

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dari penelitian ini, maka peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa adanya Teori Marketing Mix di dalam Strategi Komunikasi Pemasaran PT Bank Negara Indonesia bekerjasama dengan SM Entertainment dalam meningkatkan Penjualan TapCash. Teori Marketing mix 7P yaitu Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence dan Process dalam menunjang Strategi Komunikasi Pemasaran Bank Negara Indonesia dalam Meningkatkan Penjualan TapCash.

Selain terdapat teori marketing mix, Bank Negara Indonesia juga memiliki unsur-unsur dari Komunikasi Pemasaran dalam Strategi Komunikasi Pemasaran dalam meningkatkan penjualan TapCash SM Entertainment. yaitu *Advertising, Sales Promotion, Public Relation, dan Direct Selling*. Selain unsur-unsur komunikasi pemasaran, Bank Negara Indonesia juga melakukan Strategi komunikasi yaitu Mengenal khalayak, menyusun pesan, menentukan metode dan pemilihan media yang akan digunakan.

Dalam Strategi Komunikasi Pemasaran Bank Negara Indonesia melakukan promosi TapCash SM Entertainment dengan cara melakukan kegiatan Promosi Online dan juga Offline, kegiatan promosi online dengan cara memanfaatkan media sosial Instagram untuk melakukan promosi mengenai TapCash SM Entertainment itu sendiri dan kegiatan promosi offline dengan membuat event lunching TapCash SM Entertainment turut mengundang Fanbase K-pop untuk membosting exposure dari acara dan TapCash SM Entertainment dan akhirnya berdampak pada Brand Awareness BNI TapCash SM Entertainment. Selain itu Bank Negara juga bekerjasama dengan Alfagroup sebagai Mitra penjualan *Official Offline Store* dari TapCash SM Entertainment dan juga Alfagroup turut membantu melakukan Promosi BNI TapCash SM Entertainment di media Sosial Alfagroup.

5.2 Saran

Saran yang diberikan oleh peneliti berdasarkan hasil dari penelitian yaitu saran untuk Strategi Komunikasi pemasaran PT Bank Negara Indonesia bekerjasama dengan SM Entertainment dalam meningkatkan penjualan TapCash dan saran bagi peneliti selanjutnya.

Saran Bagi PT Bank Negara Indonesia

Dalam Strategi Komunikasi Pemasaran PT Bank Negara Indonesia dalam melakukan promosi hanya memanfaatkan Media Sosial Instagram dalam melakukan Promosi TapCash SM Entertainment. Kedepanya harus ditingkatkan lagi saat melakukan Kegiatan Promosi, seperti menambah Iklan di Led jalan raya, atau memasukan iklan ke dalam televisi mengenai TapCash SM Entertainment agar lebih banyak masyarakat yang mengetahui mengenai produk BNI yaitu TapCash SM Entertainment. Selanjutnya untuk kegiatan promosi Offline nya bisa membuat Event yang lebih megah dan tidak hanya mengundang Fanbase tetapi juga mengundang khalayak umum agar meningkatkan brand Awareness

Saran untuk Peneliti selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya yang memiliki ketertarikan mengenai strategi komunikasi pemasaran dapat melanjutkan penelitian dari sudut pandang, teori, pendekatan dan studi kasus yang berbeda agar dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan keilmuan tentang strategi komunikasi pemasaran.