

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Simpulan**

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

1. Strategi pemasaran produk Pembiayaan KMG Purna BRISyariah iB yaitu:
  - a. Strategi produk, dilihat dari mekanisme pembiayaan KMG Purna BRISyariah iB.
  - b. Strategi harga, dilihat dari nilai pembiayaan KMG Purna BRISyariah iB
  - c. Strategi tempat/saluran distribusi, lokasi yang strategis dan tidak menggunakan agen atau distributor.
  - d. Strategi promosi, melalui surat penawaran, menyebarkan brosur, memasang x-barner, surat penawaran, serta *personal selling*.
  - e. Strategi orang, yaitu membina hubungan baik kepada calon nasabah dan perusahaan yang bekerja sama dengan PT. BRI Syariah KCP Banjarbaru
  - f. Strategi bukti fisik, dilihat dari bangunan, interior, dan ruangan PT. BRI Syariah KCP Banjarbaru.
  - g. Strategi proses, yaitu proses dari awal pemasaran produk Pembiayaan KMG Purna BRISyariah iB sampai akhir masa pembiayaan.

2. Hasil identifikasi terhadap faktor-faktor internal didapatkan kekuatan dari produk Pembiayaan KMG Purna BRISyariah iB, yaitu harga jual produk dan margin yang kompetitif, memiliki keunggulan produk dari segi usia nasabah, dilindungi oleh asuransi, bebas biaya administrasi, proses yang cepat dan persyaratan yang mudah, promosi melalui brosur, x-barner, internet, dan surat penawaran, serta jaringan kemitraan yang baik dengan bank konvensional. Sedangkan faktor-faktor internal yang menjadi kelemahan produk Pembiayaan KMG Purna BRISyariah iB adalah kurangnya tenaga marketing dan belum mempunyai distributor. Dari hasil identifikasi terhadap faktor-faktor eksternal dihasilkan peluang yang dimanfaatkan bank, yaitu letak bank yang strategis, jumlah penduduk usia dewasa yang besar, dan mayoritas masyarakat beragama islam. Sedangkan yang menjadi ancaman bagi bank adalah produk yang sejenis dari bank lain dan kurangnya pemahaman masyarakat tentang bank syariah.
3. Hasil pencocokan melalui analisis SWOT diperoleh tujuh alternatif strategi yang tepat diimplementasikan yaitu sebagai berikut (1) menambahkan promosi misalnya iklan di media massa, (2) membangun saluran komunikasi kepada masyarakat, (3) menambahkan jumlah tenaga marketing, (4) memperkenalkan keunggulan-keunggulan yang lain dari produk KMG Purna BRISyariah iB, (5) mendorong promosi dari mulut ke mulut kepada agen penjualan, (6) membangun pola pikir yang kuat di masyarakat tentang bank

syariah, dan (7) menciptakan ciri khas tersendiri agar membedakan KMG Purna BRISyariah iB dengan pembiayaan multiguna yang lain.

## **B. Saran**

Adapun beberapa saran yang dapat penulis sampaikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi BRI Syariah KCP Banjarbaru dalam hal memperkenalkan produk Pembiayaan KMG Purna BRISyariah iB sebaiknya lebih giat lagi dalam memasarkannya baik itu melalui promosi kepada distributor dan kepada masyarakat di kota Banjarbaru agar dapat meningkatkan jumlah nasabah.
2. Sebagai bahan masukan bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang berkenaan dengan strategi pemasaran pada produk pembiayaan multiguna dan bagi penelitian selanjutnya semoga bisa menjadi pertimbangan apabila menggunakan model yang sama dengan penelitian ini agar menambah jumlah informan maupun responden dari berbagai lembaga keuangan atau bank syariah lainnya.