

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan dan di bahas oleh peneliti mengenai Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Kepemilikan Emas di BSI KC Bekasi Summarecon, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dari produk pembiayaan kepemilikan emas di BSI KC Bekasi. Adapun kekuatan yang dimiliki oleh produk pembiayaan kepemilikan emas adalah emas layak disimpan dalam jangka panjang, persyaratan yang mudah serta cicilan tetap dan ringan, emas mudah dijual, produk kepemilikan emas terjangkau banyak kalangan, investasi emas memiliki resiko rendah, produk kepemilikan emas pilihan investasi yang aman. Sedangkan kelemahan dari produk tersebut adalah sangat bergantung pada harga emas di pasaran, uang muka tinggi, tidak bisa membiayai emas perhiasan, dan produk pembiayaan kepemilikan emas di BSI masih kurang dikenal oleh masyarakat.
2. Faktor eksternal (peluang dan ancaman) dari produk pembiayaan kepemilikan emas di BSI KC Bekasi. Adapun peluang dari produk kepemilikan emas adalah emas tidak pengaruhi oleh adanya inflasi, jual beli emas yang mudah, potensi keuntungan yang relatif besar akibat kenaikan harga emas, Persaingan yang masih rendah, emas investasi yang meyakinkan. Sedangkan ancamannya adalah

persaingan dengan sesama bank syariah, turunnya harga emas di pasaran, produk serupa dengan bank syariah lain.

3. Strategi pemasaran produk pembiayaan kepemilikan emas yang diterapkan di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Bekasi Summarecon menggunakan strategi pemasaran berjenis bauran pemasaran yang di dalamnya mencakup: *Product* (produk), *Price* (harga), *Place* (tempat), *Promotion* (promosi), *People* (orang), *Process* (proses), *Physical Evidence* (bukti fisik). Adapun strategi yang disarankan peneliti dari hasil penelitian adalah menerapkan strategi prioritas yaitu, strategi SO. Hasil dari matriks SWOT menyebutkan bahwa BSI KC Bekasi Summarecon berada pada posisi kuadran I (strategi *agresif*), yang artinya adalah perusahaan dalam kondisi yang prima dalam hal kekuatan yang dimiliki untuk menangkap peluang-peluang yang ada sehingga diharapkan mampu meningkatkan jumlah besaran dana penyaluran produk pembiayaan kepemilikan emas.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan sebelumnya, dapat dikemukakan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat khususnya bagi BSI KC Bekasi Summarecon adalah sebagai berikut:

1. Dalam menentukan strategi pemasaran, Bank Syariah Indonesia KC Bekasi Summarecon harus memanfaatkan kekuatan dan peluang yang dimiliki dengan tetap memandang faktor kelemahan dan ancaman. Jangan sampai kekuatan dan peluang

berubah menjadi ancaman besar bagi Bank Syariah Indonesia KC Bekasi Summarecon sendiri.

2. Jaringan merupakan salah satu hal yang sangat berpengaruh terhadap kemajuan bank, oleh karena itu Bank Syariah Indonesia KC Bekasi Summarecon harus selalu meningkatkan hubungan dengan pihak-pihak terkait yang bermanfaat bagi kemajuan dan perkembangan bank.
3. Agar dapat bersaing yang semakin kompetitif, hendaknya Bank Syariah Indonesia KC Bekasi Summarecon mampu memanfaatkan peluang-peluang yang ada dan selalu melakukan inovasi-inovasi produk supaya mempunyai nilai jual dan diminati oleh para calon nasabah.
4. Untuk menarik masyarakat agar menjadi nasabah, maka sosialisasi promosi harus lebih gencar dilakukan