

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang sudah dipaparkan oleh penulis pada bab-bab sebelumnya, maka penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran BSI KC Kudus Ahmad Yani 2 dilakukan dengan penerapan strategi bauran pemasaran yang antara lain meliputi *Product*, *Price*, *Place*, dan *Promotion*. Strategi *product* dilakukan dengan memberikan penawaran berbagai produk halal yang disesuaikan dengan kebutuhan nasabah yang diantaranya terdapat berbagai produk pembiayaan dan produk pendanaan. Strategi *price* diterapkan dengan pemberian bagi hasil pada produk pendanaan dan penetapan margin pada produk pembiayaan, dimana besarnya harga atau *price* yang ditetapkan kepada nasabah masih tetap terjangkau dan juga saling menguntungkan. Strategi *place* dapat diketahui bahwa letak lokasi BSI KC Kudus Ahmad Yani 2 sudah strategis karena berada di pusat kota dan mudah dijangkau karena terletak di pinggir jalan, sehingga memudahkan akses nasabah. Strategi *promotion* dilakukan oleh BSI KC Kudus Ahmad Yani 2 untuk menawarkan produk dan layanan jasanya dengan cara memanfaatkan media social yang ada, mengadakan seminar atau open table terbuka, dan melakukan strategi *door to door* atau mendatangi nasabah atau calon nasabah secara langsung sesuai dengan segmen yang telah ditentukan.
2. Strategi keunggulan kompetitif pada BSI KC Kudus Ahmad Yani 2 yaitu adanya keunggulan biaya pada pemberian bagi hasil dan penetapan margin pembiayaan yang dapat dikatakan lebih unggul dan kompetitif dari lembaga keuangan yang lainnya. Selain itu, terdapat pula strategi diferensiasi yang meliputi pemberian kualitas pelayanan yang maksimal kepada nasabah, menciptakan citra yang baik dan positif di lingkungan masyarakat, dan juga pengembangan teknologi digital dengan adanya *mobile banking* BSI untuk lebih memudahkan kebutuhan aktivitas nasabah sehari-hari. Dalam strategi fokus, BSI KC Kudus Ahmad Yani 2 lebih prioritas terhadap diferensiasi untuk dapat bersaing dengan lembaga keuangan yang lain. Strategi keunggulan kompetitif ini diterapkan dengan tujuan utama ialah mempertahankan kepuasan, kepercayaan, dan loyalitas nasabah kepada BSI KC Kudus Ahmad Yani 2 agar dapat terus berkembang dan mampu bersaing

dalam meraih keunggulan kompetitif dengan lembaga keuangan lainnya.

3. Dalam implementasi bisnisnya, untuk mengetahui posisi dan kondisi BSI KC Kudus Ahmad Yani 2 dilakukan dengan cara analisis kelebihan dan kelemahan. Analisis dilakukan dengan mengidentifikasi faktor internal meliputi *strength* dan *weakness* yang dimiliki oleh BSI dengan menggunakan matriks IFE dan faktor eksternal meliputi *opportunity* dan *threat* dengan menggunakan matriks EFE. Dari hasil analisis matriks IFE dan EFE dapat diketahui bahwa kondisi dan posisi BSI berada di kuadran I yang artinya “tumbuh dan kembangkan”. Hasil dari matriks IFE sebesar 3,07 dan matriks EFE sebesar 3,36 sehingga menunjukkan adanya faktor lingkungan eksternal berpengaruh lebih besar dalam pengembangan BSI. Terdapat *opportunity* (2,50) yang lebih besar dari *threat* (0,86) pada lingkungan eksternal, dan terdapat *strength* (2,50) yang lebih besar dari *weakness* (0,57) pada lingkungan internal. Pada lingkungan internal, *strength* yang memiliki pengaruh paling tinggi dalam pengembangan BSI yaitu adanya DPS (Dewan Pengawas Syariah) sebagai bukti kesaksian syariah BSI dan *weakness* yang memiliki pengaruh paling tinggi dalam pengembangan BSI yaitu beberapa fasilitas yang belum maksimal dibandingkan pesaing lainnya. Sedangkan pada lingkungan eksternal, *opportunity* yang memiliki pengaruh paling tinggi dalam pengembangan BSI yaitu eksistensi BSI di wilayah nasional maupun global dan *threat* yang memiliki pengaruh paling tinggi dalam pengembangan BSI yaitu kuatnya eksistensi bank konvensional untuk menarik konsumen dengan skala besar. Berdasarkan dengan besarnya *opportunity* yang ada dari lingkungan eksternal, maka BSI harus dapat memanfaatkan dengan baik *opportunity* yang tersedia dengan memaksimalkan *strength* yang dimiliki agar perkembangan BSI dapat terus berjalan dan mampu bersaing dalam meraih keunggulan kompetitif dengan lembaga keuangan lainnya.

B. Saran-saran

Sebagai penutup dari penutup dari penulisan skripsi ini dengan berdasarkan pada penelitian yang telah dilakukan penulis, maka terdapat beberapa hal yang mungkin dapat dijadikan sebagai bahan masukan bagi pihak-pihak terkait, antara lain:

1. Bagi pihak BSI KC Kudus Ahmad Yani 2, untuk tetap selalu memberikan kualitas pelayanan yang maksimal bagi nasabah dan

terus melakukan perbaikan terhadap produk dan layanan jasa yang dimiliki agar dapat selalu memenuhi kebutuhan nasabah dalam bidang finansial dengan sangat baik, sehingga dengan adanya kepuasan, kepercayaan dan loyalitas nasabah akan berdampak positif bagi BSI dan dapat terus bersaing dalam meraih keunggulan kompetitif dengan lembaga keuangan lainnya.

2. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat melakukan penelitian yang lebih rinci dan mendalam dengan menggunakan metode penelitian yang terbaru agar dapat menghasilkan penelitian dan analisa yang lebih detail dan tepat mengenai strategi pemasaran dalam upaya meraih keunggulan kompetitif.

