

ABSTRAK

STRATEGI PEMASARAN PRODUK KPR BTN SEJAHTERA iB DI PT. BANK TABUNGAN NEGARA KANTOR CABANG SYARIAH TASIKMALAYA DITINJAU DARI ANALISIS SWOT

Oleh :

Mahesa Akmal Al Fahrezy
NPM. 203404121

Pembimbing I : Yuyun Yuniasih S.E., M.Si
Pembimbing II : Dede Arif Rahmani, S.Pd., M.M.

BTN Syariah Tasikmalaya merupakan bank yang menyediakan produk KPR Sejahtera iB yang merupakan pembiayaan rumah subsidi untuk masyarakat berpenghasilan rendah. Akan tetapi bukan BTN Syariah saja yang menyediakan produk ini. Banyaknya pesaing membuat BTN Syariah Tasikmalaya harus menggunakan strategi-strategi yang lebih unggul untuk memasarkan dan menjual produk tersebut. Permasalahan yang diangkat penulis dalam penelitian ini yaitu bagaimana strategi pemasaran produk KPR BTN Sejahtera iB ditinjau dari Analisis SWOT, dan juga strategi STP (*Segmenting, Targetting, Positioning*). Adapun tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi pemasaran yang digunakan pada produk KPR BTN Sejahtera iB ditinjau dari Analisis SWOT. Penelitian ini dilakukan pada PT. Bank Tabungan Negara (BTN) Syariah Tasikmalaya dengan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, dimana penulis memaparkan masalah berdasarkan data yang ada, kemudian dianalisis lebih lanjut untuk ditarik kesimpulan.

Dari hasil penelitian ini, BTN Syariah Tasikmalaya memasarkan produk KPR menggunakan strategi analisis yang telah dikombinasikan antara faktor eksternal dan internal atau SWOT. Strategi SO, berupa meningkatkan hubungan dengan pengembang dan calon nasabah dengan baik. Strategi WO, berupa Menerapkan fleksibilitas terhadap kebijakan dana jaminan. Strategi ST, berupa menetapkan target pemasaran yang paling potensial. Strategi WT, menetapkan strategi pemasaran yang efektif dan efisien untuk menghindari ancaman dan memperkecil kelemahan.

Kata kunci : KPR Subsidi, Analisis SWOT