

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penyajian data dan pembahasan yang dikemukakan sebelumnya berkenaan dengan implementasi pembiayaan pemilikan rumah (PPR) iB Masalah dan Strategi pemasaran bagi nasabah Bank BJB Syariah KCP Majalengka, Maka dapat diambil kesimpulan:

1. Implementasi dalam pembiayaan pemilikan rumah (PPR) iB Masalah di bank BJB Syariah KCP Majalengka sudah sesuai dengan prosedur standar operasional (SOP) pembiayaan, dengan prosedur pengajuan pembiayaan melalui tiga tahapan:
 - a. Tahap pengajuan pembiayaan
 - b. Tahap keputusan pembiayaan diterima atau ditolak pembiayaan yang diajukan
 - c. Tahap pencairan pembiayaan bila diterima

Produk pembiayaan pemilikan rumah (PPR) iB Masalah juga menawarkan beberapa keunggulan seperti bebas biaya appraisal, bebas biaya provisi, bebas biaya admin, tidak ada denda, dan suku bunga rendah.

2. Strategi pemasaran bagi nasabah Bank BJB Syariah KCP Majalengka iadalah dengan melakukan strategi bauran pemasaran 7P yang terdiri dari produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*), people (*orang*), proses (*process*), dan bukti fisik (*physical evidence*).
 - a. Strategi produk (*product*) pada Bank BJB Syariah KCP Majalengka sesuai dengan nilai pemasaran syariah yakni Amanah yang memiliki arti dapat dipercaya dan transparan.

- b. Strategi harga (price) yang ditetapkan oleh Bank BJB Syariah KCP Majalengka memiliki kesesuaian dengan nilai pemasaran syariah yaitu amanah dan siddiq yang berarti bank dalam menetapkan harganya jujur dan dapat dipercaya dalam memberikan harga jualnya.
- c. Strategi tempat yang dilakukan oleh Bank BJB Syariah KCP Majalengka sudah sangat baik karena berada pada lokasi strategis yang dilintasi alat transportasi, ini menunjukkan kesesuaian dengan nilai pemasaran syariah fathonah dimana pihak bank memahami akan keadaan nasabah.
- d. Dalam perkara promosi, Bank BJB Syariah KCP Majalengka mengedepan nilai kejujuran pada setiap informasi yang disampaikan. Ini sudah sesuai dengan nilai pemasaran syariah yakni siddiq.
- e. dalam proses pelayanan kepada nasabah, Bank BJB Syariah KCP Majalengka selalu mengedepankan unsur humanitis yang memiliki arti hormat antar sesama.
- f. Pada bagian bukti fisik, Bank BJB Syariah KCP Majalengka mengedepan nilai pemasaran syariah fathonah dimana mengerti dan paham akan kebutuhan nasabah atau calon nasabah.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan di atas, maka diajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi pihak PT. Bank BJB Syariah KCP Majalengka
 - a. Diharapkan terus konsisten dalam melakukan kegiatan strategi promosi secara langsung pada masyarakat dengan mengikuti event - event masyarakat yang memiliki volume besar untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat terkait produk Bank BJB Syariah KCP Majalengka.

- b. Bank BJB Syariah KCP Majalengka harus memperbaiki tema dalam flayering atau brosur terkait produk produknya agar menarik minat untuk dilihat dan dibaca oleh masyarakat.

2. Bagi kalangan akademisi

- a. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan referensi sebagai bahan acuan penelitian yang akan datang selain dari buku dan jurnal yang sudah ada.
- b. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian mengenai strategi pemasaran dengan menggunakan metode penelitian atau teori lain, sehingga mendapatkan hasil yang lebih maksimal.