

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan dan dibahas oleh peneliti mengenai strategi pemasaran produk pembiayaan Mikro di BSI KCP Jakarta Rawamangun, dapat disimpulkan hal-hal berikut:

1. Faktor Internal pada produk pembiayaan mikro di BSI KCP Jakarta Rawamangun memiliki sejumlah kekuatan dan kelemahan yang memengaruhi kinerjanya. Kekuatan utama meliputi proses pengajuan yang mudah dan cepat, plafon pembiayaan yang besar, fleksibilitas akad yang sesuai dengan kebutuhan nasabah, serta kepatuhan terhadap prinsip syariah yang dijamin oleh Fatwa Dewan Syariah Nasional. Namun, kelemahan yang ada, seperti proses administrasi yang ketat, persyaratan minimal dua tahun usaha berjalan, dan keterbatasan pengetahuan nasabah mengenai produk, dapat menghambat efektivitas layanan dan aksesibilitas bagi calon nasabah.
2. Faktor Eksternal pada produk pembiayaan mikro di BSI KCP Jakarta Rawamangun memiliki potensi faktor eksternal yang signifikan untuk pertumbuhan berkat peluang yang ada, seperti segmen pasar yang luas, meningkatnya permintaan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), dukungan pemerintah untuk sektor ini, serta daya tarik investasi yang dianggap meyakinkan. Namun, produk ini juga dihadapkan pada berbagai ancaman, termasuk persaingan ketat dengan bank syariah dan konvensional lainnya, preferensi nasabah terhadap

Kredit Usaha Rakyat (KUR) yang menawarkan margin lebih rendah, serta ketidakstabilan ekonomi makro yang dapat mengganggu kemampuan nasabah dalam mengelola pembiayaan.

3. Berdasarkan hasil penelitian, strategi yang direkomendasikan adalah penerapan strategi prioritas, khususnya strategi SO. Analisis matriks SWOT menunjukkan bahwa BSI KCP Jakarta Rawamangun berada dalam posisi kuadran I (strategi agresif), yang berarti bahwa bank berada dalam kondisi yang baik untuk memanfaatkan kekuatan yang dimiliki guna menangkap peluang yang ada. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan jumlah penyaluran dana dalam produk pembiayaan mikro.

5.2 Saran

Berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran untuk BSI KCP Jakarta Rawamangun disarankan untuk memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada sambil mengatasi kelemahan dan ancaman agar tidak berisiko. Penting juga untuk memperkuat jaringan dan hubungan dengan pihak terkait guna mendukung perkembangan bank. Inovasi produk yang berkelanjutan diperlukan untuk tetap kompetitif di pasar, dan sosialisasi serta promosi yang lebih agresif diharapkan dapat menarik lebih banyak masyarakat untuk menjadi nasabah. Kemudian saran untuk peneliti selanjutnya dianjurkan untuk menggunakan metode IFAS dan EFAS dalam analisis strategi pemasaran, serta melakukan survei nasabah untuk memahami kebutuhan dan harapan mereka.