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU