

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengimplementasikan matriks BCG dalam menentukan strategi positioning pada PT Bank BCA, Tbk (Studi Kasus Bank BCA, Tbk. Cabang Tambun Bekasi). Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Posisi PT Bank BCA, Tbk didalam perindustrian perbankan atau pangsa pasar menempati posisi pertama.
2. Strategi yang digunakan dalam PT Bank BCA, Tbk selama ini sudah tepat dan baik. Dengan menggunakan strategi mempertahankan status yaitu dengan cara terus berinovasi dan mengembangkan perbankan dengan Digital.
3. Secara penyusunan strategi, PT Bank BCA, Tbk sudah baik dan tepat serta unggul dalam hal persaingan perbankan Indonesia.

#### 5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil analisis data yang telah di teliti dengan menggunakan *matriks* BCG, maka dapat dipastikan bahwa PT Bank BCA, Tbk mengungguli pangsa pasar dengan berada pada kuadran Star atau bintang.

Hasil analisis data dengan perhitungan *matriks* BCG ini memperoleh angka *Relative Market Share* sebesar 0,83%, kemudian *Market Growth Rate* memperoleh angka sebesar 1,12% yang lebih unggul daripada bank pesaing didalam industri perbankan.

Berdasarkan hasil penelitian, hasil pembahasan serta kesimpulan yang diperoleh maka saran yang dapat dikemukakan sebagai berikut :

1. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa PT Bank BCA, Tbk ini berada di posisi bintang atau star yang berarti unggul dalam pangsa pasar perbankan. Maka perusahaan hendaknya mampu mempertahankan statusnya dalam kuadran bintang atau star dengan mempertahankan strategi yang sudah ada dan menjaga kualitas pelayanan nasabah. Dengan memberikan pelayanan-pelayanan prima seperti terus berinovasi dengan transaksi digital dengan cara mengeluarkan banyak mesin digital

untuk mempermudah transaksi agar tidak perlu mengantri dalam PT Bank BCA, Tbk.

2. Dari Hasil penelitian dengan menggunakan Matriks BCG ( *Boston Consulting Group* ) Strategi yang digunakan PT Bank BCA, Tbk saat ini sudah tepat dan baik maka perusahaan harus bisa mempertahankan strategi yang sudah di terapkan saat ini, seperti meningkatkan pelayanan customer servicenya yaitu dengan melakukan roleplay setiap hari sesudah bekerja, memberi pelatihan dalam memberi salam kepada nasabah, memberi pelatihan dalam menghadapi dan menangani keluhan kepada nasabah, serta memberi pelatihan digital kepada seluruh karyawan diberbagai tingkat organisasi contoh nya dengan mengerjakan morning BCA disetiap periode mengadakan e-learning baru tentang pelayanan customer service dalam mengetahui product knowledge.
3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penyusunan strategi positioning PT Bank BCA, Tbk sudah tepat dan baik sehingga dapat mengungguli persaingan di pangsa pasar. Maka perusahaan dalam penyusunan strategi harus lebih memperhatikan strategi dalam mempertahankan posisi bank dengan cara memperhatikan kepuasan pelanggan, BCA juga berinovasi selalu untuk fitur-fitur dalam mobile banking untuk meningkat kepuasan nasabah dalam bertransaksi menggunakan PT Bank BCA, Tbk seperti cardless transaksi tanpa menggunakan kartu, penambahan menu buka rekening via handphone jadi tidak perlu datang ke bank untuk membuka rekening. Serta BCA berinovasi melalui aplikasi WELMA untuk nasabah yang ingin mengelola dana melalui investasi dan asuransi dimanapun berada.