

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah di dapat oleh penulis, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran yang diterapkan oleh BNI Syariah Cabang Banjarmasin, yaitu
  - a. Strategi produk, pembiayaan yang diberikan oleh BNI Syariah Cabang Banjarmasin sangat beragam, berbeda dengan pembiayaan lain dalam hal sistem operasionalnya serta memiliki beberapa keunggulan yang salah satu keunggulannya adalah berdasarkan akad *murābahah*.
  - b. Strategi harga, harga yang ditetapkan oleh BNI Syariah Cabang Banjarmasin harus sesuai dengan kemampuan nasabah. Penetapan harga ini dilakukan agar dapat bersaing dengan perbankan lainnya.
  - c. Strategi distribusi, lokasi BNI Syariah Cabang Banjarmasin sangat strategis karena berada persis di samping jalan raya utama kota Banjarmasin.
  - d. Strategi promosi, promosi yang dilakukan pihak BNI Syariah sudah baik, salah satu promosi yang dilakukan adalah pemberian hadiah langsung kepada nasabah. Supaya lebih maksimal bank juga harus memanfaatkan media sosial agar dapat menjangkau kalangan masyarakat luas.

- e. Strategi *people*, tenaga marketing yang ada di BNI Syariah sudah dibekali dengan ilmu *marketing* melalui seminar, workshop dan pelatihan yang diadakan oleh pimpinan pusat.
- f. Strategi proses, proses pembiayaan di BNI Syariah sudah cepat, calon nasabah hanya perlu melengkapi dokumen yang diinginkan oleh bank. Apabila semua sudah lengkap maka bank dengan cepat akan memproses pembiayaan tersebut.
- g. Strategi bukti fisik, bangunan yang didirikan oleh BNI Syariah harus sesuai dengan standar yang ditetapkan oleh kantor pusat, yaitu dengan warna dasar bangunan *orange* dan putih. Agar calon nasabah dapat mengenali bangunan BNI Syariah dengan perbankan lainnya.

Strategi pemasaran pembiayaan Oto iB Hasanah dilihat dari teori *marketing mix* yang menggunakan strategi 7P, yakni yaitu *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat atau saluran distribusi), *promotion* (promosi), *people* (SDM), *process* (proses) dan *physical evidence* (bukti fisik) dinilai telah sesuai dengan strategi pemasaran syariah. Namun tidak semua strategi dilaksanakan oleh BNI Syariah Cabang Banjarmasin. Karena pihak bank kurang dalam hal promosi seperti tidak ada pemasangan banner, spanduk dan baliho, kurang dalam penggunaan media sosial atau cetak.

- 2. Kendala yang dihadapi BNI Syariah Cabang Banjarmasin, yaitu:
  - a. Kurangnya pemahaman masyarakat tentang pembiayaan Oto iB Hasanah.

Masih banyak masyarakat yang belum tahu dengan pembiayaan Oto iB Hasanah dan keunggulannya serta anggapan masyarakat yang menganggap Bank Syariah sama saja dengan Bank konvensional.

- b. Terbatasnya jaringan BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin.

Di Kalimantan Selatan khususnya Banjarmasin hanya memiliki 1 kantor cabang dan cabang pembantu ada di Banjarbaru, Batu Licin dan Sungai Danau.

- c. Kurangnya promosi kepada masyarakat.

Dalam hal ini BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin masih kurang melakukan promosi tentang pembiayaan Oto iB Hasanah baik itu melalui media masa dan media sosial.

- d. Kurang sosialisasi kepada masyarakat

Pembiayaan Oto iB Hasanah masih belum terlalu di kenal di tengah masyarakat jadi masih harus banyak melakukan sosialisasi ke masyarakat sekaligus memperkenalkan pembiayaan Oto iB Hasanah.

- e. Kurangnya pemahaman SDM yang profesional dalam bidangnya.

Khusus untuk SDM di BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin pendidikan mereka sebagian yang bukan latar belakang dari perbankan syariah, jadi pemahaman tentang produk pembiayaan Oto iB Hasanah hanya sekedar tahu saja.

Setelah dilakukan analisis SWOT, maka dapat disimpulkan strategi pemasaran pembiayaan Oto iB Hasanah tidak semua strategi pemasaran dilaksanakan oleh BNI Syariah Cabang Banjarmasin. Namun dalam hal perkembangan pembiayaan Oto iB Hasanah masih kurang baik apabila

dibandingkan dengan pembiayaan *murābahah* lainnya. Hal ini disebabkan masih banyak kendala yang dihadapi oleh pihak bank dalam memasarkan pembiayaan tersebut.

## **B. Saran**

Adapun beberapa saran yang dapat penulis sampaikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi BNI Syariah Cabang Banjarmasin Dalam hal memperkenalkan pembiayaan Oto iB Hasanah sebaiknya BNI Syariah lebih giat lagi dalam memasarkan baik itu dengan sosialisasi maupun promosi, karena pembiayaan Oto iB Hasanah karena masih banyak kendala-kendala yang dihadapi.
2. Bagi Nasabah harus lebih selektif dalam memilih pembiayaan untuk menghindari salah pilih pembiayaan yang murah namun bunganya semakin meningkat, alangkah lebih baiknya menggunakan produk-produk perbankan syariah yang menggunakan prinsip Islam.
3. Untuk penelitian selanjutnya, sebaiknya melakukan penelitian yang berkenaan dengan manajemen pembiayaan Oto iB Hasanah di BNI Syariah Cabang Banjarmasin.