

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil observasi, pengumpulan data, dan analisis yang telah dilakukan selama kegiatan magang di PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Cabang Padang, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Strategi Penerapan Bauran Promosi pada Aplikasi Wondr

Strategi promosi aplikasi Wondr dilakukan secara terpadu melalui tahapan persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Penetapan target pasar, seperti generasi muda, pelajar, dan pelaku UMKM, menjadi fokus utama dalam menentukan media komunikasi dan bentuk promosi yang digunakan. Kegiatan promosi dilaksanakan baik secara online melalui media sosial maupun secara offline melalui kegiatan sosialisasi langsung dan event publik. Strategi ini terbukti mampu membangun awareness dan menarik perhatian masyarakat terhadap aplikasi Wondr.

2. Penerapan Komponen Bauran Promosi pada Aplikasi Wondr

Bauran promosi aplikasi Wondr mencakup lima elemen utama, yaitu:

- (a) Periklanan, dilakukan melalui media digital (Instagram @himovers.padang) dan media konvensional (spanduk, banner, brosur).
- (b) Promosi penjualan, berupa cashback QRIS, diskon merchant mitra, hadiah langsung, dan program referral.
- (c) Personal selling, dilakukan oleh frontliner dan sales force lapangan yang memberikan edukasi langsung kepada calon pengguna.

(d) Hubungan masyarakat, dilaksanakan melalui partisipasi pada event publik, edukasi ke sekolah/kampus, dan kegiatan komunitas.

(e) Pemasaran langsung, melalui pengiriman email promosi dan push notification aplikasi yang bersifat personal dan tersegmentasi.

(f) Seluruh komponen tersebut diintegrasikan untuk memperkuat pesan promosi dan mendorong adopsi aplikasi secara luas.

3. Keefektivitasan Penerapan Bauran Promosi Aplikasi Wondr

Penerapan bauran promosi dinilai efektif berdasarkan beberapa indikator, seperti peningkatan signifikan jumlah unduhan aplikasi (lebih dari 600 pengguna baru), meningkatnya keterlibatan masyarakat di media sosial, serta tingginya partisipasi dalam kegiatan promosi offline. Selain itu, strategi promosi terbukti mampu mendorong transaksi digital melalui QRIS Wondr dan memperkuat loyalitas pengguna. Promosi yang bersifat edukatif dan komunikatif juga membangun citra positif terhadap BNI sebagai bank yang adaptif terhadap perkembangan teknologi.

5.2 Saran

Berdasarkan temuan dan hasil pelaksanaan kegiatan promosi yang telah dilakukan, penulis memberikan beberapa saran untuk peningkatan strategi promosi aplikasi Wondr ke depan, yaitu:

1. Mengembangkan Strategi Promosi yang Lebih Tersegmentasi

BNI disarankan untuk mengembangkan pendekatan promosi yang lebih spesifik berdasarkan perilaku pengguna, seperti promosi untuk pengguna pasif,

pengguna loyal, atau pengguna baru. Personalisasi pesan promosi dapat meningkatkan efektivitas komunikasi dan konversi.

2. Memperkuat Promosi Melalui Kolaborasi dengan Influencer Lokal

Menggandeng micro-influencer atau tokoh digital lokal di Kota Padang dapat menjadi strategi yang efektif untuk menjangkau generasi muda dan komunitas tertentu secara lebih persuasif dan kredibel.

3. Menambahkan Fitur Loyalty Program di Aplikasi Wondr

Untuk menjaga pengguna tetap aktif, disarankan agar BNI menambahkan fitur poin loyalti, sistem tingkatan pengguna, atau hadiah rutin dalam aplikasi yang dapat diperoleh berdasarkan frekuensi penggunaan.

4. Mengadakan Evaluasi Rutin atas Efektivitas Promosi

Penting bagi BNI Cabang Padang untuk secara berkala melakukan evaluasi terhadap semua elemen bauran promosi dengan pendekatan berbasis data, guna mengetahui strategi mana yang paling berdampak dan mana yang perlu diperbaiki.

5. Meningkatkan Pelatihan Promosi untuk Petugas Lapangan

Petugas layanan dan sales force yang terlibat dalam kegiatan promosi perlu terus diberikan pelatihan mengenai fitur-fitur terbaru aplikasi Wondr, teknik komunikasi persuasif, serta pengelolaan kendala teknis yang mungkin dihadapi pengguna.

Dengan memperhatikan saran-saran tersebut, diharapkan strategi promosi aplikasi Wondr dapat berjalan lebih optimal dan mendukung keberhasilan transformasi

digital yang sedang dijalankan oleh PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Cabang Padang.

