

## BAB V PENUTUP

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan mengenai strategi bauran promosi produk simpanan di PT. Bank BJB KCP Kramatwatu serang guna meningkatkan penjualan produk kepada nasabah, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Kegiatan promosi saat ini menjadi hal yang sangat penting di setiap perusahaan dikarenakan semakin ketatnya persaingan produk perbankan. Adapun strategi bauran promosi yang dilakukan oleh PT. Bank BJB KCP Kramatwatu Serang yaitu melalui periklanan (*Advertising*), yaitu melalui iklan papan reklame promosi penjualan (*sales promotion*), berupa voucher belanja penjualan pribadi (*personal selling*), *customer service* berinteraksi langsung Bersama nasabah mengenai produk atau jasa yang dipromosikan oleh *customer service* publisitas (*publicity*), yaitu dalam rangka memeriahkan HUT PGRI dan pemasaran langsung (*Direct marketing*). Melalui telepon cara memasarkan produk kredit kepada nasabah.
2. Selama pelaksanaan strategi promosi produk simpanan pada bank BJB kantor cabang pembantu kramatwatu terdapat beberapa kendala yang menjadi salah satu faktor penghambat dalam proses pelaksanaan promosi diantaranya kurangnya ketertarikan Masyarakat dalam menabung, persaingan antar Perusahaan yang menawarkan produk sejenis sama,

keterbatasan sarana pada saat melakukan promosi melalui media cetak yaitu masih terbatasnya jumlah brosur yang dimiliki dan media elektronik yaitu kurang memanfaatkan iklan televisi dan media sosial.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil yang didapatkan oleh penulis selama magang industri di PT. Bank BJB KCP Kramatwatu Serang maka penulis dapat memberikan saran untuk pihak perusahaan yang diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan:

1. Meningkatkan anggaran promosi untuk melakukan promosi melalui media iklan televisi dengan membuat iklan semenarik mungkin agar penyebaran informasi mengenai produk atau jasa baru yang ada pada bank BJB tersebar luas kepada calon nasabah, khususnya untuk produk simpanan Tabungan Tandamata My First, serta memperbanyak jumlah brosur dan penempatan brosurpun tidak hanya di bank saja tetapi di setiap gerai ATM.
2. Berdasarkan teori kamsir kegiatan promosi yang bisa digunakan oleh setiap bank setidaknya ada lima macam sarana promosi diantaranya yaitu periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), penjualan pribadi (*personal selling*), publisitas (*publicity*), dan pemasaran langsung (*direct marketing*). Maka dalam hal ini pihak pegawai bank BJB KCP kramatwatu serang dapat menambah kegiatan promosinya yaitu melalui promosi penjualan (*sales promotion*), dengan membuat hadiah semenarik mungkin supaya bisa menarik perhatian dan minat para calon nasabah.

3. Bank BJB belum memaksimalkan promosi melalui sosial media, maka dapat mencoba untuk memanfaatkan sosial media Instagram. Hal ini sesuai dengan pendapat Lusianingrum *et.al.* (2022) yang menyatakan bahwa sosial media Instagram dapat digunakan untuk mengoptimalkan penjangkauan segmen pasar dalam promosi.