

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pembahasan penelitian di bab sebelumnya maka simpulan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Frontliner Bank Central Asia di Batam cenderung menggunakan berbagai bentuk komunikasi nonverbal, seperti kontak mata untuk menunjukkan perhatian, senyum untuk menciptakan atmosfer positif, bahasa tubuh terbuka untuk menciptakan lingkungan yang mengundang, dan gestur tangan yang sopan untuk memperkuat pesan verbal. Postur tubuh yang tegak dan percaya diri juga dianggap penting untuk menciptakan kesan profesionalitas. Meskipun aspek tone of voice bersifat verbal, penelitian menyoroti bahwa tone suara yang ramah, tenang, dan profesional memiliki dimensi nonverbal yang signifikan. Jarak fisik antara frontliner dan nasabah juga perlu dipertimbangkan, dengan penyesuaian yang sesuai dengan norma budaya dan preferensi pribadi.
2. Para frontliner BCA diberikan pelatihan khusus komunikasi nonverbal untuk membantu meningkatkan keterampilan mereka dalam berinteraksi dengan nasabah. Frontliner di Bank Central Asia Batam menyadari bahwa komunikasi nonverbal mereka dapat memengaruhi citra perusahaan, dan oleh karena itu, mereka cenderung mengapresiasi pentingnya memberikan kesan positif melalui ekspresi wajah, postur tubuh, dan gestur tangan.

3. Komunikasi yang positif dapat menciptakan pengalaman yang menyenangkan bagi nasabah, meningkatkan kepercayaan, dan memberikan kesan bahwa nasabah dihargai. Frontliner yang mahir dalam komunikasi nonverbal juga dapat memengaruhi keputusan pembelian nasabah dan membangun koneksi emosional yang kuat. Oleh karena itu, investasi dalam pengembangan keterampilan komunikasi nonverbal frontliner dapat memberikan manfaat bagi keberhasilan jangka panjang Bank Central Asia. Dampak dari peningkatan komunikasi nonverbal frontliner tidak hanya terbatas pada kepuasan nasabah, tetapi juga dapat menciptakan koneksi emosional, meningkatkan kepercayaan, dan berkontribusi pada loyalitas jangka panjang. Oleh karena itu, investasi dalam pengembangan keterampilan komunikasi nonverbal frontliner bukan hanya sebagai alat pemasaran, tetapi juga sebagai strategi untuk membangun fondasi yang kuat dalam hubungan dengan nasabah. Upaya yang berkelanjutan, kolaborasi dengan ahli komunikasi, dan penerapan praktik terbaik dapat membantu Bank Central Asia Batam untuk tetap relevan dalam lingkungan bisnis yang kompetitif dan terus memperkuat citra positif merek mereka.

## **5.2 Saran**

### **5.2.1 Saran Akademis**

Untuk penelitian sejenis dapat melakukan pengembangan terhadap jenis-jenis komunikasi lain yang dimanfaatkan frontliner BCA dalam membangun komunikasi yang efektif terhadap nasabah.

### **5.2.2 Saran Praktis**

1. Untuk manajemen perbankan secara umum dapat memanfaatkan hasil penelitian ini sebagai referensi dalam memberikan pelayanan yang dilakukan oleh para frontliner dengan memanfaatkan komunikasi nonverbal agar terbangun kepuasan dari nasabah serta komunikasi yang efektif pada nasabah.
2. Untuk para frontliner BCA juga dapat memahami betapa pentingnya penggunaan komunikasi nonverbal dalam memberikan kepuasan pelayanan terhadap nasabah serta membangun komunikasi yang efektif bagi nasabah.