

ABSTRAK

Ayu Fitriasaki, 2016. Strategi *Positioning* Bank Kalsel Syariah Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean 2015. Skripsi, Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Syariah Dan Ekonomi Islam: (I) Rahman Helmi. S.Ag.,MSI, (II) Hariyanto,SE.,MM

Kata Kunci: Strategi *Positioning*, Masyarakat Ekonomi Asean, Bank Kalsel Syariah

Setiap perusahaan diharuskan memiliki sebuah strategi dalam menjalankan bisnisnya. Karena strategi memiliki peran penting dalam menentukan jalan mana yang akan dipilih oleh perusahaan guna mencapai tujuan yang telah ditentukan. Strategi *positioning* bertujuan untuk mengetahui kesiapan suarau perusahaan dan posisi terbaik perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan tersebut. Oleh karena itu Bank Kalsel Syariah telah membuat perencanaan untuk menjadi Bank yang mampu bersaing dan bertahan dalam menghadapi *Masyarakat Ekonomi Asean* (MEA).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana kesiapan Bank Kalsel Syariah dalam menghadapi pasar, ketika Masyarakat Ekonomi Asean mulai berlaku dan mengetahui strategi *positioning* Bank Kalsel Syariah dengan menggunakan teori STP (Segmentation, targeting dan positioning), dengan mengetahui keunggulan dan strategi usaha Bank Kalsel Syariah.

Penelitian ini merupakan metode kualitatif yang dilakukan secara penelitian lapangan.

Penelitian menggunakan analisis SWOT, penelitian ini menghasilkan temuan-temuan: *pertama:* kesiapan Bank Kalsel Syariah dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean dari segi modal terus meningkatkan jumlah DPK, dari segi produk dengan membuat produk baru, sumber daya manusia yang terus diberikan pembelajaran dan pengembangan, informasi teknologi yang terus diperbaharui, pelayanan yang terus ditingkatkan dengan melakukan *role play* setiap minggunya. *Kedua:* strategi menentukan segmen nasabah, menargetkan nasabah, dan menempatkan posisi Bank Kalsel Syariah dalam memasarkan produknya.