

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dari tentang “Analisis strategi promosi dan mekanisme penerapan akad pada produk pembiayaan cicil emas terhadap minat nasabah” dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Bank Syariah Indonesia KCP Kuningan A Yani 1 menerapkan strategi promosi dengan pendekatan STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*). Pertama, pasar disegmentasikan berdasarkan aspek geografis dan demografi. Selanjutnya, BSI KCP Kuningan A Yani 1 menargetkan kelompok masyarakat tertentu yang berpotensi menggunakan produk mereka. Setelah itu *positioning* dilakukan dengan membangun citra sebagai bank syariah yang memiliki kualitas unggul dalam produksi, penjualan dan produk. Strategi ini kemudian dilengkapi dengan penerapan bauran pemasaran (*marketing mix*) yang meliputi produk, harga, tempat dan promosi. Dari sisi produk, BSI KCP Kuningan A Yani 1 menawarkan produk sesuai dengan kebutuhan pasar dan memiliki keunggulan kompetitif. Dari segi harga, bank ini menawarkan harga yang kompetitif, bahkan lebih murah dibandingkan dengan pesaing. Lokasinya yang strategis di kawasan Kota Kuningan sehingga mempermudah akses masyarakat dan dekat dengan lembaga keuangan lainnya. Sementara itu, promosi dilakukan secara efektif melalui pemasangan spanduk, pemasaran langsung ke instansi dan berbagai strategi promosi lainnya.
2. Mekanisme penerapan akad pada produk pembiayaan cicil emas di Bank Syariah Indonesia KCP kuningan A Yani 1 menggunakan akad *murabahah* dan *rahn* sebagai pengikat jaminan. Dalam akad *murabahah*, bank berperan sebagai penjual yang menyediakan dana untuk pembelian emas atas permintaan nasabah. Nasabah kemudian

akan melunasi pembayaran emas tersebut secara angsuran dalam jangka waktu 1 hingga 5 tahun dengan *margin* keuntungan yang telah disepakati. BSI dalam ini berpedoman pada fatwa DSN-MUI No. 04/DSN-MUI/IV/2000 tentang *murabahah*. Sementara itu, pengikat agunan emas dilakukan melalui akad *rahn* (gadai), dimana bank menahan emas sebagai jaminan selama jangka waktu yang telah disepakati, sesuai dengan fatwa DSN-MUI No. 26/DSN-MUI/III/2002 tentang *rahn*.

3. Berdasarkan hasil analisis SWOT, Bank Syariah Indonesia KCP Kuningan A Yani 1 memiliki profil yang menarik dengan sejumlah kekuatan internal seperti fleksibilitas operasional dan dukungan eksternal yang kuat. Akan tetapi, bank ini juga menghadapi beberapa tantangan, termasuk kendala dalam proses pemasaran dan pengelolaan keuangan. Oleh karena itu, perlu dilakukan upaya strategis untuk mengatasi kelemahan yang ada dan memaksimalkan peluang yang terbuka. Peluang yang dapat dimanfaatkan mencakup kerja sama dengan instansi dan mayoritas penduduk muslim. Adapun ancaman yang dihadapi yaitu persaingan dari bank syariah lainnya. Berdasarkan analisis tersebut, BSI KCP Kuningan A Yani 1 perlu terus mengembangkan strategi promosi dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada, sekaligus meminimalkan kelemahan dan mengantisipasi ancaman. Secara umum, analisis ini memiliki kesamaan dengan kondisi bank syariah lainnya, yang menuntut pengelolaan pemasaran secara optimal agar dapat mencapai target yang diinginkan.

## **B. Saran**

Berdasarkan pada hasil kesimpulan penelitian diatas, berikut beberapa saran yang dapat diberikan :

1. Untuk Bank Syariah Indonesia KCP Kuningan A Yani 1 :
  - a. Bank Syariah Indonesia KCP Kuningan A Yani 1 disarankan untuk terus memanfaatkan pendekatan STP yang telah diterapkan dengan lebih optimal, khususnya dalam memperkuat strategi *positioning* untuk membedakan diri dari competitor. Selain itu, BSI dapat memperluas cakupan promosi digital guna menjangkau lebih banyak masyarakat, mengingat pentingnya kehadiran *platform online* saat ini. Promosi yang lebih terintegritas dan inovatif, seperti kolaborasi dengan komunitas lokal yang dapat meningkatkan daya tarik produk. Selain itu, evaluasi secara berkala terhadap efektivitas *marketing mix* terutama dalam hal penyesuaian produk dan harga agar tetap relevan dengan kebutuhan dan preferensi pasar yang terus berkembang. Hal ini dapat membantu BSI KCP Kuningan A Yani 1 memperkuat posisinya di pasar dan mencapai target yang diinginkan.
  - b. Untuk meningkatkan penerapan akad pada produk pembiayaan cicil emas di Bank Syariah Indonesia KCP Kuningan A Yani 1, agar bank memperkuat sosialisasi terkait akad *murabahah* dan *rahn* kepada nasabah. Hal ini penting untuk memastikan pemahaman yang mendalam mengenai hak dan kewajiban mereka sesuai dengan prinsip syariah dan evaluasi berkala terhadap mekanisme terhadap fatwa DSN-MUI juga perlu dilakukan untuk menjaga integritas produk.
  - c. Berdasarkan hasil analisis SWOT, disarankan agar Bank Syariah Indonesia KCP Kuningan A Yani 1 lebih fokus pada penguatan strategi promosi untuk memanfaatkan kekuatan yang dimiliki, seperti jaringan kerja yang luas dan dukungan dari pemerintah, ulama serta komunitas. Untuk kelemahan cara mengatasinya, bank sebaiknya mempercepat proses edukasi produk nasabah melalui pelatihan atau seminar, serta memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi dalam menjelaskan produk. Selain itu, BSI

dapat memperbaiki sistem pengelolaan pembayaran nasabah agar mengurangi potensi kemacetan pembayaran, misalnya dengan memberikan kemudahan dalam sistem pembayaran atau menyediakan konsultasi finansial. Dalam memanfaatkan peluang tersebut, BSI harus memperluas kerjasama dengan berbagai instansi dan memanfaatkan mayoritas penduduk muslim sebagai basis pasar yang potensial. Di sisi lain, untuk mengantisipasi ancaman dari bank syariah lain, BSI perlu meningkatkan kualitas layanan dan inovasi produk agar tetap kompetitif.

2. Untuk penelitian selanjutnya :
  - a. Produk Pembiayaan Gadai emas, karena penelitian ini hanya berfokus pada strategi promosi dan mekanisme penerapan akad *murabahah* yang diterapkan, maka diharapkan peneliti selanjutnya dapat meneliti faktor-faktor lainnya pada pembiayaan cicil emas Bank Syariah Indonesia KCP Kuningan A Yani 1.
  - b. Bank Syariah Indonesia KCP Kuningan A Yani 1 menyediakan berbagai jenis pembiayaan salah satunya adalah gadai emas, namun karena keterbatasan waktu yang dimiliki oleh peneliti maka diharapkan peneliti selanjutnya dapat mengkaji pembiayaan tersebut.
  - c. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat meneliti studi kasus yang sama dengan metode yang berbeda yaitu metode kuantitatif.