

## BAB V PENUTUP

### A. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan mengenai strategi pemasaran pembiayaan produk BSI OTO di Bank Syariah Indonesia KCP Cirebon Plered 1, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran produk pembiayaan BSI OTO berdasarkan analisis SWOT, berada pada posisi kuadran I yang artinya BSI KCP Cirebon Plered 1 dalam melakukan pemasaran pembiayaan BSI OTO menggunakan strategi *agresif* untuk meningkatkan penjualan dan jumlah besaran dana penyaluran produk pembiayaan BSI OTO. Strategi yang dapat dilakukan antara lain meningkatkan mutu layanan, meningkatkan strategi *people* (SDM), melakukan sosialisasi ke lembaga-lembaga mengenai produk pembiayaan mudah, cepat, dan, angsuran ringan atau meningkatkan strategi promosi dengan memanfaatkan jaringan kerja, bekerjasama dengan berbagai lembaga yang cakupannya sangat luas untuk terus memperluas pangsa pasar, memanfaatkan promosi pada internet banking untuk terus menjalin hubungan baik dengan nasabah, keunggulan *pricing* yang murah, meningkatkan strategi promosi melalui *ekstensifikasi* yaitu membuka dan mencari peluang dan informasi baru untuk mencari nasabah baru.
2. Strategi pemasaran punya peranan penting dalam sebuah perusahaan karena berfungsi untuk menentukan nilai ekonomi perusahaan, baik itu harga barang maupun jasa. Strategi pemasaran BSI OTO pada Bank Syariah Indonesia KCP Cirebon Plered 1 bertujuan untuk mengenalkan dan meyakinkan masyarakat atau target pasar yang dituju. Dalam hal pemasaran Bank Syariah Indonesia KCP Cirebon Plered 1 memiliki strategi pemasaran produk BSI OTO dengan menggunakan strategi pemasaran STP dan marketing mix 7P meliputi: Segmentasi pasar, target pasar, posisi pasar, *product*, *price*, *place*, *promotion*, *proses*, *people*, dan *physical evidence*. yang berfokus pada nasabah PNS, BUMN, pegawai tetap dan profesional. Namun pada strategi *place* atau lokasi dan strategi bukti fisik itu

tidak ada strategi khusus yang dilakukan karena sama seperti pada bank-bank lain pada umumnya sehingga strategi ini tidak terlalu menonjol.

3. Prosedur pembiayaan kendaraan bermotor dengan akad murabahah pada BSI KCP Cirebon Plered 1 melalui beberapa tahap yaitu melalui prosedur permohonan pembiayaan, prosedur persetujuan pembiayaan, prosedur pengikat pembiayaan, dan prosedur pembiayaan angsuran automatic (*standing instruction*). Dalam mengimplementasikannya sudah sesuai dengan prosedur pembiayaan karena pihak BSI KCP Cirebon Plered 1 telah melakukan segala analisis, identifikasi baik dari aspek finansial, hukum dan lainnya, pejabat bank yang berhubungan dengan pembiayaan harus menempuh prosedur pembiayaan yang sehat.

## **B. SARAN**

Setelah melakukan penelitian ini, maka saran-saran yang diperoleh dari hasil penelitian adalah sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran pembiayaan BSI OTO yang di gunakan BSI KCP Cirebon Plered 1 sudah baik dalam melakukan pemasaran karena berada pada posisi kuadran I (strategi *agressif*), namun masih belum terlalu maksimal dan masih kurangnya SDM dalam mempromosikan produknya. dalam melakukan promosi juga masih kurang terlibat langsung dan promosi yang sering dilakukan hanya melalui media sosial saja. Menurut peneliti sebaiknya BSI KCP Cirebon Plered 1 dalam melakukan pemasaran lebih di tingkatkan lagi, seperti mengajak kerjasama lebih banyak lagi untuk mengadakan kegiatan pameran produk BSI OTO agar pemasaran lebih maksimal dalam menangkap keluhan nasabah dan juga bisa menarik minat nasabah lainnya untuk mengajukan pembiayaan produk BSI OTO. perlu meningkatkan pelayanan dan promosi atau sosialisasi yang ada serta diharapkan dapat mencari solusi yang inovatif agar tantangan dan juga hambatan dapat teratasi dengan baik. Pada intinya diharapkan secara berkelanjutan melakukan pembaharuan dalam pelayanan produk, memotivasi kinerja karyawan agar lebih meningkatkan service excellent (pelayanan prima) yang pada akhirnya mempengaruhi keputusan nasabah untuk memilih produk pembiayaan BSI OTO.

2. Bagi calon nasabah yang akan melakukan pembiayaan dengan akad murabahah diharapkan untuk mencari tau informasi mengenai prosedur yang akan dilakukan dalam mengajukan pembiayaan agar sesuai ketentuan yang berlaku dan sesuai dengan prinsip-prinsip akad murabahah.
3. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan terdapat peneliti baru yang mengkaji ulang dari hasil penelitian tentang strategi pemasaran produk pembiayaan BSI OTO pada Bank Syariah Indonesia KCP Cirebon Plered 1. Adapun hasil dari penelitian ini masih belum dikatakan sempurna karena masih banyak kekurangan didalamnya sebagai akibat dari keterbatasan referensi yang dirujuk, metode yang digunakan serta pengetahuan dan ketajaman analisis yang dimiliki.

