

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMONDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti melalui analisis deskriptif dan verifikatif dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana, maka berdasarkan penelitian tersebut dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Gambaran mengenai implementasi strategi penetapan harga yang disesuaikan dengan keadaan sosial (*social pricing strategy*) yang dilakukan oleh bank BTN, dinilai oleh sebagian besar responden termasuk pada kategori tinggi. Hal ini dapat dilihat dari indikator yang paling dominan sampai kepada indikator yang paling rendah. Dari empat indikator *social pricing strategy*, indikator pertama yang paling dominan adalah tingkat pendidikan memperoleh tanggapan yang baik dari konsumen sedangkan indikator kedua adalah indikator pekerjaan, dan indikator ketiga adalah indikator gaya hidup dan indikator keempat yang merupakan indikator paling rendah adalah indikator pendapatan.
2. Gambaran mengenai tingkat keputusan mengambil kredit pemilikan rumah di bank BTN, dinilai oleh sebagian besar responden termasuk pada kategori tinggi. Hal ini dapat dilihat dari indikator yang di urutkan dari yang paling dominan sampai kepada

indikator yang paling rendah. Dari lima indikator keputusan pembelian, indikator yang paling dominan adalah pemilihan merek/nama, indikator kedua adalah pemilihan produk, indikator ketiga adalah jumlah pembelian atau jumlah plafon kredit, indikator keempat adalah pemilihan saluran pembelian, dan indikator kelima yang merupakan indikator terendah adalah pemilihan waktu pembelian.

3. Pengaruh implementasi strategi penetapan harga yang disesuaikan dengan keadaan sosial (*social pricing strategy*) yang dilakukan oleh bank BTN terhadap keputusan mengambil kredit pemilikan rumah di bank BTN dapat dibuktikan dengan hasil pengujian hipotesis yang menunjukkan bahwa *social pricing strategy* yang dilakukan oleh bank BTN mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan mengambil kredit pemilikan rumah dengan tingkat korelasi berada pada kategori kuat. Dari hasil perhitungan data yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa *social pricing starategy* yang dilakukan oleh bank BTN mampu mempengaruhi nasabah untuk melakukan kredit pemilikan rumah (KPR) di bank BTN

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian rekomendasi penulis untuk terus meningkatkan keputusan mengambil kredit pemilikan rumah (KPR) yang dilakukan oleh nasabah adalah sebagai berikut ini:

1. Pelaksanaan *social pricing strategy* merupakan strategi yang tepat upaya mempengaruhi nasabah agar mengambil kredit pemilikan rumah (KPR) namun ada beberapa hal yang penting harus diperhatikan oleh bank BTN dalam menggunakan strategi ini agar jumlah nasabah yang mengambil kredit di bank BTN terus bertambah yaitu :
 - a. Bagaimana Bank BTN menyampaikan informasi produknya agar mudah dipahami oleh nasabah karena berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti masih ada nasabah yang tidak setuju bahwa alasan mereka mengambil kredit pemilikan rumah di bank BTN karena pemahaman nasabah tentang informasi produk kredit pemilikan rumah (KPR) bank BTN yang pada akhirnya akan berpengaruh terhadap kecepatan dan kecakapan nasabah dalam memahami setiap produk bank BTN.
 - b. Melihat implementasi *social pricing strategy* yang dilakukan bank BTN yang lebih menekankan pangsa pasarnya pada masyarakat menengah kebawah seharusnya bank BTN menghapus syarat pengambilan kredit berdasarkan

pendapatan karena tidak semua masyarakat menengah kebawah memiliki pendapatan yang sesuai dengan syarat minimum pendapatan yang ditentukan oleh perusahaan untuk mengambil kredit di bank BTN.

c. Bank BTN seharusnya melakukan peninjauan terhadap para nasabahnya karena berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti masih banyak nasabah yang merasa bahwa pendapatan yang mereka peroleh belum sesuai dengan usaha yang telah dilakukan. Hal ini hendaknya menjadi ukuran bagi bank BTN dalam memberikan kreditnya karena sesuai dengan segmentasi pasar bank BTN yaitu masyarakat menengah kebawah, pemberian kredit lebih ditekankan pada masyarakat yang memiliki penghasilan kecil agar pembangunan nasional dapat meraih hasil yang merata.

2. Tanggapan nasabah terhadap keputusan mengambil kredit pemilikan rumah (KPR) pada umumnya sudah baik namun untuk tetap mempertahankan agar nasabah tetap mengambil kredit pemilikan rumah (KPR) di bank BTN perusahaan ada beberapa hal yang harus diperhatikan oleh bank BTN yaitu :

a. Bank BTN harus lebih memperhatikan saluran distribusi atau dalam hal ini adalah kantor cabang. Bank BTN harus menambah beberapa kantor cabang di daerah yang belum memiliki kantor cabang karena berdasarkan hasil penelitian

yang dilakukan oleh peneliti masih banyak nasabah yang tidak setuju tentang alasan nasabah mengambil kredit di bank BTN adalah karena dekatnya jarak rumah nasabah dengan kantor bank BTN. Hal ini dilakukan oleh nasabah karena tidak banyak kantor cabang yang tersebar di daerah tempat nasabah bermukim.

b. Bank BTN ada baiknya tetap memegang teguh *social pricing strategy* dalam menentukan suku bunganya walaupun suku bunga nasional selalu berubah-ubah sesuai keadaan perekonomian nasional. Namun dalam hal ini sesuai dengan nama bank BTN yang telah dikenal masyarakat dengan suku bunganya yang murah atau lebih rendah dibandingkan dengan bank lainnya ada baiknya informasi juga konsistensi bank BTN dengan suku bunganya yang rendah disampaikan dengan tepat kepada masyarakat karena berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti masih ada nasabah yang tidak setuju bahwa alasan nasabah mengambil kredit pemilikan rumah (KPR) di bank BTN karena suku bunganya yang relatif rendah dibandingkan dengan bank lainnya yang mengeluarkan produk serupa.

c. Bank BTN agar lebih melakukan promosi terhadap masyarakat umum, dimana tujuan dari promosi ini adalah untuk menunjukkan bahwa bank BTN sebagai bank *pioneer* kredit

pemilikan rumah (KPR) yang terpercaya dan dengan suku bunganya yang lebih rendah dibandingkan bank lainnya yang mengeluarkan produk serupa. Promosi ini perlu dilakukan karena berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, masih ada nasabah yang tidak percaya terhadap nama atau merek bank BTN dalam bisnis kredit kepemilikan rumah (KPR)

3. Secara keseluruhan *social pricing strategy* mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan mengambil kredit kepemilikan rumah di bank BTN. Namun berdasarkan hasil penelitian diketahui masih terdapat kekurangan dari *social pricing strategy* yang dilakukan oleh bank BTN yaitu :
 - a. Bank BTN harus lebih baik lagi dalam menyampaikan informasi produknya yang lebih murah dibandingkan dengan bank-bank lainnya.
 - b. Bank BTN agar lebih memperhatikan keadaan personal dari nasabahnya karena sesuai dengan strategi yang digunakan oleh bank BTN yaitu *social pricing strategy* dengan segmentasi masyarakat menengah kebawah seharusnya bank BTN memberi kemudahan kepada masyarakat dari kelas sosial menengah kebawah dan seharusnya lebih banyak masyarakat dari kalangan menengah kebawah yang menjadi nasabah bank

BTN namun pada kenyataannya tidak sedikit nasabah bank
BTN yang bukan dari kelas sosial menengah kebawah.

