

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Adapun kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis pada tahap *input* yang terdiri dari matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) dan matriks EFE (*External Factor Evaluation*) yang menjadi awal untuk melakukan analisis selanjutnya pada produk BSI Cicil emas di BSI KCP Serang Kragilan yaitu:
 - a. Hasil analisis matriks IFE mendapatkan skor bobot total sebesar 2,91, yang mana skor bobot total ini menunjukkan bahwa produk BSI Cicil emas di BSI KCP Serang Kragilan memiliki kondisi internal yang kuat.
 - b. Hasil dari matriks EFE memperoleh skor bobot total sebesar 2,78. Skor bobot total menunjukkan bahwa produk BSI Cicil Emas di BSI KCP Serang Kragilan mampu merespons lingkungan eksternal.
2. Berdasarkan tahap pencocokan yang terdiri dari analisis *Internal External* (IE), analisis *Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats* (SWOT) dan analisis *Strategic Position and Action*

Evaluation Matrix (SPACE) untuk produk BSI cicil emas di BSI KCP Serang Kragilan memperoleh hasil sebagai berikut:

- a. Matriks IE (*Internal External*). Berdasarkan hasil analisis matriks IE produk BSI Cicil Emas di BSI KCP Serang Kragilan berada dalam kuadran V (lima) yang mana kondisi ini terdapat pada *hold and maintain* (ditahan dan dijaga), strategi yang tepat untuk perusahaan dalam kondisi ini adalah penetrasi pasar dan pengembangan produk.
- b. Matriks SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*). Berdasarkan hasil analisis matriks SWOT menghasilkan 10 alternatif strategi yang dapat dipilih oleh BSI KCP Serang Kragilan khususnya untuk produk BSI Cicil Emas, yaitu:
 - 1). Memperkuat dan menjalin kerja sama dengan Lembaga-lembaga di luar BSI. (SO-1)
 - 2). Lebih bisa mengambil hati masyarakat bahwa BSI terutama produk BSI Cicil Emas memiliki keunggulan dan dapat dipercaya. (SO-2)
 - 3). Lebih memperkenalkan keunggulan dalam berinvestasi emas. (SO-3)
 - 4). Strategi garebek pasar. (WO-1)

- 5). Meningkatkan loyalitas nasabah. (WO-2)
 - 6). Peningkatan kualitas produk dan mekanisme pembiayaan.
(WO-3)
 - 7). Menetapkan target pemasaran. (ST-1)
 - 8). Meningkatkan kualitas pelayanan. (ST-2)
 - 9). Peningkatan promosi dalam melalui berbagai media.
(WT-1)
 - 10). Menetapkan strategi pemasaran yang efektif dan efisien.
(WT-2)
- c. Berdasarkan hasil analisis matriks SPACE produk BSI Cicil Emas di BSI KCP Serang Kragilan berada pada kuadran kanan atas atau yang disebut dengan kuadran agresif. Kuadran agresif menunjukkan perusahaan berada dalam posisi yang sangat baik dalam menggunakan kekuatan internalnya untuk mengambil keuntungan dari peluang eksternal, menangani kelemahan internal, dan menghindari ancaman eksternal. Strategi yang tepat atau layak tergantung pada kondisi khusus yang dihadapi perusahaan untuk posisi kuadran agresif adalah penetrasi pasar pengembangan pasar, pengembangan produk, integrasi ke belakang, integrasi ke depan, integrasi horizontal atau diversifikasi.

3. Hasil analisis QSPM menghasilkan alternatif strategi yang dapat diprioritaskan pada produk BSI Cicil Emas di BSI KCP Serang Kragilan adalah strategi penetrasi pasar, strategi penetrasi pasar memperoleh nilai total daya tarik (TAS) terbesar yaitu 7,21. Strategi alternatif kedua yang dapat diprioritaskan adalah pengembangan produk yang memperoleh nilai total daya tarik (TAS) sebesar 6, 59, dan strategi alternatif ketiga yang dapat diprioritaskan adalah pengembangan pasar dengan perolehan nilai total daya tarik (TAS) sebesar 6,42.

B. Saran

Adapun saran yang dapat diberikan penulis adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perbankan

Diharapkan dalam menentukan strategi pemasaran BSI KCP Serang Kragilan harus mempertahankan serta memanfaatkan kekuatan dan peluang yang dimiliki dengan tetap memandang faktor kelemahan dan ancaman. Jangan sampai kekuatan dan peluang berubah menjadi ancaman besar bagi BSI KCP Kragilan sendiri. Selain itu untuk menarik masyarakat agar menjadi nasabah maka sosialisasi promosi harus selalu dilakukan baik

secara tertulis maupun secara langsung, dan baik secara luring maupun daring.

2. Bagi Akademis

Pihak akademis dapat menjadikan penelitian ini sebagai bahan acuan untuk penelitian selanjutnya dengan kajian yang lebih rinci serta memperbanyak referensi terkait jurnal penelitian perbankan syariah yang mendukung.

3. Bagi Peneliti yang Akan Datang.

Bagi peneliti selanjutnya, pengembangan konsep dan metode lain dapat digunakan dan dikembangkan dalam mendukung keberhasilan penerapan metode SWOT dan metode QSPM untuk menganalisis dan sebagai usulan strategi alternatif untuk pemasaran perusahaan.