

BAB V

PENUTUP

V.I Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai “Analisis Peran *Relationship Manager* dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Bancassurance Bank Muamalat Indonesia Tbk. Kantor Cabang Cinere”, maka dapat disimpulkan bahwa keberadaan dan kinerja *Relationship Manager* memiliki peran yang sangat penting dalam membangun dan mempertahankan loyalitas nasabah, khususnya dalam hal penawaran dan pelayanan produk Bancassurance. Penilaian ini dilihat dari lima indikator utama dalam dimensi kualitas pelayanan, yaitu Kepekaan (*Responssive*), Keandalan (*Reliability*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Emphaty*), dan Bukti Fisik (*Tangibles*), serta indikator loyalitas nasabah, meliputi Pembelian ulang (*Repeat Purchase*), Ketahanan Terhadap Pengaruh Negatif (*Retention*), Memberi Rekomendasi (*Referrals*).

1. Strategi pemasaran produk bancassurance di Bank Muamalat Indonesia Tbk. Kantor Cabang Cinere dijalankan melalui berbagai pendekatan personal dan digital, Seluruh strategi tersebut mencerminkan penerapan unsur – unsur bauran pemasaran jasa (7P), Strategi tersebut antara lain mencakup penjualan individu, penggunaan media sosial dan digital marketing, kegiatan open table di area publik, penyebaran brosur promosi, dan kerja sama dengan perusahaan asuransi syariah. Upaya pemasaran ini juga dilengkapi dengan pemberian hadiah atau promosi menarik perhatian nasabah. Penekanan pada pendekatan syariah dan nilai kemanfaatan juga menjadi faktor kunci dalam membangun kepercayaan nasabah terhadap produk yang ditawarkan.
2. Relationship Manager memiliki peran yang sangat penting dalam upaya membangun loyalitas nasabah terhadap produk bancassurance. Melalui pendekatan yang bersifat personal dan edukatif, *RM* membantu nasabah dalam memahami manfaat perlindungan asuransi syariah, menjelaskan prosedur, serta mendampingi proses administrasi. Komunikasi yang intensif

dan hubungan jangka panjang yang dibangun oleh *RM* berkontribusi dalam menciptakan rasa percaya dan kesetiaan nasabah terhadap produk yang ditawarkan. *RM* di Bank Muamalat Cabang cinere menjalankan fungsinya dengan tanggap dan profesional, seperti yang tercermin dalam respon cepat terhadap pertanyaan, penyelesaian keluhan, serta keakuratan proses administrasi. Hal ini meningkatkan kenyamanan dan rasa aman nasabah dalam menggunakan produk bancassurance, yang pada akhirnya berkontribusi terhadap loyalitas mereka. Hasil data menunjukkan bahwa nasabah merasa terlayani dengan baik dan memiliki kepercayaan tinggi terhadap petugas bancassurance.

3. Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah terhadap produk bancassurance yaitu kualitas layanan, serta pendekatan personal dari *RM*. Indikator kualitas layanan meliputi kecepatan, kehandalan, jaminan, empati, serta bukti fisik dalam menciptakan kepuasan dan loyalitas nasabah. Penelitian ini menegaskan bahwa strategi pemasaran yang efektif, peran *RM* yang profesional, serta kualitas layanan yang unggul memiliki kontribusi besar dalam membentuk loyalitas nasabah terhadap produk bancassurance. Kedua aspek ini saling berkaitan dan mendukung satu sama lain, menciptakan hubungan jangka panjang antara nasabah dan pihak bank. Oleh karena itu, peningkatan kualitas SDM, digitalisasi pemasaran, dan pendekatan kepada nasabah perlu terus dikembangkan sebagai strategi keberlanjutan.

V.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan. Berikut adalah beberapa saran yang dapat dipertimbangkan oleh Bank Muamalat guna meningkatkan layanan Bancassurance serta memperkuat loyalitas nasabah:

1. Bagi Bank Muamalat Kantor Cabang Cinere

Bank diharapkan bank dapat terus meningkatkan kualitas pelayanan *Relationship Manager*, khususnya dalam hal pendekatan personal, kemampuan komunikasi, serta pemahaman terhadap kebutuhan masing-

masing nasabah. Selain itu, pelatihan rutin mengenai produk Bancassurance dan teknik pelayanan yang baik perlu terus dikembangkan agar *Relationship Manager* mampu menciptakan hubungan jangka panjang yang lebih kuat dengan nasabah. Bank juga disarankan untuk menyusun strategi loyalitas nasabah seperti program *reward* atau *referral* sebagai bentuk penghargaan bagi nasabah yang loyal dan merekomendasikan produk Bancassurance kepada orang lain.

2. Bagi Nasabah Bancassurance Bank Muamalat

Nasabah disarankan untuk terus aktif dalam memberikan umpan balik kepada pihak bank terkait pelayanan yang terima, baik melalui survey, kritik, maupun saran. Hal ini penting agar pihak bank dapat mengetahui kebutuhan dan harapan nasabah secara lebih jelas, serta melakukan perbaikan yang berkelanjutan. Nasabah juga sebaiknya lebih terbuka dalam menjalin komunikasi dengan *Relationship Manager* agar proses konsultasi mengenai produk asuransi dapat berlangsung secara maksimal.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian berikutnya disarankan untuk menambah pengaruh digitalisasi layanan Bancassurance. Selain itu, pengumpulan data dari lebih dari satu kantor cabang atau bank lain dapat digunakan untuk melihat perbandingan strategi pelayanan *Relationship Manager* di berbagai institusi. Penelitian kualitatif juga bisa dipertimbangkan untuk menggali lebih dalam motivasi dan pengalaman pribadi nasabah dalam memilih serta beretahan menggunakan produk Bancassurance.