

BAB V

PENUTUP

1.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bagian sebelumnya maka dapat disimpulkan hal sebagai berikut :

1. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bank BNI Cabang Padang adalah dengan mensosialisasikan produk tabungan BNI Simponi kepada masyarakat, melakukan undian kepada peserta BNI Simponi serta iklan di media social khususnya pada platform instagram BNI Cabang Padang. Strategi pemasaran penting dilakukan karena untuk meningkatkan minat masyarakat terhadap produk yang dipasarkan, sehingga penggunaan strategi pemasaran harus tepat untuk menarik minat masyarakat.
2. Perkembangan pembukaan rekening BNI Simponi pada Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Cabang Padang pada tahun 2020 – 2022 tidak begitu terjadi peningkatan yang signifikan bahkan juga ada terjadi penurunan yang sangat drastis pada tahun 2020 karena pada tahun 2020 terjadi pandemi Covid-19 sehingga aktivitas masyarakat keluar rumah dibatasi, sehingga sulit melakukan pemasaran program BNI Simponi pada masyarakat.
3. Strategi pemasaran yang sudah dilakukan kurang efektif, hal ini dapat dilihat dari jumlah nasabah yang tidak mengalami peningkatan yang signifikan bahkan juga ada terjadi penurunan yang sangat dratis.

1.2 Saran

1. Penulis menyarankan agar iklan pada media sosial dan penyebaran brosur kepada masyarakat luas lebih ditingkatkan lagi untuk menarik minat masyarakat.
2. Pihak marketing harus lebih meningkatkan sosialisasi kepada masyarakat umum mengingat pangsa pasar yang masih sangat besar di Padang.
3. Perlunya inovasi dalam mengembangkan produk BNI Simponi yang sesuai dengan kebutuhan pasar terkini.