

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang sudah dijelaskan oleh penulis mengenai Analisis Media Promosi dalam Memasarkan Produk pada PT Bank negara Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Universitas Andalas maka dapat diuraikan kesimpulan sebagai berikut:

1. Analisis Media Promosi dalam memasarkan Produk Pt Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Universitas Andalas mengemukakan bahwa terdapat beberapa media promosi yang meliputi berbagai media promosi baik secara onffline maupun digital untuk memperkenalkan produk dan layanan perbankan kepada nasabah maupun calon nasabah, masyarakat, dosen, maupun mahasiswa. Yang meliputi media sosial, brosur, banner, kegiatan event kampus, kerjasama institusi, promosi secara langsung oleh pihak pegawai bni, dan memberikan penjelasan yang jelas dan kuat untuk meningkatkan awareness masyarakat terhadap memasarkan produk dalam bank bni.
2. Media digital menjadi sarana promosi yang paling efektif, perkembangan teknologi yang digunakan dalam seperti media digital social seperti instragram, whatsapp, dan platform online dapat dinilai lebih efektif dalam menjangkau mahasiswa, masyarakat umum. Informasi yang dapat disampaikan dengan cepat, mudah diakses, memiliki jangkaun yang luas, untuk penggunaan media digital mendukung

konsep pelayanan bank negara indonesia modren, praktis, sesuai mengikuti perkembangan zaman.

3. Pendapat nasabah tentang analisis media promosi dalam memasarkan produk pt bank negara indonesia (persero) tbk kantor cabang pembantu universitas andalas menjelaskan bahwa adanya beberapa pendapat nasabah mengenai produk yang telah dijelaskan menggunakan media promosi baik di media instrgram, yang dimana setelah melakukan media promosi salah satu media cetak maupun secara langsung oleh pihak dari pegawai bagian pemasaran, salah satu seorang nasabah setelah memperkenalkan produk yaitu alat pembayaran yang telah di tampilkan dalam media sosial atau salah satu pegawai bni memperkenalkan secara mengunjungi toko yang sangat strategis di pertengahan mahasiswa. Menurut nasabah ibu tina yang mempunyai menggunakan aplikasi wondr by bni dapat memudahkan penjualan toko secara teknologi barcode Qris merchant ditambah lagi ibu tina mempunyai toko dipertengahan kampus yang menggunakan alat pembayaran rata-rata cenderung memakai uang cash, dengan adanya scan barcode Qris merchant ibu tina merasa terbantu untuk menjalankan toko sehari-hari.
4. Kegiatan promosi yang dilakukan oleh bank bni kep universitas andalas dapat memberikan dampak positif terhadap peningkatan minat masyarakat dalam menggunakan produk dan layanan bni, tabungan, mobile banking, aplikasi wondr by bni, kartu atm, dan produk transaksi digital. Untuk mencapai target baik media promosi yang digunakan, maka semakin besar peluang untuk peningkatan penjualan produk jumlah nasabah citra positif perusahaan di tengah persaingan dunia perbankan yang semakin berkembang.

5. Hambatan dan tantangan dalam analisis media promosi dalam memasarkan produk pt bank negara indonesia (persero) tbk kantor cabang pembantu universitas andalas ini memiliki hambatan yang mana hambatan tersebut kendala, keterbatasan jangkauan promosi kepada seluruh masyarakat, persaingan antar bank yang semakin ketat, serta kurang maksimalnya pemanfaatan media digital tertentu, untuk itu diperlukan inovasi promosi yang lebih menarik dan kreatif agar dapat mempertahankan loyalitas nasabah serta menarik calon nasabah.

5.2 Saran

Dalam pembahasan yang sudah dijabarkan terdapat satu saran yang mana saran tersebut dapat meningkatkan penggunaan media promosi digital yang kreatif dan inovatif agar mampu menarik perhatian masyarakat, dosen, mahasiswa. Pihak bank diharapkan lebih sangat aktif dalam melakukan sosialisasi produk perbankan baik secara langsung maupun media sosial sehingga informasi mengenai produk dan layanan bni dapat diterima dengan lebih luas dan jelas oleh masyarakat. Bank harus lebih meningkatkan kualitas pelayanan serta kemampuan komunikasi pegawai dalam menawarkan loyalitas nasabah terhadap bni, untuk itu peningkatan strategi promosi dan pelayanan yang lebih optimal bank bni kept universitas andalas.

