

Pemasaran Bank Dengan Membuka Deposit Berjangka

A. Pendahuluan

Bank merupakan peranan yang sangat penting dalam menggerakkan roda perekonomian nasional, sumber pembiayaan dunia usaha di Indonesia masih didominasi oleh penyaluran deposito perbankan yang diharapkan dapat mendorong pertumbuhan ekonomi dengan (Marcos & Hidayah, 2014).

Marketing adalah proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan pelanggan yang kuat untuk menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalan(Kotler and Armstrong, 2010), Kampanye pemasaran ditandai dengan berfokus pada kebutuhan pelanggan dan kepuasan mereka secara keseluruhan. Namun demikian, ada variabel yang berbeda yang menentukan apakah kampanye pemasaran akan berhasil atau tidak. Ada variabel-variabel tertentu yang perlu kita pertimbangkan saat membuat kampanye pemasaran.

Ada 4 variabel yang digunakan untuk mempertibangkan saat membuat kampanye pemasaran yaitu segmen populas, saluran distribusi untuk mencapai tempat pelanggan, harga dan strategi promosi. Varibel- variabel tersebut dibutuhkan untuk membuat kampanye pemasaran, pada segmen populasi sangat penting karena akan memberi tahu bagian mana dari populasi yang kemungkinan besar akan menerima kapanye pemasaran, pada saluran distribusi untuk mencapai tempat pelanggan merupakan strategi yang digunakan untuk menyampaikan pesan(Misalnya: Telepon, Radio, TV, Madia Sosial, dll), variabel strategi harga merupakan penentuan harga terbaik untuk ditawarkan kepada calon klien? (Dalam hal kampanye pemasaran bank, hal ini tidak diperlukan karena kepentingan utama bank adalah agar calon nasabah membuka rekening deposan agar kegiatan operasional bank tetap berjalan.), yang terakhir strategi promosi adalah cara strategi akan diterapkan dan bagaimana klien potensial akan ditangani. Ini harus menjadi bagian terakhir dari analisis kampanye pemasaran karena harus ada analisis mendalam dari kampanye sebelumnya (Jika memungkinkan) untuk belajar dari kesalahan sebelumnya dan untuk menentukan bagaimana membuat kampanye pemasaran jauh lebih efektif.

Deposito berjangka adalah deposito yang ditawarkan oleh bank atau lembaga keuangan dengan tingkat bunga tetap (seringkali lebih baik daripada hanya membuka rekening deposito) di mana uang Anda akan dikembalikan pada waktu

jatuh tempo tertentu. Dalam proyek ini, kami menerapkan algoritme pembelajaran mesin untuk membangun model prediktif dari inorder himpunan data untuk memberikan saran yang diperlukan bagi tim kampanye pemasaran. Tujuannya adalah untuk memprediksi apakah klien akan berlangganan deposito berjangka atau tidak.

B. Deskripsi Himpunan Data

Himpunan data proyek diunduh dari situs web "[UCI ML](#)". Data tersebut terkait dengan kampanye pemasaran langsung dari lembaga perbankan Portugis. Kampanye pemasaran didasarkan pada panggilan telepon. Seringkali, lebih dari satu kontak ke klien yang sama diperlukan inorder untuk mengakses apakah produk (deposito berjangka bank) akan ('ya') atau tidak ('tidak') berlangganan. Deskripsi lebih lanjut tentang himpunan data dan informasi atribut dapat ditemukan [di sini](#).

C. Obyektif

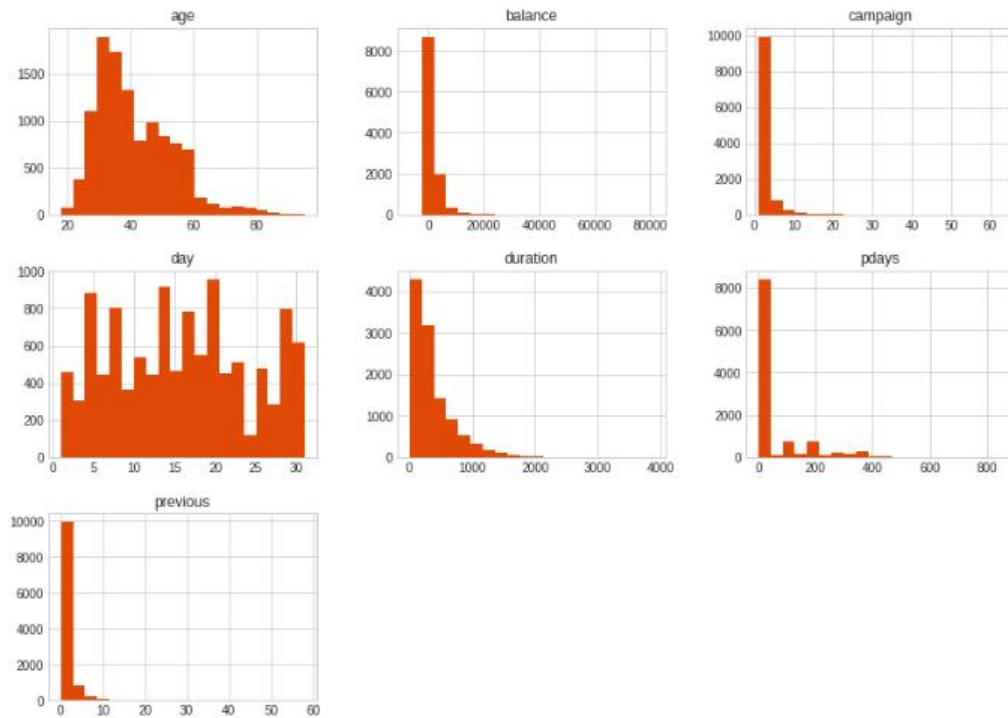
Tujuan bisnis: Mengurangi sumber daya pemasaran dengan mengidentifikasi pelanggan yang akan berlangganan deposito berjangka dan dengan demikian mengarahkan upaya pemasaran kepada mereka.

Tujuan analisis: Sesuai dengan serangkaian model yang mungkin akan memprediksi set pelanggan mana yang terbaik untuk mengarahkan kampanye pemasaran kepada mereka.

D. Data Klien Bank

- 1 - age: (numeric)
- 2 -job: type of job (categorical: 'admin.','blue-collar','entrepreneur','housemaid','management','retired','self-employed','services','student','technician','unemployed','unknown')
- 3 - marital: marital status (categorical: 'divorced','married','single','unknown'; note: 'divorced' means divorced or widowed)
- 4 - education: (categorical: primary, secondary, tertiary and unknown)
- 5 - default: has credit in default? (categorical: 'no','yes','unknown')
- 6 - housing: has housing loan? (categorical: 'no','yes','unknown')
- 7 - loan: has personal loan? (categorical: 'no','yes','unknown')
- 8 - balance: Balance of the individual.

	age	job	marital	education	default	balance	housing	loan	contact	day	month	duration	campaign	pdays	previous	poutcome	deposit
0	59	admin.	married	secondary	no	2343	yes	no	unknown	5	may	1042	1	-1	0	unknown	yes
1	56	admin.	married	secondary	no	45	no	no	unknown	5	may	1467	1	-1	0	unknown	yes
2	41	technician	married	secondary	no	1270	yes	no	unknown	5	may	1389	1	-1	0	unknown	yes
3	55	services	married	secondary	no	2476	yes	no	unknown	5	may	579	1	-1	0	unknown	yes
4	54	admin.	married	tertiary	no	184	no	no	unknown	5	may	673	2	-1	0	unknown	yes



1. Usia

Usia rata-rata sekitar 41 tahun. (Minimum: 18 tahun dan maksimum: 95 tahun.). Saldo rata-rata adalah 1.528. Namun, standar deviasi (STD) adalah angka tinggi sehingga kita dapat memahami bahwa keseimbangannya sangat terdistribusi di seluruh dataset.

2. Analisis dengan pekerjaan

Manajemen adalah pekerjaan yang lebih umum dalam dataset ini. Usia dengan pekerjaan seperti yang diharapkan, pensiunan adalah orang-orang yang memiliki usia rata-rata tertinggi sementara siswa adalah yang terendah. Saldo oleh pekerjaan manajemen dan pensiunan adalah orang-orang yang memiliki saldo tertinggi di akun mereka.

3. Status pernikahan

Pada analisis ini tidak menemukan wawasan yang signifikan selain kebanyakan orang yang bercerai bangkrut. Tidak heran karena mereka harus membagi aset keuangan.

4. Status Pendidikan

Tingkat pendidikan juga memiliki dampak signifikan pada jumlah keseimbangan yang dimiliki prospek.

5. Pinjaman

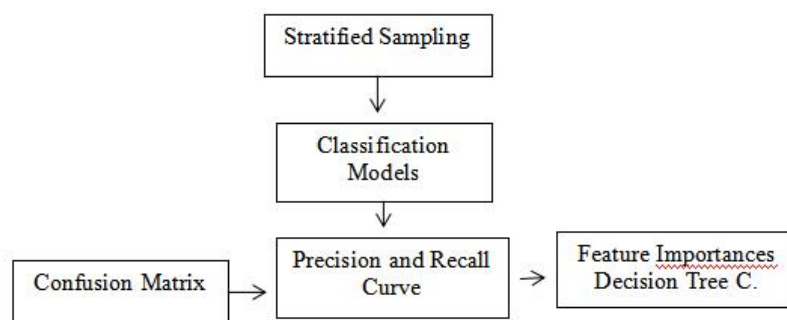
Prospek memiliki pinjaman sebelumnya memiliki dampak signifikan pada jumlah saldo yang dimilikinya.

6. Durasi Kampanye:

Kita melihat bahwa durasi memiliki korelasi yang tinggi dengan deposito istilah yang berarti semakin tinggi durasi, semakin besar kemungkinan bagi klien untuk membuka deposit berjangka. Durasi kampanye rata-rata adalah 374,76, mari kita lihat apakah klien yang berada di atas rata-rata ini lebih cenderung membuka deposit berjangka. Status Durasi: Orang yang berada di atas status durasi, lebih cenderung membuka deposit berjangka. 78% dari kelompok yang berada di atas rata-rata dalam durasi yang dibuka. Deposito berjangka sementara yang di bawah rata-rata 32% dibuka sebagai rekening deposito. Ini memberi tahu kita bahwa itu akan menjadi ide yang baik untuk menargetkan individu yang berada dalam kategori di atas rata-rata.

E. Model Klasifikasi

Menurut Muflikhah et al (2018:9) “Klasifikasi merupakan peranan dalam data yang menggunakan metode pendekatan prediktif, jika terdapat sekumpulan record (training set) dimana setiap record terdiri dari sekumpulan atribut dan satu atribut merupakan kelas, digunakan untuk menentukan model dari atribut kelas sebagai suatu fungsi nilai dari atribut lain”.



Gambar 1. Proses Pekerjaan Klasifikasi

F. Kesimpulan

1. Panggilan Kampanye: Suatu kebijakan harus diimplementasikan yang menyatakan bahwa tidak lebih dari 3 panggilan harus diterapkan pada klien potensial yang sama untuk menghemat waktu dan upaya dalam mendapatkan klien potensial baru. Ingat, semakin banyak kita menyebut klien potensial yang sama, kemungkinan dia akan menolak untuk membuka deposit berjangka.
2. Kategori Usia: Kampanye pemasaran bank berikutnya harus menargetkan klien potensial berusia 20 -an atau lebih muda dan 60 -an atau lebih. Kategori termuda memiliki peluang 60% untuk disusun pada deposit berjangka sementara kategori tertua memiliki peluang 76% untuk disusun pada deposit berjangka. Akan lebih bagus jika untuk kampanye berikutnya, bank membahas dua kategori ini dan karenanya, meningkatkan kemungkinan lebih banyak susunan simpanan.
3. Pekerjaan: Tidak mengherankan, klien potensial yang merupakan siswa atau pensiun adalah yang paling mungkin untuk disusun ke deposit berjangka. Pensiunan individu, cenderung memiliki lebih banyak deposito jangka waktu untuk mendapatkan uang tunai melalui pembayaran bunga. Ingat, deposito berjangka adalah pinjaman jangka pendek di mana individu (dalam hal ini pensiunan) setuju untuk tidak menarik uang tunai dari bank sampai tanggal tertentu menyetujui antara individu dan lembaga keuangan. Setelah waktu itu individu mendapatkan modalnya kembali dan minatnya dibuat sesuai pinjaman. Orang -orang yang pensiunan cenderung tidak menghabiskan uangnya secara besar -besaran sehingga mereka secara moral untuk menempatkan uang tunai mereka untuk bekerja dengan meminjamkannya ke lembaga keuangan. Siswa adalah kelompok lain yang digunakan untuk melakukan deposito istilah.
4. Pinjaman dan saldo rumah: klien potensial dalam keseimbangan rendah dan tidak ada kategori keseimbangan yang lebih mungkin memiliki pinjaman rumah daripada orang dalam kategori rata -rata dan keseimbangan tinggi. Apa artinya memiliki pinjaman rumah? Ini berarti bahwa klien potensial memiliki kompromi finansial untuk membayar kembali pinjaman rumahnya dan dengan demikian, tidak ada uang tunai untuk ia menyusun rekening deposito berjangka. Namun, kami melihat bahwa klien potensial dalam rata -rata dan saldo cenderung memiliki pinjaman rumah dan oleh karena itu, lebih mungkin untuk membuka

deposit berjangka. Terakhir, kampanye pemasaran berikutnya harus fokus pada individu dengan saldo rata-rata dan tinggi untuk meningkatkan kemungkinan menyusun deposit berjangka.

5. Mengembangkan kuesioner selama panggilan: karena durasi panggilan adalah fitur yang paling positif berkorelasi dengan apakah klien potensial akan membuka deposit berjangka atau tidak, dengan memberikan kuesioner yang menarik untuk klien potensial selama panggilan panjang percakapan mungkin meningkat. Tentu saja, ini tidak meyakinkan kami bahwa klien potensial akan menyusun deposit berjangka! Namun demikian, kami tidak kehilangan apa pun dengan menerapkan strategi yang akan meningkatkan tingkat keterlibatan klien potensial yang mengarah pada peningkatan probabilitas menyusun deposit berjangka, dan oleh karena itu peningkatan efektivitas untuk kampanye pemasaran berikutnya, bank akan tergelincir.
6. Target individu dengan durasi yang lebih tinggi (di atas 375): Target kelompok target yang di atas rata-rata dalam durasi, ada kemungkinan besar bahwa kelompok target ini akan membuka rekening deposito berjangka. Kemungkinan bahwa grup ini akan membuka rekening deposito berjangka adalah 78% yang cukup tinggi. Ini akan memungkinkan tingkat keberhasilan kampanye pemasaran berikutnya akan sangat sukses.

Referensi

<https://archive.ics.uci.edu/ml/datasets/Bank+Marketing>

[Multilayer Perceptron](#)

[Bank Management - Relationship Banking \(tutorialspoint.com\)](#)

[Bank Marketing Campaign || Opening a Term Deposit | Kaggle](#)