

ABSTRAK

Rahmawati. 2018. *Analisis SWOT Terhadap Strategi Pemasaran Produk Fleksi iB Hasanah Umrah pada PT. BNI Syariah Cabang Banjarmasin.* Skripsi, Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: (I) Rahman Helmi, S.Ag, M.Si, (II) Ilham Akbar, SH, M.Kn.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran dan Analisis *SWOT*.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh banyaknya lembaga keuangan syariah yang meluncurkan produk pembiayaan umrah untuk dijadikan sebagai alternatif bagi masyarakat Banjarmasin dalam melakukan ibadah umrah, mengingat bahwa kuota haji yang setiap tahunnya dibatasi maka hal tersebut menjadi peluang besar bagi PT. BNI Syariah cabang Banjarmasin untuk membuat suatu strategi yang dapat mengembangkan sekaligus memasarkan produk Fleksi iB Hasanah Umrah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis apa saja yang menjadi faktor kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman dan bagaimana alternatif strategi pemasaran serta apa yang menjadi prioritas pemasaran produk Fleksi iB Hasanah Umrah.

Penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif, sedangkan teknik analisis data yaitu menggunakan matriks IFE, EFE, IE, SWOT dan QSPM. Penelitian berlokasi di PT. BNI Syariah cabang Banjarmasin, sumber data dari penelitian ini adalah *Sales Officer*, sedangkan data dari penelitian ini adalah faktor internal, eksternal dan alternatif strategi serta prioritas strategi pemasaran untuk produk Fleksi iB Hasanah Umrah.

Hasil penelitian kualitatif menunjukkan masing-masing lima faktor internal dan eksternal diantaranya yang menjadi kekuatan yaitu jangka waktu proses pengajuan cepat dan uji kelayakan nasabah yang dilakukan sudah bagus, kelemahan yaitu produk masih baru dan jumlah nasabah pembiayaan umrah menurun, peluang yaitu dapat bekerjasama dengan *travel* yang lebih banyak dan masyarakat di Banjarmasin adalah mayoritas, sedangkan yang menjadi ancaman yaitu pola pikir masyarakat yang masih fanatik dan sebagian tokoh agama dimasyarakat yang tidak membolehkan perihal pembiayaan umrah. Penelitian kualitatif juga menghasilkan delapan alternatif strategi pemasaran untuk produk Fleksi iB Hasanah Umrah. Hasil penelitian kuantitatif menghasilkan prioritas strategi pemasaran yaitu menciptakan ciri khas, membangun jaringan kemitraan yang kuat dengan pihak *travel* dan bekerjasama dengan *travel* lokal atau tokoh agama dimasyarakat.