

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian kualitatif dengan teknik wawancara yang dilaksanakan di Bank Tabungan Negara Syariah Kantor Cabang Pembantu Karawang, maka penulis dapat menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Bank BTN Syariah KCP Karawang dalam memasarkan produk KPR Subsidi menerapkan bauran pemasaran 7P yang terdiri dari produk, harga, lokasi, promosi, orang, sarana fisik, dan proses. Untuk elemen produk Bank BTN Syariah KCP Karawang yang memiliki berbagai keunggulan, elemen harga pada produk KPR subsidi ini ditentukan oleh peraturan kementerian PUPR yaitu satu unit rumah sebesar Rp.150.000.000 dengan margin sebesar 5%, elemen lokasi yang gunakan Bank BTN Syariah sangat strategis karena berada dilingkungan pusat perekonomian masyarakat. Elemen promosi yang digunakan yaitu melakukan *canvassing* atau kerja sama dan marketing, elemen orang yang digunakan Bank BTN Syariah ialah memanfaatkan semua pegawai semuanya memiliki sumber daya yang berkualitas, elemen sarana fisik berupa bangunan kantor bank dengan memiliki ciri khasnya seperti logo dan warna menjadi ciri bank tersebut dan yang terakhir elemen proses dalam pembiayaan KPR subsidi yang dilalui nasabah yaitu mendownload aplikasi sikasep lalu membuat akun tersebut.

2. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti pada Bank BTN Syariah KCP Karawang dari analisis strategi pemasaran produk KPR subsidi dengan menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix*) 7P. Pelaksanaan 7P marketing mix di Bank BTN Syariah fokus kepada dua hal yaitu; strategi promosi dan strategi lokasi.

Strategi promosi yang dilakukan dengan mensosialisasikan produk KPR Bersubsidi kepada developer perumahan agar mengenal produk ini tidak hanya tersedia di bank BTN Konvensional saja, melakukan canvassing atau mengajak kerja sama dengan developer perumahan subsidi. Jadi semakin banyak melakukan kerja dengan developer maka semakin banyak berkas nasabah yang akan masuk pada Bank BTN Syariah.

Strategi lokasi Bank BTN Syariah KCP Karawang berusaha mencari developer agar bisa diajak untuk kerjasama dan Bank BTN Syariah menyeleksi developer yang berkualitas untuk bekerjasama. Developer perumahan subsidi yang biasa bekerjasama antara lain; lokasi terhindar dari tempat yang berbahaya, seperti rawan longsor, dekat dengan sutet, dekat dengan sungai dan sudah memenuhi SOP yang ada.

5.2 Saran

Dalam hasil skripsi ini penulis juga ingin memberikan saran-saran kepada berbagai pihak dan Insyaallah menjadi sumbangan saran yang bermanfaat untuk yang lebih baik. Saran-saran tersebut diantaranya adalah:

1. Bagi PT. Bank BTN Syariah Kantor Cabang Pembantu Karawang

Harapan peneliti untuk Bank BTN Syariah Kantor Cabang Pembantu Karawang harus lebih efektif dan inovatif dalam pemasaran dengan mempromosikan dan mensosialisasikan kepada masyarakat khususnya untuk wilayah Karawang tentang produk KPR bersubsidi Bank BTN Syariah. Promosi ini dilakukan melalui media online serta bagian *marketing* bisa turun langsung ke masyarakat untuk mesosialisasikan produk KPR subsidi.

2. Bagi Masyarakat

Harapan bagi masyarakat, supaya bisa memanfaatkan kemudahan yang ditawarkan oleh bank dalam membantu memenuhi kebutuhan masyarakat terhadap rumah. Namun masyarakat juga diharapkan harus pintar dan bijak dalam menentukan pilihan mereka terhadap bank dan developer yang akan dilakukan pengajuan, agar mereka bisa mendapatkan rumah yang nyaman dengan harga dan kualitas yang sesuai.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan bagi peneliti selanjutnya dapat menjadikan skripsi ini sebagai salah satu referensi penulisan skripsi yang topiknya berkaitan, namun penelitian ini masih memiliki banyak kekurangan. Dengan keterbatasan penelitian ini maka hasil penelitian ini perlu pengkajian yang lebih mendalam bagi peneliti selanjutnya, dengan mengkaji lebih dalam lagi tentang indikator-indikator dari *marketing mix* baik 7p, 4p ataupun seterusnya di luar keterbatasan peneliti.