

BAB V

PENUTUP

1.1. Kesimpulan

Pada saat ini tiap perusahaan maupun Bank dituntut untuk dapat membuat strategi pemasaran dalam memberikan atau meningkatkan pelayanan kepada para nasabah agar sasaran perusahaan dapat tercapai. Strategi pemasaran yang diterapkan harus ditinjau dan dikembangkan sesuai dengan perkembangan pasar dan lingkungan pasar tersebut. Pada hasil penelitian ini yang dilakukan dengan metode penelitian kombinasi yaitu penelitian kualitatif dan penelitian kuantitatif dengan teknik wawancara dan kuesioner yang dilakukan di Bank BJB Syariah KCP Cikarang, maka penulis dapat menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan faktor internal dan faktor eksternal yang dihadapi Bank BJB syariah KCP Cikarang dalam memasarkan Produk Pembiayaan Kesejahteraan Pegawai (PKP) yang terdiri dari Kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman. Berdasarkan hasil evaluasi dengan pendekatan analisis lingkungan internal dan analisis eksternal dari Bank BJB Syariah KCP Cikarang menghasilkan hasil identifikasinya berupa 6 faktor kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan, 4 faktor kelemahan yang teridentifikasi, 3 faktor peluang yang harus dapat direspon, dan 5 ancaman yang harus dapat direspon sebaik mungkin dengan berbagai

strategi yang tepat dalam hal pemasaran produk Pembiayaan Kesejahteraan Pegawai (PKP)

2. Bank BJB Syariah KCP Cikarang dalam memasarkan Produk Pembiayaan Kesejahteraan Pegawai (PKP) menerapkan bauran pemasaran 4P yang terdiri dari produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*) dan promosi (*promotion*). Untuk elemen produk Bank BJB Syariah KCP Cikarang dalam menawarkan produk Pembiayaan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Elemen harga pada produk Pembiayaan Kesejahteraan Pegawai (PKP) di Bank BJB Syariah KCP Cikarang sudah sesuai dengan syariah dengan menerapkan sistem bagi hasil, margin dan fee jasa atas jasa perbankan. Elemen tempat pada produk Pembiayaan Kesejahteraan Pegawai (PKP) di bank BJB Syariah KCP Cikarang sudah sangat strategis karna berada di lingkungan pusat perekonomian masyarakat. Elemen Promosi yang dilakukan Bank BJB Syariah KCP Cikarang dalam memasarkan produk Pembiayaan Kesejahteraan Pegawai (PKP) dengan cara mengumpulkan data base, lalu mengenalkan produk pembiayaan kepada calon nasabah yang sudah ada di data base.
3. Berdasarkan analisis SWOT yang diperoleh dari matriks SWOT yang dilakukan pada tahapan berikutnya setelah mengumpulkan berbagai faktor internal dan faktor eksternal, didapatkan strategi SO yang berfokus pada memperbanyak sosialisasi kepada masyarakat khususnya kepada instansi atau yayasan mengenai produk Pembiayaan Kesejahteraan Pegawai (PKP) di Bank BJB Syariah KCP Cikarang, mengenalkan produk – produk Pembiayaan Kesejahteraan Pegawai (PKP) yang sudah menerapkan prinsip syariah dan mengikuti event – event yang memberikan

pendekatan antara bank dengan nasabah. Strategi WO berfokus pada mempercepat proses pencairan dana PKP, memperbanyak kantor cabang serta kantor cabang pembantu, mempromosikan produk Pembiayaan Kesejahteraan Pegawai (PKP) dengan membuat iklan, brosur spanduk serta media yang lainya untuk menarik minat nasabah dalam mengajukan PKP. Strategi ST berfokus pada menciptakan *brand image* yang kuat dimata para masyarakat, melakukan inovasi yang menarik dan kreatif terhadap produk Pembiayaan PKP dan memperkuat manajemen sumber daya manusia yang ada. Strategi WT berfokus pada memperbanyak promosi Pembiayaan PKP baik melalui sosialisasi maupun publikasi dan membreikan pelayanan sebaik dan semaksimal mungkin untuk memberikan kepuasan bagi nasabah Pembiayaan PKP di Bank BJB Syariah KCP Cikarang.

1.2. Saran

penelitian ini tentu masih banyak terdapat kekurangan, baik kekurangan pada sumber data maupun adanya keterbatasan yang bersumber dari penulis. Berdasarkan kesimpulan penelitian ini, agar memperoleh hasil yang lebih mendalam maka penulis menyarankan beberapa hal sebagai berikut :

1. Bagi Perbankan Syariah

Pimpinan Bank BJB Syariah KCP Cikarang sebaiknya mencoba untuk menerapkan strategi secara menyeluruh dan semaksimal mungkin. Diharapkan hasil penerapan strategi pemasaran ini dapat membantu Bank BJB Syariah KCP Cikarang dalam memasarkan produk Pembiayaan Kesejahteraan Pegawai (PKP) di Bank BJB

Syariah KCP Cikarang, meningkatkan kualitas produk dan meningkatkan pelayanan tetapi tidak merugikan Bank.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menjadikan skripsi ini sebagai salah satu pedoman penulisan skripsi yang berkaitan untuk kedepannya, namun peneliti ini masih banyak kekurangan, keterbatasan – keterbatasan yang menyebabkan hasil penelitian ini perlu pengkajian yang lebih mendalam bagi peneliti selanjutnya, dengan mengkaji lebih dalam lagi mengenai indikator-indikator dari bauran pemasaran 4P, faktor internal dan faktor eksternal bank syariah ataupun seterusnya diluar keterbatasan peneliti.