

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan dan hasil penelitian yang telah di evaluasi pada proses analisis faktor internal dan analisis faktor eksternal pada Bank BTN Syariah KCPS Kalimas, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil evaluasi penelitian pemasaran produk KPR BTN Bersubsidi dari awal tahun 2018 sampai dengan akhir tahun 2021 mengalami penurunan dari jumlah nasabah pembiayaan produk KPR BTN Bersubsidi Bank BTN Syariah KCPS Kalimas atau *Number Of Accounting* (NOA) dan jumlah angka penyaluran pembiayaan produk KPR BTN Bersubsidi Bank BTN Syariah KCPS Kalimas atau *Volume Of Accounting* (VOA), hal ini merupakan tren produksi yang telah dihasilkan dari upaya pemasaran produk KPR BTN Bersubsidi yang telah dilakukan oleh Bank BTN KCPS Kalimas.

2. Produk KPR BTN Bersubsidi iB yang diterapkan oleh Bank BTN Syariah KCPS Kalimas dengan pendekatan analisis faktor lingkungan internal dan analisis faktor lingkungan eksternal perusahaan menghasilkan 10 faktor internal dan 8 faktor eksternal perusahaan yang mempengaruhi perkembangan pemasaran Produk KPR BTN Bersubsidi iB.
3. Untuk mengetahui strategi pemasaran produk KPR BTN Bersubsidi iB di Bank BTN Syariah KCPS Kalimas yaitu tahapan pencocokan (*The Matching Stage*) dengan menggunakan metode analisis Matriks IE (*Internal-External*). Hasil yang didapatkan pada analisis faktor internal mendapatkan bobot sejumlah 3,53. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Bank BTN Syariah KCPS Kalimas memiliki kekuatan internal perusahaan yang sedang dan bisa memperkecil kelemahan yang dimiliki dalam meningkatkan kinerja perusahaan. Sedangkan hasil analisis faktor eksternal mendapatkan bobot sejumlah 3,34. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Bank BTN Syariah KCPS Kalimas tergolong memiliki tingkat respon atau menanggapi lingkungan eksternal perusahaan di titik kuat. Artinya Bank BTN Syariah KCPS Kalimas mampu mengelola peluang yang terdapat pada perusahaan serta mampu memitigasi risiko atas ancaman yang datang dari pesaing di perusahaan.

4. Hasil dari pembobotan matriks faktor internal dan faktor eksternal selanjutnya dimasukkan ke dalam matriks IE (*Internal-External*) menunjukkan bahwa Bank BTN Syariah KCPS Kalimas strategi pemasaran yang tepat sasaran dalam mengembangkan perusahaan berada pada kuadran I sehingga dapat dijelaskan bahwa perusahaan berada pada posisi tumbuh dan membangun (*grow and build*). Alternatif strategi yang dapat direkomendasikan bagi Bank BTN Syariah KCPS adalah, *Market Penetration* (Strategi Penetrasi Pasar), *Market Development* (Strategi Pengembangan Pasar) dan *Product Development* (Strategi Pengembangan Produk).

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah ditarik dari pembahasan sebelumnya, maka dapat dikemukakan beberapa saran sebagai pelengkap terhadap hasil penelitian sebagai berikut :

1. Dengan adanya kekuatan sebagai Bank penyalur KPR subsidi terbesar di Indonesia, maka Bank BTN Syariah disarankan mampu mempertahankan nama baik Bank BTN Syariah sebagai Bank penyalur KPR subsidi terbesar serta mempertahankan nasabah yang telah melakukan pembiayaan produk KPR BTN Bersubsidi iB di Bank BTN Syariah KCPS Kalimas.
2. Melihat prospek pembiayaan produk KPR BTN Bersubsidi iB yang sangat bagus, pihak Bank sebaiknya mengajukan kepada Pemerintah agar nasabah yang mengajukan pembiayaan produk KPR BTN Bersubsidi iB mendapatkan target lokasi hunian yang sesuai dengan keinginan mereka.
3. Untuk penelitian selanjutnya, penulis menyarankan agar dapat mengembangkan strategi pemasaran dan menambah informasi lainnya yang mempengaruhi perkembangan bisnis perusahaan agar mendapatkan hasil yang lebih baik.