

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Dari pembahasan, dapat disimpulkan bahwa Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Simpeda Pada PT. BPD Lampung Cabang Metro mencapai pasar sasarannya dengan menerapkan strategi pemasaran yang berlandaskan pada analisis SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunities, Threats*) yaitu diantaranya :

##### 1. SO (*Strenght-Opportunities*)

Mengeluarkan produk tabungan baru khusus untuk karyawan PT. BPD Lampung Cabang Metro serta menambah kapasitas pelayanan nasabah untuk menjangkau pasar dengan cara memanfaatkan teknologi informasi melalui media sosial.

##### 2. ST (*Strenght-Threats*)

Mengenalkan kepada masyarakat terkait kemudahan menggunakan internet banking PT. BPD Lampung Cabang Metro dan membuat produk yang lebih menarik dibandingkan pesaing yaitu dengan cara menonjolkan benefit yang di dapatkan nasabah.

##### 3. WO (*Weakness-Opportunities*)

Memperluas sasaran pemasaran produk dengan menambah jaringan pemasarannya, menawarkan diskon untuk nasabah serta gencar dalam melakukan promosi dengan membuat iklan melalui media online maupun offline mengenai produk tabungan simpeda.

##### 4. WT (*Weakness-Threats*)

Menciptakan strategi pemasaran produk tabungan simpeda dan produk lainnya dengan kreatif serta menjaga *image* bank dengan baik yaitu dengan cara menjaga kepercayaan nasabah.

#### **B. Saran**

1. Diharapkan kedepannya PT. BPD Lampung Cabang Metro mampu mengadakan event-event khususnya event pada produk Tabungan Simpeda, sehingga jumlah nasabah Tabungan Simpeda di tahun berikutnya dapat berkembang pesat.
2. Melakukan perkembangan pemasaran pada produk Tabungan Simpeda dengan cara meningkatkan frekuensi promosi.