

## BAB V

### PENUTUP

#### 1.1 Kesimpulan

- 1) Penerapan *direct marketing* yang dilakukan oleh Bank Negara Indonesia terhadap penggunaan QRIS yaitu *direct mail marketing*. Melalui *direct mail marketing* perusahaan dapat mempromosikan produk QRIS, Taplus bisnis, dan kredit card Bank Negara Indonesia.
- 2) Penerapan *direct marketing* kedua yaitu *face to face selling*. Melalui *face to face selling*, Bank Negara Indonesia dapat lebih leluasa dalam mempromosikan produk mereka, diantaranya produk QRIS dan KUR yang dapat menunjang operasional UMKM di Kota Padang.
- 3) Penerapan *direct marketing* ketiga yaitu telemarketing. Dengan menggunakan media telemarketing perusahaan dapat memberikan informasi secara real time mengenai produk QRIS, Kredit card, dan taplus bisnis.
- 4) Penerapan *direct marketing* keempat yaitu online marketing. Melalui online marketing ini, Bank Negara Indonesia dapat memberikan informasi lebih luas kepada nasabah mereka yang disampaikan melalui sosial media dan website resminya, sehingga nasabah dapat mengetahui informasi mengenai produk-produk yang dipasarkan.

#### 1.2 Saran

- 1) Melalui *direct mail marketing*, Bank Negara Indonesia sebaiknya tidak hanya mempromosikan produk QRIS, Taplus Bisnis, dan Kredit card, tetapi Bank Negara Indonesia sebaiknya juga mempromosikan produk Taplus muda dan produk-produk lainnya sehingga dapat menjangkau lebih banyak target marketingnya.

- 2) Melalui *face to face selling*, Bank Negara Indonesia sebaiknya juga mempromosikan produk-produk untuk nasabah pensiun dan BNI Haji. Sehingga nasabah dapat lebih leluasa bertanya terkait produk-produk yang dipasarkan.
- 3) Melalui *telemarketing*, Bank Negara Indonesia sebaiknya juga memasarkan produk Griya, sehingga tim marketing tidak perlu menunggu event tertentu untuk memasarkan BNI Griya serta hal ini dapat membuat efisiensi waktu.
- 4) Melalui Online marketing, Bank Negara Indonesia sebaiknya juga memberikan informasi mengenai program-program promo menarik yang bisa didapatkan oleh UMKM yang sudah menggunakan produk dari Bank Negara Indonesia. Sehingga UMKM nantinya dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah (UMKM) dalam menggunakan produk dari BNI ini.

