

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di bank BJB Syariah KCP Indramayu memperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Mekanisme produk penghimpunan di bank BJB Syariah KCP Indramayu menggunakan akad mudharabah dan wadiah sedangkan mekanisme penyaluran di bank BJB Syariah KCP Indramayu melalui 8 tahapan yaitu: tahapan permohonan, tahapan follow up, tahapan investigasi, tahapan persetujuan, tahapan pencairan, tahapan pengecekan, tahapan monitoring, tahapan pembayaran angsuran.
2. Bank BJB Syariah KCP Indramayu berada pada kuadran 1 atau agresif dilihat dari perhitungan hasil pembobotan IFAS pada produk penghimpunan yaitu 0,46. Sedangkan EFAS pada produk penghimpunan memperoleh hasil 0,08. Sedangkan IFAS pada produk penyaluran memperoleh 1 dan EFAS pada produk penyaluran memperoleh 0,95 dan hasil diagram kuadran analisis SWOT dimana posisi ini bank BJB Syariah KCP Indramayu berada pada posisi yang sangat menguntungkan, baik pada produk penghimpunan ataupun produk penyaluran. Strategi yang memiliki nilai jumlah paling besar yaitu strategi S-O dengan memperluas jangkauan pasar dengan mempromosikan keunggulan dari produk bank syariah, meningkatkan loyalitas nasabah dan memperkuat strategi pemasaran untuk memperoleh pangsa pasar baru.
3. Bank BJB Syariah KCP Indramayu dalam memasarkan produk-produknya yaitu dengan cara menerapkan strategi pendekatan emosional dan juga menerapkan metode 7P yang terdapat pada bauran pemasaran (*marketing mix*), yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*), orang (*people*), proses (*process*), dan bukti fisik (*physical evidence*). Bank BJB Syariah KCP Indramayu juga melakukan pemasaran produk dana pihak ketiga dengan cara membuat stand-stand diberbagai acara dengan menawarkan berbagai produknya, selain itu juga membuat

berbagai program-program yang menarik dengan berbagai benefitnya. Mempromosikan dan bekerjasama langsung dengan sekolah-sekolah, instansi pemerintah, antar lembaga keuangan syariah dan melakukan promise melalui media social.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitain yang dilakukan peneliti yang tertulis dalam skripsi ini, maka peneliti hendak menyampaikan beberapa saran yang sekiranya diperlukan dalam pengembangan strategi pemasaran di Bank BJB Syariah KCP Indramayu, yaitu sebagai berikut:

1. Produk penghimpunan di bank BJB Syariah KCP Indramayu agar lebih gencar dalam promosinya melalui berbagai program sesuai kebijakan bank. Dan untuk produk penyaluran agar lebih selektif dalam memilih calon nasabah yang mengajukan pembiayaan agar meminimalisis kredit macet.
2. Skripsi ini juga sudah dijelaskan mengenai analisis SWOT dari strategi pemasaran yang digunakan Bank BJB Syariah KCP Indramayu untuk dianalisis lagi kekuatan (*sthreang*) dan kelemahan (*weakness*) yang dimiliki Bank BJB Syariah KCP Indramayu agar bisa diidentifikasi dalam rencana (*planning*) kedepannya untuk memasarkan produk dana pihak ketiga serta tidak mengabaikan mengenai analisis peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threat*) yang ada agar bisa lebih meningkatkan profitabilitas dan mempertahankan ROA yang berda di golongan sangat sehat agar rencana memisahkan diri untuk menjadi Kantor Cabang segera terealisasikan.
3. Strategi Bauran pemasaran di bank BJB Syariah KCP Indramayu yang memiliki *weakness* atau kelemahan yaitu produk, dikarenakan produk bank BJB Syariah yang mesih belum dikenal oleh masyarakat luas. Maka dari itu, strategi yang digunakan untuk meminimalisir kelemahan produk tersebut dengan *collaborative partnership* atau kerjasama dengan perusahaan dan lembaga pendidikan untuk meningkatkan kesadaran akan produk DPK.