

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1 Kesimpulan

Setelah proses pemasaran, terdapat beberapa kesimpulan tentang strategi pemasaran produk tabungan Tandamata My First. Bank KCP Darmawangsa menggunakan konsep bauran pemasaran, atau Marketing Mix, yang terdiri dari tujuh elemen: produk, harga, lokasi, promosi, individu, proses, dan bukti fisik.

Dalam proses pemasaran, ada beberapa hambatan yang menghalangi promosi produk tabungan Tandamata My First oleh Bank BJB KCP darmawangsa. Beberapa hambatan dari pihak internal termasuk kurangnya informasi tentang produk tabungan Tandamata My First dan kekurangan sumber daya manusia. Hambatan dari pihak eksternal termasuk persaingan antar bank kompotitor dan kurangnya pengetahuan orang tua tentang pentingnya menabung bagi anak-anak mereka.

Solusi Bank BJB KCP Darmawangsa adalah dengan melakukan sosialisasi kepada beberapa nasabah dan meminta bantuan karyawan BJB kantor cabang kebayoran baru dan mahasiswa yang melakukan PKL (Praktek Kerja Lapangan). Berkolaborasi dengan lebih banyak sekolah di sekitar Bank BJB KCP darmawangsa untuk memberikan perhatian sosial dan memberi tahu orang tua bahwa mengajarkan anak-anak mereka untuk menabung sejak dini melalui bank adalah penting untuk masa depan mereka. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa strategi promosi yang menggunakan matriks SWOT adalah cara untuk menarik nasabah untuk menggunakan produk atau layanan yang diiklankan.

V.2 Saran

Hasil penelitian ini mencakup beberapa rekomendasi yang dapat bermanfaat bagi bank BJB KCP darmawangsa dan pembaca. Customer service harus lebih rinci dalam memberikan penjelasan kepada nasabah

potensial sehingga mereka tidak memandang sebelah mata, terutama tentang biaya administrasi. Ini penting untuk membuat perbandingan yang dapat menunjukkan keunggulan daripada kekurangan. Bank BJB KCP Darmawangsa meminta cabang mayestik untuk melakukan promosi melalui media radio dan elektronik dengan menggunakan iklan yang paling menarik. Ini akan memungkinkan penyebaran informasi lebih luas.