

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk cabang Kota Padang melakukan beberapa cara untuk memperkenalkan dan memasarkan produk atau layanan KPR BTN yang dimilikinya guna meningkatkan kualitas layanan Bank BTN pada masa pandemi COVID-19 ini. Salah satu cara yang dilakukan Bank BTN untuk meningkatkan kualitas layanannya adalah dengan menggunakan pemasaran digital. Penerapan pemasaran digital yang dilakukan oleh PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk cabang Kota Padang adalah menggunakan media digital seperti website BTN Properti, media sosial seperti dan *digital Banking*.

Penerapan pemasaran digital yang dilakukan oleh PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk cabang Kota Padang yang menggunakan media sosial adalah seperti instagram, facebook, tiktok, twitter, dan youtube. Sedangkan pada digital banking, Bank BTN menyediakan layanan digital seperti *internet banking* dan *mobile banking*. Kualitas layanan pada pemasaran digital PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk cabang Kota Padang dapat diukur dengan *E-service quality*. Pada *E-service quality* terdapat beberapa indikator pengukur, antara lain Efisiensi, Reliabilitas, Jaminan atau Kompensasi, Privasi, Daya Tanggap, Ketersediaan sistem atau *System Availability* dan Kontak.

Dari hasil penelitian yang dilakukan berdasarkan indikator pengukur kualitas layanan pemasaran digital *E-service quality*, kualitas layanan yang diberikan oleh PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk cabang Kota Padang sudah

memuaskan. Ini dapat membuktikan PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk cabang Kota Padang dapat mengembangkan pemasaran digital yang dimilikinya dimasa pandemi COVID-19 ini. Meskipun ada beberapa indikator pengukur kualitas layanan yang kurang maksimal, Bank BTN berinovasi untuk dapat memaksimalkan hal tersebut seperti pada layanan yang cepat dan akurat serta media penghubung lain seperti telepon dan media soial.

Penerapan kualitas layanan pemasaran digital yang dilakukan oleh PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk cabang Kota Padang tentunya memiliki kendala atau permasalahan yang dihadapinya seperti Masih banyak nasabah Bank BTN terkhusus pada nasabah Kredit Pemilikan Rumah KPR (KPR BTN) yang belum mengetahui bahwa informasi mengenai kebutuhan dan permasalahan nasabah dapat diakses melalui media digital yang disediakan BTN. Lalu permasalahan lain seperti kurang meratanya informasi mengenai penggunaan media digital pada semua kalangan umur termasuk pada lansia.

Dari permasalahan tersebut, PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk cabang Kota Padang memberikan berbagai solusi untuk mengatasi. Salah satu yang dilakukan oleh Bank BTN adalah melakukan sosialisasi terhadap pemanfaatan media digital yang disediakan oleh Bank BTN untuk merealisasikan KPR BTN dengan menggunakan selebaran atau brosur ke semua kalangan nasabah termasuk pada nasabah lansia. PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk cabang Kota Padang terus melakukan inovasi memaksimalkan produk dan layanan yang diberikan untuk meningkatkan kualitas layanan pemasaran digital pada masa pandemi COVID-19 seperti saat ini.

## 5.2 Saran

Berikut merupakan saran yang diberikan oleh penulis agar dapat bermanfaat bagi PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk cabang Kota Padang dan menjadi acuan untuk dapat meningkatkan kualitas layanan pemasaran digitalnya, antara lain :

1. Dalam meningkatkan kualitas layanan pemasaran digital berdasarkan *E-service quality*, PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk cabang Kota Padang harus sering melakukan sosialisasi mengenai manfaat dan penggunaan media digital sebagai penghubung antara pihak Bank BTN dan nasabah.
2. Menumbuhkan rasa percaya nasabah terhadap layanan digital yang disediakan oleh Bank BTN dengan memberikan layanan yang akurat dan cepat. Selain itu, dengan kepercayaan pada penggunaan media digital Bank BTN, akan banyak nasabah yang menggunakan layanan digital tersebut.
3. Melakukan inovasi dalam tampilan website BTN Properti agar dapat memudahkan pihak Bank BTN dalam memberikan informasi mengenai rumah KPR Subsidi atau Non-subsidi. Selain itu, dengan tampilan yang fungsional dan menarik nasabah atau calon nasabah KPR BTN akan informasi yang dibutuhkannya.
4. Melakukan pembaruan dalam kualitas layanan pemasaran digital Bank BTN melalui media sosial seperti instagram, facebook, twitter

dan Tiktok agar menarik dalam memperkenalkan produk atau layanan yang disediakan oleh Bank BTN tersebut.

5. Menepati janji untuk memberikan jaminan dan kompensasi yang dari pihak Bank BTN kepada nasabah seperti pemberian janji layanan yang akurat dan tepat waktu. Selain itu, memberikan jalan tengah atau solusi yang menguntungkan nasabah jika terjadi suatu kendala atau masalah terhadap layanan digital yang diberikan.

