

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

V.1 Simpulan

Penulisan ini memiliki tujuan untuk mengetahui tinjauan promosi yang dilakukan PT Allo Bank Indonesia. Berdasarkan dengan hasil penulisan tugas akhir tersebut, maka dapat disimpulkan mengenai bauran promosi (*promotion mix*) yang dilakukan oleh Allo Bank dengan tugas sebagai berikut:

1. Periklanan (*advertising*), Allo Bank melakukan promosi melalui iklan menggunakan *influencer* ternama yang pada umumnya meliputi dengan semua kegiatan yang terlibat dalam penyajian pesan yang non personal atau tidak hanya berfokus dengan orang tertentu. Dengan melakukan kegiatan periklanan, dapat membentuk citra perusahaan dalam waktu yang lama dan penyebar luasan tentang informasi mengenai penjualan, jasa, dan kondisi sehingga mendapatkan hasil positif bagi perusahaan sesuai dengan yang diharapkan.
2. Promosi penjualan, disusun supaya memberikan hasil dari sebuah tindakan dengan cepat dan tertuju. Promosi penjualan yang dilakukan oleh Allo Bank dilakukan dengan cara berkolaborasi atau bekerjasama dengan perusahaan lain sehingga keduanya mendapatkan keuntungan.

Dengan melakukan promosi tersebut, Allo Bank dan pelanggan ataupun calon pelanggan sama-sama mendapatkan keuntungan yang diterima (timbang balik). Bank mendapatkan peningkatan jumlah nasabah sehingga pendapatan terbesar dapat diperoleh dari pemberian jasa-jasa keuangan dan nasabah mendapatkan kemudahan untuk mengakses layanan keuangan dan bertransaksi kapan dan dimanapun. Belanja keperluan sehari-hari menjadi lebih hemat karena terdapat banyak sekali promosi yang diberikan oleh Allo Bank.

V.2 Saran

Untuk peninjauan lebih lanjut, Allo Bank perlu memperdalam budaya dan bahasa Baekhyun selaku *Brand Ambassador* guna mempermudah komunikasi yang dilakukan. Membuat jadwal yang fleksibel dan mengkoordinasi jauh hari supaya

sehingga terdapat ketersediaan waktu. Sistem yang lemah sebaiknya meng-upgrade infrastruktur agar dapat meningkatkan kapasitas dan kendala sistem IT untuk menangani lonjakan permintaan terutama pada *event* besar. Allo Bank perlu melakukan riset pasar supaya mengetahui kebutuhan dan preferensi target audiens.

Allo Bank dapat memanfaatkan peluang dari berkembangnya perilaku digital saat ini untuk dapat menarik lebih banyak lagi nasabah. Penting dilakukan oleh Allo Bank untuk terus membangun citra perusahaan melalui komunikasi yang jelas dan transparan mengenai jenis produk dan layanan yang dimiliki. Dengan strategi promosi yang tepat sasaran, Allo Bank dapat mempertahankan serta meningkatkan pangsa pasar dalam dunia perbankan terutama pada era digital dengan cara tetap memberikan nilai tambah yang tidak dimiliki oleh bank digital lain dan menjaga keunggulan kompetitif yang saat ini sudah dimiliki.