

BAB V

PENUTUP

1. Kesimpulan

Bank Nagari sudah menggunakan bauran pemasaran jasa untuk meningkatkan kinerja produknya, terutama produk tabungan, dengan mempertimbangkan elemen-elemen bauran pemasaran seperti produk, harga, tempat, promosi, proses, orang, dan bukti fisik. Pasar yang dituju adalah masyarakat Tionghoa dan pribumi di sekitarnya. Adapun bauran pemasaran yang terdiri dari untuk implementasi. Bauran pemasaran dapat disimpulkan masing-masing komponennya sebagai berikut

1. Produk (*Product*)

Dimana produk dana memiliki keunggulan masing-masingnya yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan nasabah.

2. Harga(*Price*)

Harga merupakan imbalan yang diterima oleh nasabah, yang ditetapkan oleh direksi Bank Nagari berdasarkan perkembangan suku bunga yang berlaku di bank umum lainnya. Tingkat suku bunga Bank Nagari telah disesuaikan dengan kebijakan yang ditetapkan oleh Bank Indonesia.

3. Distribusi (*Distribution*)

Bank Nagari Cabang Pembantu Niaga merupakan perpanjangan tangan dari Bank Nagari Cabang Utama yang bertujuan untuk menggarap nasabah dan

melakukan pendekatan terhadap pelaku pengusaha kecil, menengah, besar dan juga pendekatan terhadap bagian-bagian instansi pemerintah daerah kota padang

4. Promosi (*Promotion*)

Promosi yang dilakukan bank nagari seperti brosur, spanduk, surat kabar, dan radio. Dalam menghimpun dana atau pemberian kredit, Bank Nagari lebih melakukan promosi dengan cara berinteraksi langsung kepada masyarakat dimana pendekatan lebih dilakukan kepada lebih dilakukan kepada pelaku ekonomi seperti pengusaha, kontraktor dan dinas-dinas pemerintah daerah terutama kota padang.

5. Orang (*People*)

Untuk meningkatkan kualitas layanan Bank Nagari perlu menyiapkan karyawan yang handal untuk memberikan layanan prima dalam hal ini Bank Nagari memberikan pelatihan baik internal maupun eksternal secara periodic

6. Proses (*Process*)

Bank Nagari Capem Niaga bertekad untuk melakukan pelayanan yang cepat, peduli dan aman dalam proses transaksi. Untuk mendukung kebijakan proses Bank Nagari Capem Niaga dilengkapi sarana komputer online untuk menyediakan pelayanan jasa yang cepat dan tepat dan promosi pelayanan jasa sesuai dengan SOP yang berlaku dari ketetapan direksi.

7. Sarana Fisik(*physical evidence*)

Sarana fisik merupakan hal yang sangat penting untuk mendukung penyediaan pelayanan jasa. Ada berbagai sarana yang diberikan oleh Bank

Nagari Capem Niaga seperti desain dan tata letak kantor yang modern dan nyaman, perlengkapan peralatan seperti mesin ATM dan fasilitas digital lainnya. Dan yang terakhir kebersihan dan kenyamanan.

2. Saran

Sehubungan dengan pembahasan diatas dan kesimpulan yang telah dikemukakan, maka penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

5.2.1 Bagi perusahaan

Dari hasil penelitian Bank Nagari Capem Niaga ternyata telah melakukan bauran pemasaran yang baik dan tepat, maka sebaiknya Bank Nagari Capem Niaga mempertahankan cara penerapan bauran pemasarannya dan juga kedepannya melakukan peningkatan kualitas produk dan pelayanannya kepada nasabah.

5.2.2 Bagi akademis

Bagi kemajuan studi Manajemen Pemasaran Universitas Andalas, disarankan untuk melakukan penelitian dan pembelajaran lebih lanjut mengenai implementasi bauran pemasaran jasa, dengan adanya penelitian ini penulis berharap adanya penunjang keilmuan yang baru untuk perkembangan di bidang Manajemen Pemasaran.

