

ABSTRAK

Rina Marliani. 2018. Strategi Pemasaran Produk Mulia Arisan Emas Pada PT Pegadaian Syariah Cabang Kebun Bunga Banjarmasin. Skripsi, Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: (I) Rahman Helmi, S.Ag., MSI (II) Hj. Inawati Mohammad Jainie Jarajap, MA.

Kata Kunci: Strategi, Pemasaran, dan Produk Mulia Arisan Emas.

Seiring bertumbuhnya bank-bank syariah di Indonesia membuat Pegadaian harus mampu bersaing dalam dunia bisnis. Peneliti ini bertujuan untuk mengetahui inventarisasi faktor internal dan faktor eksternal dalam produk mulia arisan emas serta alternatif strategi dan prioritas strategi pemasaran dalam pemasaran yang tepat bagi Pegadaian Syariah KCB Kebun Bunga Banjarmasin. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) yang menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dan kuantitatif dengan melakukan wawancara dan kuesioner.

Tahap perumusan strategi pemasaran yang tepat terdapat tiga tahapan yaitu, tahap pengumpulan input dasar (*the input stage*), tahap pencocokan (*the matching stage*) dan tahap keputusan (*the decision stage*). Formulasi strategi dimulai pada tahap pengumpulan input dasar yaitu mengidentifikasi lingkungan internal dan eksternal kemudian dianalisis dan merumuskannya kedalam matriks IFE dan EFE. Hasil dari matriks IFE dan EFE dimasukkan ke dalam matriks IE untuk mengetahui posisi perusahaan. Setelah itu dilakukan analisis SWOT untuk merumuskan alternatif strategi. Tahap terakhir akan diambil keputusan mana yang akan menjadi prioritas dengan menggunakan metode analisis QSPM.

Hasil penelitian matriks IFE dan EFE memiliki skor masing-masing 3,24 dan 2,7 yang memposisikan Pegadaian Syariah KCB Kebun Bunga Banjarmasin pada sel IV dalam matriks IE. Strategi pada sel ini adalah strategi tumbuh dan kembangkan, yaitu strategi penetrasi pasar, pengembangan pasar dan pengembangan produk. Tahap akhir atau tahap keputusan menggunakan metode analisis QSPM yaitu menerapkan daya tarik dari alternatif yang layak diimplementasikan bagi perusahaan diantaranya adalah 1. Menjalin kemitraan yang kuat dengan berbagai instansi (6.32). 2. Memaksimalkan program-program yang ada dalam mempertahankan image Pegadaian (6.26). 3. Mengintensifkan upaya sosialisasi mengenai produk-produk Pegadaian Syariah dan membangun jaringan komunikasi dengan masyarakat maupun instansi yang terkait (6.22). 4. Menambahkan UPC di daerah-daerah padat penduduk dan strategis (6.0). 5. Menugaskan tenaga kerja profesional dalam meningkatkan pelayanan (5.95). 6. Melakukan program-program yang inovatif untuk meningkatkan minat masyarakat (5.95). 7. Melakukan sinergi antar lembaga keuangan dalam program-program Pegadaian Syariah (5.95). 8. Meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia maupun teknologinya dalam membangun jaringan dengan instansi lain maupun kepada masyarakat (5.90).