

## BAB V PENUTUP

### A. Kesimpulan

1. Strategi komunikasi yang dilakukan *Customer service* Bank Jateng Kantor Cabang Purwokerto yang digunakan dalam meningkatkan kepercayaan dalam menggunakan Bima Mobile kepada nasabah ASN lebih berfokus untuk menggunakan komunikasi persuasif serta promosi-promosi yang bervariasi untuk menarik nasabah. Dalam proses implementasi yang dilakukan untuk mengajak nasabah ASN menggunakan Bima Mobile menggunakan 3 faktor yaitu daya tarik, kepercayaan, serta keahlian. Ketiga faktor tersebut kemudian dikerucutkan menjadi strategi Meningkatkan Pengetahuan Mengutamakan Pemahaman kepada nasabah ASN untuk menggunakan Bima Mobile.
2. Hambatan pada implementasi komunikasi yang dilakukan oleh *Customer service* Bank Jateng Kantor Cabang Purwokerto kepada nasabah ASN yaitu meliputi kurangnya kepercayaan nasabah ASN untuk kebaruan teknologi yang berhubungan dengan uang mereka, keterbatasan akses untuk nasabah ASN dengan usia yang sudah cukup tua, serta keterbatasan akses seperti kurangnya support pada smartphone nasabah ASN serta minimnya literasi digital pada lansia.
3. Bank Jateng Kantor Cabang Purwokerto termasuk yang berhasil meraih peringkat pertama pada tahun 2023, kemudian mendapatkan peringkat kedua pada tahun 2022, kemudian pada tahun 2024 Bank Jateng Kantor Cabang Purwokerto kembali mendapatkan posisi 3 besar, pada posisi ketiga dengan kategori kantor cabang dengan jumlah aktivasi nasabah untuk Bima Mobile terbanyak. Jumlah nasabah ASN yang sudah mengaktivasi Bima Mobile juga selalumeningkat, hal tersebut menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan sudah berjalan dengan tepat dan mampu memberikan dampak yang baik untuk Bank Jateng Kantor Cabang

Purwokerto.

## B. Saran

Berdasarkan hasil pada pengkajian hasil penelitian yang dilakukan peneliti, maka peneliti bermaksud memberikan saran bagi tempat penelitian maupun bagi peneliti selanjutnya.

### 1. Saran praktis

Bagi tempat penelitian, disarankan untuk lebih fokus memberikan informasi kepada *Customer service* tentang bagaimana mengimplementasikan komunikasi yang efektif pada saat menawarkan dan menjelaskan produk-produk digital perbankan kepada nasabah terutama nasabah ASN.

Bagi *Customer service* yang merupakan garda terdepan perusahaan perbankan, maka disarankan *Customer service* untuk bisa memotivasi dan mengedukasi nasabah tentang cara penggunaan produk-produk digital perbankan sampai nasabah ASN paham dan mengerti untuk menggunakan produk digital tersebut, dikarenakan Bank Jateng Kantor Cabang Purwokerto sudah menunjukkan keberhasilannya dalam meraih peringkat sehingga perlu untuk tetap menjaga serta meningkatkan strategi yang dimilikinya. Perlu juga untuk lebih meningkatkan faktor literasi digital menjadi faktor penting yang perlu dilakukan untuk lansia dan pra lansia untuk mengetahui produk Bank Jateng secara mendalam seperti melakukan sosialisasi kepada nasabah ASN dan nasabah Pensiunan mengenai produk digital yang ada.

### 2. Saran akademis

Penulis menyarankan adanya penelitian selanjutnya perlu untuk dilakukannya pengembangan lebih lanjut dengan memfokuskan aspek dari segi nasabah yang memutuskan untuk menggunakan fasilitas digital Mobile Banking yang dilakukan pada objek yang sama yaitu nasabah ASN Bank Jateng. Aspek tersebut penting untuk ditelaah lebih dalam untuk menelaah adanya kendala dalam komunikasi yang dilakukan *Customer service* kepada nasabah ASN.