

BAB V

PENUTUP

A. SIMPULAN

Dari hasil penelitian dapat diambil kesimpulan yang dapat menjawab tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Hasil identifikasi terhadap faktor-faktor internal yang menjadi kekuatan produk Fleksi iB Hasanah Umrah pada PT. BNI Syariah Cabang Banjarmasin yaitu
 - a. Jangka waktu proses pembiayaan pengajuan cepat,
 - b. Uji kelayakan yang dilakukan sudah bagus,
 - c. Tidak pernah ada pembiayaan bermasalah,
 - d. Tidak ada batasan berapa paket umrah yang boleh diajukan,
 - e. *ujrâh* atau *fee* pembiayaan lebih murah dibanding lks lain.

Sedangkan faktor-faktor internal yang menjadi kelemahan adalah

- a. Produk masih baru dan sosialisasi masih kurang,
- b. Jumlah nasabah pembiayaan umrah menurun,
- c. Tidak pernah ada pembiayaan bermasalah,
- d. Alternatif pemilihan *travel* terbatas,
- e. Tidak bekerjasama dengan *travel* lokal atau tokoh agama.

2. Hasil identifikasi terhadap faktor-faktor eksternal produk fleksi ib hasanah umrah pt. Bni syariah cabang banjarmasin dihasilkan peluang yang dapat memanfaatkan yaitu
 - a. Bekerjasama dengan *travel* yang lebih banyak atau *travel* lokal,
 - b. Masyarakat muslim di banjarmasin adalah mayoritas,
 - c. Menciptakan ciri khas tersendiri agar mendongkrak produk pembiayaan umrah,
 - d. Bersinergi dengan *travel* yang sudah bekerjasama untuk sosialisasi,
 - e. kouta haji yang setiap tahunnya dibatasi.Sedangkan ancaman bagi pt. Bni syariah cabang banjarmasin yaitu
 - a. Pola pikir masyarakat yang masih fanatik,
 - b. Sebagian tokoh agama dimasyarakat yang masih tidak membolehkan perihal pembiayaan umrah,
 - c. Uang muka di lks lain lebih murah, nasabah pembiayaan umrah di lks lain bebas memilih *travel* sendiri,
 - d. Banyaknya lks yang menyediakan produk serupa.
3. Alternatif strategi pemasaran dan prioritas strategi pemasaran untuk produk Fleksi iB Hasanah Umrah berturut-turut sebagai berikut :
 - a. Menciptakan ciri khas tersendiri untuk mendongkrak produk pembiayaan umrah.
 - b. Membangun jaringan kemitraan yang kuat dengan pihak *travel* untuk memperluas wilayah pemasaran.

- c. Membangun kerjasama dengan pihak *travel* lokal yang sudah bekerjasama dengan tokoh agama dimasyarakat.
- d. Membangun atau mengubah pola pikir masyarakat tentang pembiayaan umrah dengan memberikan pemahaman kepada masyarakat tentang produk pembiayaan umrah.
- e. Mengadakan kerjasama dengan berbagai instansi terkait untuk melakukan sosialisasi tentang produk pembiayaan umrah.
- f. Memberikan pelayanan prima kepada calon nasabah dan nasabah produk pembiayaan umrah.
- g. Membuat strategi pemasaran yang kreatif.
- h. Mempromosikan produk dengan membuat iklan dimedia massa untuk memperkenalkan keunggulan produk.

B. SARAN

Beberapa saran yang dapat disampaikan kepada PT. BNI Syariah Cabang Banjarmasin dalam rangka pengembangan strategi pemasarannya berdasarkan penelitian ini, yaitu:

1. Strategi dalam penentuan *ujrâh* atau *fee* yang telah ditetapkan perlu dipertahankan untuk melakukan penetrasi pasar. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk menarik minat masyarakat dalam menggunakan produk pembiayaan umrah yang ada pada PT. BNI Syariah Cabang Banjarmasin.
2. Strategi untuk bersinergi dengan *travel* yang sudah bekerjasama perlu ditingkatkan, mengingat produk pembiayaan yang ada PT. BNI Syariah

Cabang Banjarmasin masih tergolong baru dan masih perlu sosialisasi yang lebih gencar agar masyarakat mengetahui dan memahami tentang pembiayaan umrah.

3. Memperluas wilayah pemasaran dengan cara bekerjasama dengan pihak *travel* yang lebih banyak terutama kepada *travel* lokal yang didalamnya sudah bekerjasama dengan tokoh agama atau tokoh dimasyarakat, karena hal tersebut bisa menjadi daya tarik tersendiri untuk produk pembiayaan umrah yang ada pada PT. BNI Syariah Cabang Banjarmasin.
4. Dalam menentukan strategi pemasaran, PT. BNI Syariah Cabang Banjarmasin harus dapat memanfaatkan kekuatan dan peluang yang dimiliki dengan tetap memandang faktor kelemahan dan ancaman serta perlu menambah strategi untuk pengembangan produk dan pengembangan pasar serta menetapkan suatu strategi untuk bersaing dengan lembaga perbankan syariah lainnya.