

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Implementasi bauran pemasaran jasa (7P) yang dilakukan oleh PT. Bank Nagari Kantor Cabang Pembantu (KCP) RSUP Dr. M. Djamil telah berjalan secara efektif dan terintegrasi, berfokus pada spesialisasi layanan untuk nasabah, yang secara signifikan berkontribusi pada peningkatan loyalitas pelanggan. Pasar yang dituju adalah mayoritas staff, medis, pasien dan keluarga pasien yang berada dalam lingkup RSUP Dr. M. Djamil.

Adapun untuk implementasi bauran pemasaran yang diterapkan PT. Bank Nagari KCP RSUP. DR. M. Djamil dapat disimpulkan masing masing komponen adalah sebagai berikut :

1. Produk (Product)

Produk yang ditawarkan sangat beragam, sehingga nasabah dapat memilih produk yang dapat digunakan yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan nasabah

2. Harga (Price)

Harga (Price) menegaskan bahwa loyalitas pelanggan Bank Nagari KCP RSUP M. Djamil ditingkatkan melalui strategi nilai unggul dan insentif khusus payroll. Bank secara konsisten menawarkan harga yang lebih rendah yang disesuaikan dengan kemampuan nasabah dengan misi melayani dan menyejahterakan rakyat.

3. Tempat (Place)

Tempat (Place) menunjukkan bahwa Bank Nagari KCP RSUP M. Djamil meningkatkan loyalitas pelanggan dengan menjadi sangat dekat secara fisik. Strategi utamanya adalah menempatkan kantor tepat di lokasi rumah sakit sehingga pegawai tidak perlu buang waktu bepergian. Kedekatan ini menjamin kemudahan akses dan membuktikan bahwa bank adalah mitra yang selalu ada saat dibutuhkan, baik untuk urusan gaji maupun transaksi mendesak. Loyalitas tercipta karena lokasi Capem ini memberikan kenyamanan dan kepraktisan yang tidak dapat ditawarkan oleh bank lain.

4. Promosi

Promosi (Promotion) menunjukkan bahwa Bank Nagari KCP RSUP M. Djamil meningkatkan loyalitas pelanggan melalui fokus pada Pemasaran Relasional. Strategi promosi menghindari iklan massal, sebaliknya mengandalkan komunikasi personal dan Promosi langsung. Pendekatan ini secara efektif menghargai loyalitas institusional pegawai RSUP dan membangun ikatan kepercayaan yang kuat.

5. Orang (people)

Orang (People) menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan Bank Nagari KCP RSUP M. Djamil sangat bergantung pada kualitas dan kompetensi staf. Staf KCP berperan sebagai agen relasional yang berempati, membangun kepercayaan melalui layanan yang cepat, akurat, dan personal. Dengan memiliki pengetahuan produk yang mendalam, menunjukkan sikap profesional dan ramah, staff berhasil memberikan pengalaman layanan yang bebas masalah.

6. Proses (process)

Proses (Process) menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan Bank Nagari KCP RSUP M. Djamil ditingkatkan melalui jaminan kecepatan, efisiensi, dan keandalan prosedur layanan. Proses pelayanan dibuat sangat sederhana dan dipercepat dengan menyediakan proses yang mulus dan minim kesalahan didukung oleh kemudahan digital banking dan penanganan keluhan yang responsif bank berhasil menciptakan keyakinan bahwa layanan mereka selalu andal dan efisien, yang menjadi fondasi kuat bagi loyalitas nasabah.

7. Bukti Fisik (physical evidence)

Bukti Fisik (Physical Evidence) menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan Bank Nagari KCP RSUP M. Djamil ditingkatkan melalui penciptaan lingkungan yang meyakinkan dan fungsional. Bukti fisik ini—mulai dari tampilan KCP yang bersih dan profesional hingga penataan yang efisien dan ketersediaan ATM yang andal di lokasi strategis—berfungsi sebagai representasi nyata dari kualitas jasa. Adanya bukti fisik yang kredibel dan fungsional ini secara efektif menanamkan kepercayaan dan memberikan kenyamanan kepada pegawai RSUP, sehingga mereka merasa yakin bahwa layanan bank tersebut stabil dan terintegrasi dengan kebutuhan kritis lingkungan kerja mereka.

5.2 Saran

Bank Nagari harus mempertahankan keuntungan spesial yang sudah diberikan kepada pegawai RSUP. Ini berarti program bunga pinjaman yang sangat murah (rate khusus payroll) dan insentif tunai (cash reward) harus diperbanyak, terutama untuk pegawai yang menambah atau memindahkan pinjamannya. Di sisi lain, bank perlu membuat proses layanan menjadi sangat cepat dan digital. Bank harus menetapkan target waktu yang ketat untuk persetujuan pinjaman, sekaligus mendorong penggunaan Nagari Mobile Banking agar transaksi harian pegawai yang sibuk bisa dilakukan tanpa perlu datang ke kantor. Efisiensi ini menjadi kunci utama, sebab pegawai RSUP sangat menghargai waktu.

Bank Nagari perlu fokus pada kualitas staf dan lingkungan fisik. Staf (People) harus secara rutin dilatih agar bukan hanya pintar soal produk, tapi juga pandai berempati dan memberikan layanan yang hangat dan personal, terutama saat menghadapi pasien atau keluarga pasien. Untuk promosi, alih-alih pasang iklan umum, bank sebaiknya memperkuat kemitraan dengan RSUP melalui sponsor acara kesehatan, sehingga citra bank sebagai mitra yang peduli semakin kuat. Terakhir, lingkungan kantor (Bukti Fisik) harus dijaga agar selalu bersih, rapi, dan modern, didukung oleh ATM yang selalu berfungsi, untuk menjamin kenyamanan dan menumbuhkan rasa percaya pada kredibilitas bank.