

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

Dari hasil kajian dan analisis yang telah dilakukan, dapat dikatakan bahwa strategi pemasaran jasa memegang peranan penting dalam mendorong peningkatan jumlah nasabah kredit konsumtif di Bank Nagari Cabang Pembantu Universitas Andalas. Penggunaan bauran pemasaran 7P, yaitu Product, Price, Place, Promotion, People, Process, dan Physical Evidence, jika diterapkan secara tepat serta menyesuaikan dengan kondisi dan karakteristik pasar kampus, ternyata menjadi faktor utama yang menarik minat sivitas akademika untuk memanfaatkan produk kredit konsumtif ini. Strategi yang efektif mencakup penyesuaian produk sesuai kebutuhan sivitas akademika, penetapan bunga yang kompetitif, lokasi akses yang mudah di area kampus, promosi lewat media sosial dan event kampus, peningkatan kompetensi sumber daya manusia dalam pelayanan, serta penyederhanaan proses pengajuan dan perbaikan fasilitas kantor. Kombinasi dari berbagai upaya tersebut menciptakan nilai tambah yang — harus saya akui — sangat berpengaruh dalam mempengaruhi keputusan calon nasabah memilih Bank Nagari sebagai penyedia kreditnya.

Strategi pemasaran yang berhasil untuk menarik nasabah kredit konsumtif mencakup penyesuaian produk sesuai kebutuhan sivitas akademika, penetapan bunga yang kompetitif, kemudahan akses lokasi di kampus, promosi melalui media sosial dan acara kampus, peningkatan kompetensi SDM dalam pelayanan, penyederhanaan proses pengajuan kredit, serta perbaikan tampilan fisik kantor. Penggabungan strategi-strategi ini menghasilkan nilai lebih yang mempengaruhi pilihan calon nasabah untuk menjadikan Bank Nagari sebagai penyedia pinjaman konsumtif.

5.2 SARAN

Bank Nagari Cabang Pembantu Universitas Andalas hendaknya lebih mengoptimalkan strategi promosi dengan cara menggandeng organisasi kemahasiswaan, serta mengaktifkan literasi keuangan dalam kalangan sivitas akademika. Tidak kalah penting, pengembangan produk kredit khusus yang spesifik sesuai kebutuhan dosen, karyawan, maupun mahasiswa juga patut dipertimbangkan. Pelatihan rutin bagi petugas layanan menjadi hal yang perlu terus dilakukan agar mutu pelayanan tetap terjaga dan hubungan baik dengan calon nasabah di lingkungan kampus semakin kokoh.

Untuk penelitian berikutnya, akan sangat bermanfaat apabila menggunakan pendekatan kuantitatif berupa survei langsung kepada nasabah dan calon nasabah, guna mendapatkan data primer terkait faktor-faktor yang memengaruhi keputusan dalam pengambilan kredit konsumtif. Di samping itu, penelitian dapat diperluas dengan membandingkan strategi pemasaran Bank Nagari dengan bank lain yang juga aktif beroperasi di lingkungan kampus, supaya dapat mengidentifikasi praktik terbaik yang mungkin bisa diadopsi untuk meningkatkan daya saing.

Bank Nagari Cabang Pembantu Universitas Andalas disarankan untuk memaksimalkan strategi pemasaran dengan bekerja sama dengan organisasi mahasiswa, meningkatkan pemahaman keuangan di antara sivitas akademika, serta menciptakan produk kredit yang diperuntukkan khusus bagi dosen, karyawan, dan mahasiswa. Pelatihan rutin untuk petugas layanan juga diperlukan guna meningkatkan kualitas layanan dan menjalin hubungan baik dengan calon nasabah di area kampus.

Penelitian yang akan datang disarankan untuk menerapkan metode kuantitatif dengan melaksanakan survei kepada nasabah serta calon nasabah untuk mendapatkan data primer

mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan dalam pengambilan kredit konsumtif. Studi ini juga bisa dikembangkan dengan menganalisis strategi pemasaran Bank Nagari serta bank lain yang beroperasi di sekitar kampus, guna menemukan praktik terbaik yang dapat diterapkan untuk meningkatkan daya saing.

5.3 PENUTUP

Pelaksanaan strategi pemasaran jasa yang menyeluruh dan berkelanjutan jelas akan memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan jumlah nasabah kredit konsumtif di Bank Nagari cabang ini. Selama rekomendasi-rekomendasi yang ada diperhatikan dan adaptasi terhadap perkembangan kebutuhan pasar serta teknologi terus dilakukan, bukan tidak mungkin Bank Nagari semakin memperluas pangsa pasar dan semakin memperkuat posisi sebagai lembaga keuangan pilihan bagi sivitas akademika Universitas Andalas. Sungguh menarik untuk melihat bagaimana dinamika ini akan berkembang ke depannya.

