

BAB V

PENUTUP

V.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis terhadap strategi pemasaran dalam meningkatkan minat menabung masyarakat terhadap produk bluSaving dari Blu BCA Digital, dapat disimpulkan beberapa poin penting sebagai berikut:

1. Kemudahan dalam menggunakan aplikasi BLU BCADigital, mayoritas responden sudah merasa aplikasi BLU BCADigital sangat mudah untuk diakses, digunakan, dan dipahami. Hal tersebut dapat dilihat berdasarkan presentase responden untuk presentase jawaban setuju sebesar 49,4% dan presentase sangat setuju sebesar 48,8% berasal dari jawaban 100% berdasarkan data yang diterima. Jadi dapat disimpulkan, menunjukkan bahwa Blu telah berhasil menghadirkan pengalaman digital banking yang intuitif dan nyaman digunakan. Kemudahan ini menjadi daya tarik utama bagi pengguna yang ingin melakukan transaksi keuangan secara praktis melalui perangkat digital.
2. Strategi pemasaran aplikasi BLU BCADigital, melalui data yang sudah tersedia untuk presentase jawaban setuju sebesar 55% dan presentase jawaban sangat setuju sebesar 24,2% dapat disimpulkan bahwa menunjukkan bahwa promosi yang dilakukan Blu BCA Digital sudah mampu menjangkau dan membangun ketertarikan masyarakat, terutama generasi muda. Meskipun demikian, efektivitas promosi masih perlu ditingkatkan agar tidak hanya menciptakan awareness, tetapi juga mendorong pembentukan loyalitas jangka panjang.
3. Fitur dan informasi produk aplikasi BLU BCADigital, melalui data yang diperoleh dari hasil jawaban kuesioner responden untuk presentase jawaban setuju sebesar 71,4% dan presentase jawaban sangat setuju sebesar 19,04% sehingga dapat disimpulkan bahwa fitur dan informasi produk yang ditawarkan Blu telah sesuai dengan kebutuhan nasabah. Fitur seperti auto-debet, goal saving, dan desain aplikasi yang user-friendly mendukung pengelolaan keuangan pribadi secara digital. Ini menunjukkan bahwa Blu tidak hanya

menawarkan kemudahan teknis, tetapi juga nilai fungsional dalam membantu perencanaan keuangan secara digital.

4. Minat menabung dan loyalitas aplikasi BLU BCADigital, berdasarkan data yang diperoleh dari hasil jawaban responden terdapat jawaban setuju sebesar 60,3% dan presentase jawaban sangat setuju sebesar 29,3% sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden memiliki minat menabung serta loyalitas terhadap aplikasi Blu. Faktor-faktor seperti kemudahan akses, keamanan transaksi, dan kenyamanan fitur menjadi alasan utama kepercayaan pengguna terhadap aplikasi ini. Namun, masih terdapat sebagian pengguna yang belum menunjukkan loyalitas tinggi, yang mengindikasikan perlunya strategi lanjutan untuk memperkuat retensi pengguna dalam jangka panjang.

Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran Blu BCA Digital melalui produk bluSaving telah berjalan cukup efektif dalam menarik minat pengguna. Namun, untuk mencapai loyalitas yang berkelanjutan, Blu perlu memperkuat aspek edukasi, inovasi fitur, dan pendekatan komunikasi yang lebih personal dan relevan.

V.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data kuesioner, penulis memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam pengembangan strategi dan layanan Blu BCA Digital:

1. Penguatan Edukasi dan Literasi Finansial

Blu disarankan untuk meningkatkan konten edukatif mengenai pentingnya menabung serta penggunaan fitur-fitur seperti bluSaving, goal saving, dan auto-debet. Edukasi ini dapat disampaikan melalui media sosial, blog resmi, video pendek, maupun webinar yang menggandeng komunitas keuangan atau edukator digital. Dengan meningkatnya literasi keuangan, pengguna diharapkan dapat lebih memahami manfaat dan tujuan jangka panjang dari penggunaan produk tabungan digital.

2. Strategi Promosi yang Lebih Personal dan Konsisten

Promosi sebaiknya tidak hanya berupa iklan umum, tetapi diarahkan secara personal sesuai segmentasi pasar. Blu dapat memanfaatkan analitik data untuk

mengirimkan promosi yang relevan berdasarkan kebiasaan pengguna. Selain itu, konsistensi dalam kampanye digital perlu ditingkatkan, baik dari segi visual, narasi, maupun frekuensi penyampaian agar lebih mudah diingat oleh target audiens.

3. Peningkatan Kualitas Layanan dan Pengalaman Pengguna

Proses registrasi dan aktivasi akun harus dipastikan berjalan lancar dengan fitur pendukung seperti panduan interaktif dan respons cepat dari customer service. Selain itu, pengembangan fitur tambahan seperti pengingat menabung otomatis, laporan kemajuan tabungan, dan simulasi target keuangan dapat meningkatkan keterikatan emosional pengguna dengan aplikasi Blu.

4. Program Loyalitas dan Insentif

Blu disarankan untuk merancang program loyalitas berbasis aktivitas menabung, seperti pemberian reward bagi pengguna yang menabung secara rutin atau merekomendasikan Blu kepada teman. Bentuk penghargaan bisa berupa potongan biaya admin, merchandise, badge digital, atau akses fitur eksklusif. Strategi ini dapat mendorong keterlibatan aktif dan memperkuat loyalitas nasabah.

5. Kolaborasi Strategis untuk Perluasan Jangkauan Pasar

Blu juga dapat menjalin kerja sama dengan institusi pendidikan, komunitas mahasiswa, dan platform fintech lainnya untuk memperluas jangkauan pasar. Kolaborasi ini memungkinkan Blu menjangkau segmen muda yang belum tergarap optimal dan memberikan edukasi finansial sejak dini.

Dengan melaksanakan saran-saran di atas, Blu BCA Digital diharapkan dapat terus mengembangkan strategi pemasaran yang tidak hanya efektif secara jangka pendek, tetapi juga berkelanjutan untuk membangun loyalitas dan meningkatkan literasi finansial masyarakat Indonesia secara keseluruhan.