

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dan hasil penelitian dapat disimpulkan beberapa hal yang merupakan jawaban dari rumusan masalah, sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran yang digunakan pada PT. BPRS Artha Madani KC Bekasi adalah implementasi dari strategi bauran pemasaran (*Marketing mix*) sebagai upaya untuk meningkatkan jumlah jamaah umrah dan keberlangsungan Perusahaan. Dimana pada implementasi bauran pemasaran (*marketing mix*) ini terdiri dari paduan antara empat komponen yaitu, strategi produk (*product*) di pembiayaan umrah ini memberikan berbagai macam pilihan paket umrah sesuai dengan kebutuhan dan keinginan calon jamaah umrah, strategi harga (*price*) yang ditetapkan berdasarkan paket umrah yang dipilih oleh calon jamaah umrah beserta pilihan pembayarannya, strategi tempat (*place*) dengan lokasi yang strategis karena terletak ditengah kota termasuk kota metropolitan yang banyak aktivitas, kantor yang berada dekat dengan lokasi bisnis, pusat perbelanjaan, dan mudah dijangkau transportasi umum, dan juga strategi promosi (*promotion*) yang turun langsung ke lapangan untuk menemui langsung pelanggan per individu, melalui pengajian, mendatangi instansi pemerintah, swasta, sekolah, pesantren. Dan juga penggunaan promosi

lainya seperti periklanan, pemasangan spanduk, percetakan brosur, konten konten di sosial media.

2. Strategi pemasaran produk pembiayaan paket ibadah umrah di PT. BPRS Artha Madani menerapkan strategi pemasaran sebagai berikut:

- a. Menetapkan paket yaitu, menawarkan paket ibadah umrah yang bervariasi, menjadikan tingkat kebutuhan dan gaya hidup jamaah sebagai bahan pertimbangan dan memiliki beberapa tahapan dalam pembentukan paket ibadah umrah.
- b. Menetapkan harga yaitu, menawarkan paket ibadah umrah dengan harga yang tidak mahal dan tidak murah dengan tujuan agar bisa bersaing dengan travel umrah lainnya.
- c. Melakukan beberapa kegiatan promosi dengan menggunakan media pendukung didalam kegiatan promosinya.

Faktor pendukung dan penghambat dari strategi pemasaran ini berkaitan erat dengan analisis SWOT yaitu:

- a. Kekuatan

BPRS Artha Madani telah menjaga kualitas dengan bekerjasama dengan travel terpercaya di Jabodetabek, di mana masing-masing travel memiliki agen untuk mencari jamaah umrah yang ingin menggunakan paket pembiayaan dari BPRS Artha Madani. Langkah untuk memperkuat posisi BPRS Artha Madani adalah dengan menjaga

komunikasi terus-menerus dengan pihak travel guna memperkuat jaringan pembiayaan paket ibadah umrah.

b. Kelemahan

saat ini bagi BPRS Artha Madani adalah tidak adanya jaminan bagi nasabah yang mengajukan pembiayaan paket ibadah umrah. Akibatnya, beberapa nasabah tidak membayar angsuran atau tiba-tiba menghilang setelah kembali dari umrah, meninggalkan kewajiban pembayaran yang belum diselesaikan

c. Peluang

BPRS Artha Madani menawarkan kemudahan untuk berangkat umrah dengan hanya membayar DP sebesar 30% dari harga paket. Ini merupakan peluang besar bagi masyarakat yang ingin ke tanah suci, karena mereka dapat berangkat terlebih dahulu dan melunasi pembayaran setelah umrah selesai.

d. Ancaman

Ancaman dari produk PPIU yaitu nasabah yang macet dalam melakukan angsuran padahal sudah diberangkatkan ke tanah suci bahkan tidak bertanggung jawab terhadap kewajiban. Selain itu banyak pesaing dari bank lain yang telah menyediakan paket ibadah umroh

## 5.2. Saran

Dari penelitian yang telah dibahas berkaitan dengan analisis strategi pemasaran pembiayaan paket ibadah umrah pada PT. BPRS Artha Madani Kc Bekasi, maka terdapat saran yang bisa memberikan manfaat dan masukan bagi PT. BPRS Artha Madani KC Bekasi, diantaranya yaitu:

3. Dalam kualitas pelayanan yang sudah tercipta dipertahankan bahkan ditingkatkan. Dengan tetap menjunjung tinggi rasa kekeluargaan dalam pengoprasiaannya. Agar calon jamaah umrah tetap memilih pembiayaan paket ibadah umrah di PT. BPRS Artha Madani.
4. Mengadakan atau menambah produk seperti paket umrah mahasiswa yang mana pastinya keinginan untuk melaksanakan kegiatan umrah, apalagi di Bekasi terdapat perguruan tinggi menjadikan peluang untuk pembiayaan paket ibadah umrah ini berkembang.
5. Perlunya merekrut tenaga kerja sebagai tambahan tim dari marketing yang kompeten pada bidangnya. Hal ini bertujuan untuk memaksimalkan kegiatan dari implementasi strategi pemasaran yang sudah dikembangkan.
6. Bagi para peneliti selanjutnya, penelitian ini belum dikatakan sempurna hasilnya, oleh karena itu peneliti menyarankan dalam penelitian ini agar dapat meneliti lebih dalam penelitian (dalam penulisan skripsi) atau menambah variabel-variabel IFE dan EFE agar menyempurnakan variabel dan melengkapi kakurangan skripsi ini.