

ABSTRAK

Yuliani. 2017. *Analisis SWOT Produk Cicil Emas pada Bank Syariah Mandiri Cabang Banjarmasin*. Skripsi, Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam. Pembimbing: (I) Dra. Hj. Nadiyah Khalid, M.H, (II) Erisa Nilasari, S.P, M.P.

Kata Kunci : Analisis *SWOT*, Strategi Pemasaran

Penelitian ini bertolak dari pemikiran bahwa emas merupakan investasi yang paling diminati dikarenakan emas dapat menaikkan status sosial seseorang dan emas juga memiliki nilai ekonomi yang *profitable* sehingga dapat dijadikan investasi jangka panjang. Namun keinginan untuk memiliki emas sebagai investasi jangka panjang seringkali terkendala dengan kemampuan untuk membeli emas tersebut, sehingga Bank Syariah Mandiri memberikan solusi untuk membeli emas secara cicil melalui produk cicil emas.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman produk cicil emas pada Bank Syariah Mandiri cabang Banjarmasin. Disamping itu untuk mengetahui strategi pemasaran produk cicil emas di Bank Syariah Mandiri berdasarkan analisis *SWOT*.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*). Untuk mengumpulkan data, peneliti menggunakan teknik wawancara kepada dua orang *staff officer* dan sepuluh orang nasabah produk cicil emas Bank Syariah Mandiri Cabang Banjarmasin dan teknik studi dokumenter. Setelah data terkumpul kemudian diolah melalui proses: seleksi data, kategorisasi, deskripsi dan matrik. Kemudian data dianalisis menggunakan analisis kualitatif dengan menggunakan model interaktif Miles dan Huberman.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kekuatan dari produk cicil emas adalah citra bank yang baik, harga emas yang sesuai dengan harga pasar, biaya murah, persyaratan mudah dan fleksibel. Kelemahan dari produk cicil emas adalah jangka waktu pembiayaan paling singkat dua tahun, tidak bisa membiayai emas perhiasan, maksimal pembiayaan Rp. 150.000.000,-, uang muka tinggi 20% dari jumlah pembiayaan. Peluang produk cicil emas yaitu masyarakat yang mayoritas beragama Islam dan bekerjasama dengan koperasi. Ancaman produk cicil emas yaitu produk sejenis dari perbankan lain dan harga emas yang tidak stabil. Adapun strategi pemasaran produk cicil emas Bank Syariah Mandiri berdasarkan analisis *SWOT* adalah mempertahankan citra bank, memperkenalkan keunggulan-keunggulan dari produk cicil emas, memperkuat kerjasama dengan koperasi, jempit bola, meningkatkan loyalitas nasabah, mengoptimalkan pemahaman masyarakat dalam promosi, menetapkan target pemasaran, meningkatkan kualitas pelayanan, meningkatkan promosi, menetapkan strategi pemasaran yang efektif dan efisien. Etika pemasaran produk cicil emas yang diterapkan oleh Bank Syariah Mandiri telah sesuai dengan etika pemasaran bank syariah.