

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan kalkulasi data dan tinjauan pembahasan mengenai formulasi strategi pemasaran produk simpanan guna mengakselerasi ekspansi nasabah pada Bank Nagari Capem RSUP DR. M. Djamil Padang.

1. Strategi pemasaran produk tabungan yang diterapkan oleh Bank Nagari Cabang Pembantu RSUP DR. M. Djamil Padang meliputi direct selling, promosi digital, serta kerja sama dengan instansi pemerintah maupun swasta. Strategi ini menunjukkan bahwa bank telah mengkombinasikan pendekatan pemasaran konvensional dan modern dalam menjangkau calon nasabah
2. Penerapan bauran pemasaran (Marketing Mix 4P) telah berjalan dengan baik, yang meliputi:
 - Produk (Product): Produk tabungan yang ditawarkan telah sesuai dengan kebutuhan masyarakat, baik dari segi manfaat maupun kemudahan penggunaan.
 - Harga (Price): Biaya administrasi yang relatif terjangkau serta adanya program promosi menjadi daya tarik bagi nasabah.
 - Tempat (Place): Lokasi yang strategis serta dukungan layanan digital mempermudah akses masyarakat terhadap layanan perbankan.
 - Promosi (Promotion): Promosi dilakukan secara kombinasi melalui media digital dan sosialisasi langsung, sehingga mampu menjangkau masyarakat secara luas.

- . 3. Dalam pelaksanaan strategi pemasaran produk tabungan, terdapat beberapa kendala yang dihadapi, antara lain masih rendahnya tingkat literasi keuangan

masyarakat, tingginya persaingan antar lembaga perbankan, serta kurangnya pemahaman masyarakat terhadap manfaat dan fitur produk tabungan. Selain itu kegiatan sosialisasi yang belum merata ke seluruh lapisan masyarakat, khususnya di lingkungan sekolah dan instansi, itu juga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kurang optimalnya peningkatan jumlah nasabah.

4. Upaya yang dilakukan dalam mengatasi kendala dalam pemasaran produk tabungan antara lain melalui peningkatan edukasi dan literasi keuangan kepada masyarakat, memperbaiki kualitas pelayanan, serta optimalisasi pemanfaatan teknologi digital dalam kegiatan promosi. Selain itu, bank juga meningkatkan kegiatan sosialisasi secara langsung ke sekolah-sekolah dan berbagai instansi guna memperluas pemahaman masyarakat tentang produk tabungan serta mendorong minat menabung sejak dini.
5. Strategi pemasaran yang diterapkan oleh Bank Nagari RSUP DR. M. Djamil Padang memberikan dampak positif terhadap peningkatan jumlah nasabah. Hal ini terlihat dari meningkatnya minat masyarakat untuk menabung, didukung oleh efektivitas kegiatan promosi, kemudahan akses layanan, serta adanya kerja sama dengan berbagai instansi dan kegiatan sosialisasi yang mampu menarik calon nasabah baru.

5.2 Saran

Mempertimbangkan seluruh hasil pembahasan mengenai formulasi strategi pemasaran produk simpanan guna mengakselerasi ekspansi basis nasabah di Bank Nagari Capem RSUP DR. M. Djamil Padang, penulis merumuskan sejumlah rekomendasi strategis sebagai berikut:

1. Bagi pihak Bank Nagari

Penulis menyarankan agar Bank Nagari cabang pembantu RSUP DR. M. Djamil padang dapat terus meningkatkan efektifitas strategi pemasaran produk tabungan melalui optimalisasi pemanfaatan media digital dan teknologi perbankan. Selain itu, kegiatan promosi dan edukasi keuangan kepada masyarakat perlu dilakukan secara berkesinambungan agar pemahaman masyarakat mengenai manfaat produk tabungan semakin meningkat. Bank juga disarankan untuk memperluas kerja sama dengan berbagai instansi, lembaga pendidikan, serta pelaku usaha guna memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan jumlah nasabah. Disamping itu, peningkatan kualitas pelayanan dan pengembangan produk yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat perlu terus dilakukan agar mampu bersaing dengan lembaga perbankan lainnya.

2. Bagi masyarakat

Penulis menyarankan masyarakat dapat lebih meningkatkan kesadaran dalam mengelola keuangan melalui kebiasaan menabung serta memanfaatkan produk dan layanan perbankan yang tersedia. Dengan memahami manfaat tabungan dan layanan perbankan digital, masyarakat dapat merencanakan keuangan secara lebih baik, menjaga keamanan dana, serta mempersiapkan kebutuhan finansial di masa yang akan datang.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Penulis menyarankan agar peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian mengenai strategi pemasaran perbankan dengan cakupan yang lebih luas, baik dari segi objek penelitian maupun variable yang digunakan. Selain itu, penelitian dapat difokuskan pada pengaruh pemasaran digital, kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, atau loyalitas nasabah terhadap peningkatan

jumlah nasabah sehingga diperoleh hasil yang lebih komprehensif dan mendalam.

