

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **V.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan sesuai dengan tujuan penulisan tugas akhir, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran digital yang diterapkan oleh Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Rama Ganda Bogor meliputi pemanfaatan media sosial (WhatsApp, Instagram, Facebook), website resmi, serta pengembangan layanan mobile banking (E-Coll).
2. Strategi pemasaran digital ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing BPR dengan cara memperluas jangkauan pasar, mendekatkan hubungan dengan nasabah, dan meningkatkan citra lembaga agar lebih modern dan adaptif.
3. Faktor pendukung utama dalam penerapan strategi digital adalah adanya kesadaran manajemen mengenai pentingnya digitalisasi serta respon positif dari nasabah terhadap layanan yang lebih mudah dan cepat.
4. Faktor penghambat yang dihadapi meliputi keterbatasan infrastruktur jaringan internet, keterbatasan sumber daya manusia dalam pengelolaan digital, dan terbatasnya anggaran untuk pengembangan dan promosi digital.
5. Dampak positif dari strategi digital yang sudah dijalankan adalah meningkatnya kesadaran masyarakat akan keberadaan BPR, adanya tren peningkatan pengajuan nasabah secara digital, serta perbaikan citra BPR di mata masyarakat meskipun peningkatan jumlah nasabah masih belum signifikan.

#### **V. 2 Saran**

Sebagai tindak lanjut dari kesimpulan yang telah diuraikan dan berdasarkan manfaat penulisan tugas akhir, maka saran-saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Bank Perkreditan Rakyat (BPR):
  - a. Perlu meningkatkan kualitas dan kreativitas konten digital agar dapat menarik minat generasi muda dan memperluas jangkauan pasar.

- b. Disarankan untuk melakukan pelatihan rutin bagi SDM agar lebih mahir dalam mengelola media digital serta menganalisis data pemasaran.
- c. Perlu mempertimbangkan peningkatan anggaran khusus untuk pengembangan teknologi dan promosi digital agar strategi dapat dijalankan lebih optimal.

2. Bagi Penulis:

Diharapkan dapat terus memperdalam pengetahuan mengenai strategi pemasaran digital dan penerapannya di dunia perbankan untuk mendukung pengembangan diri secara akademis dan profesional di masa depan.

3. Bagi Pembaca:

Hasil Karya Ilmiah ini dapat dijadikan referensi untuk memahami strategi pemasaran digital pada BPR, serta menjadi dasar bagi Karya Ilmiah selanjutnya yang berkaitan dengan transformasi digital dan peningkatan daya saing di sektor keuangan.