

ABSTRAK

Septianor Nugraha, 2018. *Strategi Pengembangan Produk Tabungan Santri Pada BMT Khairul Ikhwan Martapura Berdasarkan Analisis SWOT*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: (I) Rahman Helmi, S. Ag., MSI (II) Yulia Hafizah, SHI, MEI

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Strategi Alternatif

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui faktor internal, faktor eksternal, strategi alternatif, dan prioritas strategi pemasaran produk tabungan santri pada BMT Khairul Ikhwan Martapura.

Teknik penelitian menggunakan teknik analisis kualitatif dan kuantitatif, analisis kualitatif digunakan untuk menggambarkan proses kegiatan dan penentuan alternatif strategi perusahaan, sedangkan analisis kuantitatif digunakan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal.

Hasil identifikasi terhadap faktor internal perusahaan didapatkan kekuatan yang saat ini dimiliki oleh perusahaan, yaitu memiliki sistem jemput bola, memberikan paket/hadiah, bebas biaya administrasi, pelayanan yang memuaskan dan menggunakan sistem aplikasi IT. Sedangkan faktor internal yang menjadi kelemahan perusahaan, yaitu keterbatasannya tenaga kerja atau karyawan, pengambilan uang tabungan 1 tahun sekali, kurangnya promosi, produk belum banyak dikenal dan kurangnya pengembangan produk terhadap permintaan pasar. Dari hasil identifikasi terhadap faktor eksternal perusahaan dihasilkan peluang yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan, yaitu mayoritas santri di Martapura, kepercayaan masyarakat yang tinggi terhadap BMT Khairul Ikhwan, banyaknya masyarakat mulai tertarik pada sistem syariah, bekerja sama dengan instansi-instansi, dan memiliki UU yang mendukung BMT. Sedangkan yang menjadi ancaman bagi perusahaan, yaitu mulai menurunnya daya santri/siswa untuk menabung, banyaknya lembaga keuangan syariah, semakin inovatif produk pesaing lain yang dilengkapi teknologi canggih, banyaknya produk yang sama/sejenis, dan penabung tidak terikat keanggotaan BMT. Strategi yang menjadi prioritas bagi BMT Khairul Ikhwan Martapura yaitu, memelihara kepercayaan dan menjalin komunikasi dengan baik, mengoptimalkan sumber daya pemasaran, peningkatan kualitas produk, memperluas pangsa pasar, mencari kiat-kiat baru dalam mensosialisasikan produk tabungan santri, BMT harus mengoptimalkan meningkatkan loyalitas nasabah, melakukan berbagai macam kegiatan sosial di masyarakat, dan mempertahankan SDM yang berpotensi untuk memberikan pelayanan yang terbaik agar dapat menghadapi pesaing.