BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

Pada penelitian ini, penulis membuat kesimpulan yang terdiri dari beberapa poin utama terkait strategi promosi melalui media brosur dan poster, dapat disimpulkan:

Bank DKI telah melakukan analisis SWOT dalam strategi promosi program Hajatan Bank DKI. Dalam proses analisis SWOT terdapat beberapa hal yang disimpulkan mulai dari kekuatan (strength), kelemahan (Weakness), peluang (Opportunity), dan ancaman (Treath).

Dari sisi kekuatan (strength) program ini mempunyai kekuatan yaitu mendapatkan hadiah dengan cara diundi agar nasabah dengan antusias melakukan transaksi secara berkala selama program berlangsung, kelemahan (weakness) dari program ini yaitu hadiah yang ditawarkan kurang bernilai besar sehingga kurang tertariknya nasabah pada program ini, dan kurang pemahaman para nasabah mengenai program Hajatan, peluang (opportunity) dengan adanya program yang diluncurkan mengambil peluang besar untuk Bank DKI tersebut melakukan program yang menarik dan produk terbaru secara digital, ancaman (threat) adanya ancaman dari internal dengan kurang sadarnya nasabah akan produk Bank DKI, eksternal mendapatkan ancaman dari bank pesaing lain yang lebih canggih. Mereka

https://lib.mercubuana.ac.id/

mempunyai tawaran hadiah yang lebih menarik dan lebih besar dibanding program Hajatan Bank DKI.

Untuk penetapan segmentasi, targeting dan positioning program Hajatan sudah cukup efektif dan target market yang sudah sesuai berdasarkan geografis seperti daerah perkotaan, demografis dan usia, juga psikografis ingin melakukan transaksi dengan praktis.

Elemen-elemen bauran promosi Program Hajatan yang dilakukan yaitu periklanan. Untuk periklanan menggunakan radio, surat kabar, billboard, banner, poster dan brosur. Dan juga melakukan event- event tertentu di lima wilayah Jakarta.

Keberhasilan program Hajatan ini dilihat dari peningkatan aset yang telah diteliti sesuai data yang tercantum. Bauran promosi yang digunakan menggunakan periklanan dengan media cetak khususnya media brosur dan poster.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

5.2 SARAN

5.2.1 SARAN AKADEMIS

Memaksimalkan perencanaan strategi promosi dengan menetapkan analisa SWOT yang dilakukan untuk mengetahui dan melihat sejauh mana keberhasilan dari pemasaran tersebut. Selain analisa SWOT dan analisa STP juga harus dimaksimalkan untuk mendapatkan target nasabah yang diinginkan. Diharapkan di kemudian hari akan ada penelitian ini dari sisi efektifitas dengan metode kuantitatif, agar adanya

https://lib.mercubuana.ac.id/

hasil penelitian sebagai pembanding dan penelitian yang lebih dalam demi kemajuan ilmu pengetahuan.

5.2.2 SARAN PRAKTIS

Semakin berkembangnya dunia perbankan maka semakin ketat juga persaingan di industry perbankan. PT Bank DKI harus terus mengembankan promosi yang lebih modern selanjutnya karena semakin ketat persaingan di dunia perbankan untuk setiap tahunnya walau dalam lingkup nasional. Hal itu dilakukan agar terjadi kepuasan nasabah serta mempertahankan pelayanan yang diharapkan.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

https://lib.mercubuana.ac.id/