

ANALISIS SWOT STRATEGI PEMASARAN TABUNGAN BERJANGKA

(BANK SYARIAH INDONESIA KCP MOJOSARI-MOJOKERTO)

SKRIPSI

Oleh:

ULFIATI ROSYIDAH

NIM: 20201700229043



PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS SYARIAH

UNIVERSITAS KH. ABDUL CHALIM

MOJOKERTO

2024

**ANALISIS SWOT STRATEGI PEMASARAN TABUNGAN BERJANGKA
(BANK SYARIAH INDONESIA KCP MOJOSARI-MOJOKERTO)**

Skripsi

Diajukan kepada:

Fakultas Syari'ah Universitas KH. Abdul Chalim

Untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan
studi pada jenjang Sarjana (S1) Ekonomi Syari'ah

Oleh:

Ulfiati Rosyidah

NIM: 20201700229043



PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS SYARIAH

UNIVERSITAS KH. ABDUL CHALIM

MOJOKERTO

2024

ABSTRAK

Rosyidah, Ulfiati, 2024, Analisis SWOT Strategi Pemasaran Tabungan Berjangka di Bank Syariah Indonesia KCP Mojokari. Skripsi prodi Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah, Universitas KH. Abdul Chalim Mojokerto, Pembimbing Nur Dinah Fauziah, M.E.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Tabungan Berjangka, Analisis SWOT

Kegiatan utama pada Bank Syariah yaitu penghimpunan dana, penyaluran dana dan pemberian layanan jasa-jasa sesuai yang sudah ditetapkan dalam petunjuk pelaksanaan. Tabungan berjangka merupakan salah satu produk yang ada di Bank Syariah Indonesia. Jenis tabungan yang dimana dananya di simpan di bank selama jangka waktu yang sudah ditentukan oleh kedua pihak antara nasabah dan bank dan tidak bisa di ambil sebelum jatuh tempo sesuai kesepakatannya. Suatu perusahaan perbankan harus bisa mengatur strategi pemasaran produknya karena saat ini semakin ketatnya persaingan antar bank lain. Metode yang digunakan untuk menganalisis data lapangan menggunakan analisis SWOT yang bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran tabungan berjangka tersebut. Adapun elemen analisis SWOT mencakup elemen (strength, weakness, opportunity dan threat), bertujuan menggunakan metode analisis tersebut untuk mengetahui strategi yang digunakan perusahaan berdasarkan faktor internal dan eksternalnya.

Pendekatan penelitian yang digunakan peneliti adalah kualitatif dengan studi kasus, lokasi penelitian ini di BSI KCP Mojokari. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah data primer (data hasil observasi, wawancara), serta data sekunder (data dari dokumen perusahaan). Teknik analisis data yang digunakan adalah triangulasi sumber, analisis SWOT. Hasil yang diperoleh peneliti di lapangan adalah tabungan berjangka merupakan jenis tabungan yang tidak membebani nasabah karena angsuran tabungan berjangka sangat rendah dibandingkan tabungan lainnya, dan uangnya lebih terkendali. Serta dari hasil analisis SWOT ditemukan strategi pemasaran yang kurang maksimal, oleh karena itu untuk meningkatkan jumlah nasabah pengguna tabungan berjangka dengan memanfaatkan sumber daya manusia untuk melakukan promosi terkait tabungan berjangka secara berkala dan efektif.

ABSTRACT

Rosyidah, Ulfiati, 2024, SWOT Analysis of Term Savings Marketing Strategy at Bank Syariah Indonesia KCP Mojosari. Sharia Economics study program thesis, Faculty of Sharia, KH University. Abdul Chalim Mojokerto, Advisor Nur Dinah Fauziah, M.E.

The main activities at Sharia Bank are collecting funds, distributing funds and providing services as stipulated in the implementation instructions. Term savings is one of the products at Bank Syariah Indonesia. A type of savings where the funds are kept in the bank for a period of time determined by both parties between the customer and the bank and cannot be withdrawn before the maturity date according to the agreement. A banking company must be able to organize its product marketing strategy because currently competition between other banks is increasingly intense. The method used to analyze data in the field uses SWOT analysis which aims to determine the marketing strategy for term savings. The SWOT analysis elements include elements (strength, weakness, opportunity and threat), aimed at using this analysis method to find out the strategy used by the company based on its internal and external factors.

The research approach used by researchers is qualitative with case studies, the location of this research is BSI KCP Mojosari. The data collection techniques used are primary data (data from observations, interviews) and secondary data (data from company documents). The data analysis technique used is source triangulation, SWOT analysis. The results obtained by researchers in the field are that term savings are a type of savings that do not burden customers because term savings installments are very low compared to other savings, and the money is more controllable. And from the results of the SWOT analysis, a strategy was found to increase the number of customers using term savings by utilizing human resources to carry out promotions related to term savings regularly and effectively.

الملخص

روزيدا، أولفياتي، 2024، تحليل SWOT لاستراتيجية تسويق الادخار لأجل في بنك شيرية إندونيسيا KCP موجوساري. أطروحة برنامج دراسة الاقتصاد الشرعي، كلية الشريعة، KH. عبد الخالق موجوكرتو، مشرفة نور ديناه فوزية، دكتوراه في الطب

الكلمات المفتاحية: استراتيجية التسويق، توفير الوقت، تحليل SWOT

الأنشطة الرئيسية في بنوك الشريعة هي جمع الأموال، وتوزيعها، وتقديم الخدمات كما هو منصوص عليها في إرشادات التنفيذ. الادخار لأجل هو أحد منتجات بنك شيرية إندونيسيا. نوع من الادخار حيث تخزن الأموال في البنك لفترة زمنية يحددها الطرفان بين العميل والبنك ولا يمكن أخذها قبل الاستحقاق وفقا للاتفاق. يجب أن تكون الشركة المصرفية قادرة على إدارة استراتيجيتها التسويقية للمنتجات، لأن المنافسة بين البنوك الأخرى تزداد شدة. الطريقة المستخدمة لتحليل البيانات في الميدان تستخدم تحليل SWOT الذي يهدف إلى معرفة استراتيجية التسويق لمصطلح الادخار. تشمل عناصر تحليل SWOT عناصر (القوة، الضعف، الفرصة، والتهديد)، وتهدف إلى استخدام طريقة التحليل لمعرفة الاستراتيجية التي تستخدمها الشركة بناء على العوامل الداخلية والخارجية.

النهج البحثي المستخدم من قبل الباحث نوعي مع دراسة حالة، ويقع موقع هذا البحث في معهد BSI KCP Mojokerto. تقنيات جمع البيانات المستخدمة هي البيانات الأولية (بيانات من الملاحظات، المقابلات)، والبيانات الثانوية (بيانات من وثائق الشركة). تقنيات تحليل البيانات المستخدمة هي تثليث المصادر، وتحليل SWOT. النتائج التي توصل إليها الباحثون في المجال هي أن الادخار لأجل هو نوع من الادخار الذي لا يثقل كاهل العملاء لأن أقساط الادخار لأجل منخفضة جدا مقارنة بالمدخرات الأخرى، والأموال أكثر تحكما في الأرباح. ومن نتائج تحليل SWOT، تبين أن استراتيجية التسويق لم تكن مثالية، وبالتالي زيادة عدد العملاء الذين يستخدمون التوفير لأجل من خلال الاستفادة من الموارد البشرية لتنفيذ عروض ترويجية مرتبطة بالادخار لأجل بشكل دوري وفعال.