

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari data-data di atas yang telah penulis dapatkan selama melakukan kegiatan magang di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk kantor cabang Padang dan telah penulis uraikan di atas, maka penulis menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Penerapan *digital marketing* yang dilakukan Bank BTN kantor cabang Padang merupakan sarana bagi perusahaan untuk menginformasikan produk KPR Bank BTN sehingga produknya lebih dikenal oleh masyarakat kota Padang dan sekitarnya.
2. Media dalam *digital marketing* memiliki peran yang penting dalam memperkenalkan, memberitahukan, dan mengingatkan kembali tentang produk yang ada agar mendorong konsumen untuk membeli produk yang dipromosikan melalui penerapan menggunakan jaringan *internet*. Setiap perusahaan harus bisa menentukan media promosi seperti apa yang tepat untuk memperkenalkan produk dari perusahaannya.
3. Dalam penerapan *digital marketing* Bank BTN kantor cabang Padang menggunakan 3 media untuk mengenalkan produknya melalui internet yaitu *Website*, *Search Engine Optimization* (SEO), Media sosial (*Facebook*, *Instagram*, *Youtube*) penerapan menggunakan media di atas memberikan kemudahan kepada nasabah yang ingin mencari informasi KPR Bank BTN.
4. Sistem penjualan yang dilakukan Bank BTN kantor cabang Padang, selalu memberikan yang terbaik untuk nasabah sehingga nasabah dapat memberikan pengaruh yang besar terhadap peningkatan penjualan produk Bank BTN dan menjadi salah satu bank yang terpercaya dalam penjualan properti.

5. Bank BTN kantor cabang Padang selalu memberikan informasi dengan cepat melalui *website* agar nasabah tidak ketinggalan informasi penting dari Bank BTN. Dilihat secara umum penerapan *digital marketing* dalam meningkatkan penjualan produk KPR pada Bank BTN cukup bagus dan masih bisa mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan.

5.2 Saran

Adapun beberapa saran yang diberikan penulis kepada dalam penerapan *digital marketing* dalam meningkatkan penjualan KPR (Kredit Pemilikan Rumah) PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk kantor cabang Padang yaitu sebagai berikut:

1. Penerapan *digital marketing* dalam memperkenalkan produk KPR Bank BTN baik, tetapi perusahaan harus tetap meningkatkan komunikasi secara langsung dengan konsumen seperti menggunakan media *whatsapp* ataupun aplikasi *chatting*. Sebab informasi yang didapatkan dari *website* atau media sosial tidak semuanya dapat dimengerti oleh nasabah.
2. Untuk memberikan kepuasan kepada nasabah, hendaknya perusahaan mempertimbangkan langkah-langkah dalam menarik minat nasabah seperti memberikan promo-promo yang lebih menarik.
3. Perusahaan diharapkan lebih sering mengupdate informasi pada media sosial yang digunakan Bank BTN kantor cabang Padang, untuk menarik minat calon nasabah.

