

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Dari hasil analisis SWOT dengan nilai faktor internal atau X (1,69) dan faktor eksternal Y (0,96) maka pembiayaan kepemilikan emas di Bank BJB Syariah Cabang Cirebon berada di kuadran I. Posisi ini menandakan pembiayaan kepemilikan emas di Bank BJB Syariah Cabang Cirebon dalam kondisi yang menguntungkan. Strategi yang dapat diterapkan dalam kondisi ini yaitu mendukung pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*). Strategi ini berarti memaksimalkan kekuatan dan memanfaatkan peluang yang dimiliki produk pembiayaan kepemilikan emas di Bank BJB Syariah Cabang Cirebon untuk terus maju dan memperoleh kesuksesan yang lebih besar.
2. Strategi pemasaran yang diterapkan pada pembiayaan kepemilikan emas di Bank BJB Syariah Cabang Cirebon menggunakan strategi pemasaran jasa *marketing mix 7P* yang mencakup: produk (*product*) barang fisik emas logam mulia Antam dan perhiasan, serta jasa pada pengelolaan pembiayaan; harga (*price*) ditetapkan sesuai dengan HSE (harga standar emas), keunggulan harga seperti tidak ada biaya administrasi, margin kompetitif, dan uang muka rendah; tempat (*place*) Bank BJB Syariah Cabang Cirebon strategis, promosi (*promotion*) menggunakan periklanan (*advertisement*) (brosur, spanduk, dan media sosial), promosi penjualan (*sales promotion*), publisitas (*open stand booth*, seminar), dan penjualan pribadi; orang (*people*) tidak terdapat tim marketing khusus, namun semua karyawan terlibat memasarkan produk dengan mengutamakan SOP dan keterampilan promosi; bukti

fisik (*physical evidence*) yang ada di Bank BJB Syariah Cabang Cirebon yang lengkap dan nyaman, dan proses (*process*) pada pembiayaan kepemilikan emas sangat mudah dan cepat.

B. Saran

Ada beberapa saran yang dapat diberikan oleh penulis, antara lain sebagai berikut:

1. Bagi Bank BJB Syariah Cabang Cirebon
 - a. Dapat menerapkan strategi pertumbuhan agresif (*Growth Oriented Strategy*) yaitu dengan memaksimalkan kekuatan dan memanfaatkan peluang yang dimiliki melalui pemasaran yang berfokus pada keunggulan produk pembiayaan kepemilikan emas untuk menarik lebih banyak masyarakat.
 - b. Dapat melakukan kegiatan promosi secara gencar dengan memanfaatkan media sosial yang sudah ada seperti membuat konten rutin, berinteraksi dengan masyarakat melalui media sosial, memasang spanduk atau banner di lokasi yang potensial menarik perhatian masyarakat.
 - c. Dapat menambah atau membuat tim khusus yang memasarkan produk pembiayaan kepemilikan emas agar dapat menjangkau masyarakat lebih banyak dengan sosialisasi rutin.
 - d. Dapat menambahkan menu transaksi pembiayaan kepemilikan emas pada *mobile banking* agar mudah diakses oleh nasabah.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya
 - a. Peneliti harus memahami tentang fokus kajian yang akan diteliti dengan mendalami studi literatur yang berkaitan dengan kajian yang akan diteliti.
 - b. Penelitian ini hanya berfokus pada strategi pemasaran *marketing mix 7P*. Sehingga, bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian dengan kajian yang sama tentang strategi pemasaran,

hendaknya dapat menggunakan alternatif strategi pemasaran selain bauran pemasaran/*marketing mix* 7P yang lebih kompleks.



UINSSC

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON