

**ANALISIS SWOT DALAM STRATEGI PEMASARAN PRODUK  
TABUNGAN BTN QURBAN IB DI BANK BTN KANTOR CABANG  
SYARIAH MEDAN**

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Program Studi Perbankan Syariah*

Oleh :

**DEVANLKHARISMA TASYA**

**1901270023**



**UMSU**

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS AGAMA ISLAM  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2023**

**ANALISIS SWOT DALAM STRATEGI PEMASARAN  
PRODUK BTN QURBAN iB DI BANK TABUNGAN NEGARA  
KANTOR CABANG SYARIAH MEDAN**

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi Syarat-  
Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Pada Program Studi  
Perbankan Syariah*

**Oleh :**

**DEVANI KHARISMA TASYA**

**NPM : 1901270023**

**Program Studi Perbankan Syariah**

**Pembimbing**



**Uswah Hasanah, M.A.**

**FAKULTAS AGAMA ISLAM  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2023**

**PERSETUJUAN**

**SKRIPSI BERJUDUL**

**ANALISIS SWOT DALAM STRATEGI PEMASARAN  
PRODUK BTN QURBAN iB DI BANK TABUNGAN NEGARA  
KANTOR CABANG SYARIAH MEDAN**

Oleh :


**DEVANI KHARISMA TASYA**

**NPM : 1901270023**

*Telah Selesai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga  
naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk  
dipertahankan dalam ujian skripsi*

**Medan, September 2023**

**Pembimbing**



**Uswah Hasanah, M.A.**

**FAKULTAS AGAMA ISLAM**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**

**MEDAN**

**2023**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Devani Kharisma Tasya

NPM : 1901270023

Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S-1)

Program Studi : Perbankan Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul: **Analisis SWOT Dalam Strategi Pemasaran Produk Tabungan BTN Qurban iB Di Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Syariah Medan** merupakan karya asli saya. Jika kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini hasil dari plagiarisme maka saya bersedia ditindak dengan peraturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Medan, September 2023

Yang menyatakan



**DEVANI KHARISMA TASYA**

**NPM: 1901270006**

Nomor : Istimewa  
Lampiran : 3 (tiga) Exemplar  
Hal : Skripsi

Medan, September 2023

**Kepada Yth: Bapak Dekan Fakultas Agama Islam  
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara  
Di  
Medan**

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Setelah membaca, meneliti, dan memberi saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi mahasiswa **Devani Kharisma Tasya** yang berjudul "**Analisis SWOT Dalam Strategi Pemasaran Produk BTN Qurban iB Di Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Syariah Medan**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diterima dan di ajukan pada sidang Munaqasah untuk mendapat gelar Strata Satu (S1) Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Demikianlah kami sampaikan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

**Pembimbing**



**Uswah Hasanah, M.A.**



UMSU  
Unggul | Cerdas | Berprestasi

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

## FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK.BAN-PT/Akred/PT-III/2019

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003

<http://fai@umsu.ac.id> [fai@umsu.ac.id](mailto:fai@umsu.ac.id) [umsumedan](https://www.facebook.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.instagram.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.youtube.com/umsumedan)

UIN Muhammadiyah Sumatera Utara  
Kampus dan Kemajuan

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

### BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

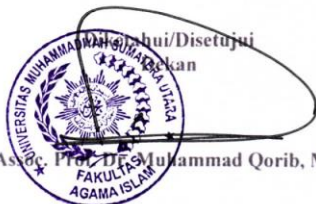
Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan  
Fakultas : Agama Islam  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Jenjang : S1 (Strata Satu)


Ketua Program Studi : Dr. Rahmayati, M.E.I  
Dosen Pembimbing : Uswah Hasanah, MA


Nama Mahasiswa : Devani Kharisma Tasya  
Npm : 1901270023  
Semester : VIII (Delapan)  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Judul Skripsi : Analisis SWOT dalam Strategi Pemasaran Produk Tabungan BTN iB Qurban di Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Syariah Medan

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
27-09-2023	Tentative Skripsi dan Struktur organisasi objek penelitian	?	
4-10-2023	Revisi dan tambahan hasil peneliti	?	
9-10-2023	Tambahan hasil perhitungan budget rumus masjid	?	
17.10.2023	ACE dan revisi lagi	?	

Medan, 2023

Diketahui/Disetujui  
Ketua Program Studi  
  
Muhammad Qorib, MA  
Asisten Dekan  
FAKULTAS AGAMA ISLAM

Diketahui/Disetujui  
Ketua Program Studi  
  
Dr. Rahmayati, M.E.

Pembimbing Skripsi  
  
Uswah Hasanah, MA

## PERSEMBAHAN

Karya ilmiah ini saya persembahkan kepada kedua orangtua saya

Ayahanda Sujarno Syah

Ibunda Endang Nurtati

Keluarga Tercinta

Yang selalu memberikan doa kesuksesan dan keberhasilan bagi putrinya



**“ HIDUP CUMA SEKALI,  
HIDUPLAH YANG BERARTI.”**

**PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN**  
**KEPUTUSAN BERSAMA**  
**MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN**  
**KEBUDAYAAN**  
**REPUBLIK INDONESIA**

**Nomor : 158 th. 1987**

**Nomor : 0543bJU/1987**

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-huruf dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

**1. Konsonan**

Fonem konsonanbahasa Arab, yang dalam tulisan Arab dilambangkandenganhuruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda secara bersama-sama. Di bawahini daftar huruf Arab dan transliterasinya.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
1	2	3	4
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	Š	es (dengantitik di atas)



1	2	3	4
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	Ḥ	Ha (dengantitik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	de
ذ	Zal	Ẓ	zet (dengantitik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syim	Sy	esdan ye
ص	Sad	Ṣ	es (dengantitikdibawah)
ض	Dad	Ḍ	de (dengantitik di bawah)
ط	Ta	Ṭ	te (dengantitik di bawah)
ظ	Za	Ẓ	zet (dengantitik di bawah )
ع	Ain	‘	Komentar

1	2	3	4
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Waw	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamza	?	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

## 2. Vokal

Vokal bahasa Arab adalah seperti vokal dalam bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monofong dan vokal rangkap atau difong:

### a. Vokal tunggal

vokal tunggal dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya adalah sebagai berikut :

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
1	2	3	4
—	fathah	A	A

1	2	3	4
□	Kasrah	I	I
و -	ḍammah	U	U

### b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan taraharkat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf yaitu :

Tanda dan Huruf	Nama	Gabung Huruf	Nama
□ ی	fathah dan ya	AI	a dan i
□ و	fathah dan waw	Au	a dan u

Contoh:

- kataba: كَتَبَ
- fa'ala: لَفَعَا
- kaifa: كَيْفًا

### c. Maddah

Maddah atau vocal panjang yang lambangnya berupa harkat huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu :

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ا □	fathāh dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
ي □	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
و و	ḍammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

- qāla: قال
- ramā: رم
- qāla: قيل

#### d. Ta marbūtah

Transliterasi untuk ta marbūtahada dua:

1) a marbūtahhidup

Ta marbūtah yang hidup atau mendapat ḥarkat fathāh, kasrah dan ḍammah, transliterasinya (t).

2) Ta marbūtahmati

Ta marbūtah yang mati mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah (h).

3) Kalau pada kata yang terakhir dengan ta marbūtahdiikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta marbūtahitu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

- rauḍah al-aṭfāl - rauḍatulaṭfāl: لروضةالطفا
- al-Madīnah al-munawwarah: نورولمناينهالما
- ṭalḥah: طلحة

### e. Syaddah (tasydid)

Syaddah atau tasydid yang pada tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, dalam transliterasi ini tanda tasydid tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- rabbanā: ربنا
- nazzala: نزل
- al-birr: لبرا
- al-hajj: لحخا
- nu'ima: نعم

### f. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu: ل. Namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh hurufsyamsiah dan kata sandang yang diikuti oleh hurufqamariah.

#### 1) Kata sandang diikuti oleh huruf syamsiah

Kata sandang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf (I) diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

#### 2) Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai pula dengan bunyinya. Baik diikuti huruf syamsiah maupun qamariah, kata sandang di tulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

- ar-rajulu: لالرجا
- as-sayyidatu: لالسددا
- asy-syamsu: لالشمسا
- al-qalamu: لالقلما
- al-jalalu: لالجالا

### **g. Hamzah**

Dinyatakan di depan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- *ta'khuzūna*: تاخذون
- *an-nau'*: النوء
- *syai'un*: شيء
- *inna*: ان
- *umirtu*: امرت
- *akala*: اكل

### **h. Penulisan Kata**

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il (kata kerja), isim (kata benda), maupun huruf, ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

### **i. Huruf Kapital**

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf capital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf capital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya: huruf capital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama itu huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- Wamamuhammadunillarasūl
- Inna awwalabaitinwudi'alinnasilalazibibakkatamubarakan
- Syahru Ramadan al-laz<sup>3</sup>unzilafihi al-Qur'anu
- SyahruRamadanal-laziunzilafihil-Qur'anu
- Walaqadra'ahubilufuq al-mubin

- Alhamdulillahirabbil-‘alamin

Penggunaan huruf awal capital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arab nya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harkat yang dihilangkan, huruf kapital yang tidak dipergunakan.

Contoh:

- Naṣrunminallahi wafathunqarib
- Lillahi al-amrujami’an
- Lillahil-amrujami’an
- Wallahubikullisyai’in ‘alim

### **j. Tajwid**

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang takterpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai ilmu tajwid.

## ABSTRAK

Devani Kharisma Tasya, 1901270023. “Analisis SWOT Dalam Startegi Pemasaran Produk Tabungan Qurban iB Di Bank BTN Kantor Cabang Syariah Medan”

Produk tabungan qurban adalah program terpadu Bank BTN Syariah yang diberikan kepada masyarakat di kota medan yang ingin menggunakan tabungan qurban untuk ikut berqurban setiap tahun qurban, tetapi tidak memiliki cukup dana dan produk tabungan qurban dapat diakses layanan perbankan. Tujuan utamanya adalah untuk ,memudahkan perencanaan untuk berqurban dan investasi akhirat . Produk tabungan qurban ini sudah berjalan 15 tahun lebih tetapi minat masyarakat masih minim melakukan keputusan untuk menggunakan tabungan qurban, produk ini tidak berkembang dan tidak sesuai target yang di inginkan oleh Bank Syariah Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pemasaran dan daya tarik produk, terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan qurban di Bank BTN Syariah.

Penelitian yang dilakukan adalah penelitian kualitatif deskriptif yaitu dengan menggunakan teknik pengumpulan data menggunakan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang di gunakan yaitu penelitian lapangan dan penelitian kepustakaan.

Hasil penelitian yang di peroleh yaitu analisis SWOT yang dilakukan Bank BTN Kantor Cabang Syariah Medan dalam strategi pemasaran sangat efektif dibuktikan dengan proses pemasaran produk tabungan qurban dengan biaya tyerjangkau yang memaksimalkan seluruh potensi yang ada, dan masyarakat sangat mendukung dan merasa senang dengan adanya program tabungan qurban di Bank BTN KCS Medan .

Kata Kunci : Analisis SWOT, Strategi Pemasaran, Tabungan Qurban



## ABSTRAC

Devani Kharisma Tasya, 1901270023. "SWOT Analysis in the Marketing Strategy of Sacrificial Savings Products at Indonesian Sharia Bank BTN Medan"

*The qurban savings product is an integrated program of Bank BTN Syariah which is provided to people in the city of Medan who want to use qurban savings to participate in qurban every year, but do not have sufficient funds and qurban savings products can be accessed by banking services. The main goal is to facilitate planning for qurban and investment in the hereafter. This qurban savings product has been running for more than 15 years but there is still little public interest in making decisions to use qurban savings, this product is not developing and does not meet the target desired by Bank Syariah Indonesia. This study aims to determine the effect of marketing and product attractiveness on customers' decisions to use qurban savings products at Bank BTN Syariah.*

*The research conducted was descriptive qualitative research, namely by using data collection techniques using interviews, observation, and documentation methods. The data analysis technique used is field research and library research. The research results obtained were SWOT analysis conducted by Bank BTN Syariah Medan in a very effective marketing strategy as evidenced by the process of marketing qurban savings products at an affordable cost that maximizes all existing potential, and the community is very supportive and happy with the qurban savings program in Sharia Bank BTN Medan.*

*Keywords: SWOT Analysis, Marketing Strategy, Qurban Tabungan*

## KATAPENGANTAR



*Assalamualaikum Warahmatullaahi Wabarakaatuh*

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena atas berkat rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan proposal skripsi ini dengan judul **“Analisis SWOT Dalam Strategi Pemasaran Produk Tabungan BTN Qurban iB Di Bank BTN Kantor Cabang syariah Medan”** guna untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pendidikan Program Studi Perbankan Syariah Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU).

Dalam menyelesaikan penulisan proposal skripsi ini, penulis telah banyak menerima bimbingan, dukungan dan nasehat dari berbagai pihak yang terkait. Untuk itu penulis banyak mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Cinta pertama dan panutan ku, Ayahanda Sujarno Syah dan pintu Surga ku Ibunda Endang Nurtati selaku orangtua penulis yang sangat berperan penting dalam menyelesaikan program studi penulis, serta ikhlas dan tidak pernah lelah mendidik, menjaga, merawat serta mendoakan penulis untuk kesuksesan penulisan sampai saat ini.
2. Bapak Prof. Dr. Agussani M.AP selaku rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA, selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Dr. Zailani, S.Pd.I., MA selaku Wakil Dekan I Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Dr. Munawir Pasaribu, MA selaku Wakil Dekan III

Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

6. Ibu Dr. Rahmayati, SE., IM.E.I selaku Ketua Program studi Perbankan Syariah Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
7. Bapak Riyan Pradesyah S.E.Sy.,M.EI selaku sekretaris program studi Perbankan Syariah Universitas Sumatera Utara
8. Ibu Uswah Hasanah, MA selaku Dosen Pembimbing penulis yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam penulisan proposal skripsi ini.
9. Seluruh Staf Dosen Pengajar Biro Akademik Fakultas Agama Islam program studi Perbankan Syariah Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang selama ini banyak memberikan pengetahuan kepada penulis selama masa studi.
10. Pihak Perusahaan Bank BTN Kantor cabang syariah Medan beserta Staff dan jajarannya. Terimakasih telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan riset ini.
11. Kepada Hamba Allah yang tidak ingin disebut nama nya, terimakasih sudah banyak membantu sekaligus jadi support system bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Hanya Allah yang dapat membalas nya.

Akhir kata, penulis sampaikan terimah kasih kepada semua pihak yang telah banyak membantu dan mohon maaf yang sebesar-besarnya, semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua, Aamiin.

*Wassalamu'alaikum Warahamatullaahi Wabarakaatuh*

Medan, 15 DESEMBER 2023  
Penulis

DEVANI KHARISMA TASYA  
1901270023

## DAFTAR ISI

<b>ABSTARK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	7
C. Rumusan Masalah .....	7
D. Tujuan Penelitian .....	8
E. Manfaat Penelitian.....	8
F. Sistematika Penulisan.....	9
<b>BAB II LANDASAN TEORITIS .....</b>	<b>10</b>
A. Kajian Pustaka.....	10
1. Analisis SWOT .....	10
a. Pengertian Analisis SWOT .....	10
b. Analisis Matriks SWOT.....	11
c. Cara Melakukan Analisis Swot Dengan Benar .....	12
2. Strategi Pemasaran .....	15
a. Pengertian Pemasaran .....	15
b. Strategi Pemasaran .....	16
c. Fungsi Strategi Pemasaran .....	16
d. Strategi Bauran Pemasaran .....	18
e. Strategi Pemasaran Bank.....	19

3. Tabungan Qurban .....	20
a. Sejarah Qurban.....	20
b. Pengertian Tabungan Qurban .....	21
B. Kajian Penelitian Terdahulu.....	22
C. Kerangka Pemikiran.....	24
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>25</b>
A. Pendekatan Penelitian .....	25
B. Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	25
C. Sumber Data Penelitian.....	26
D. Teknik Pengumpulan Data.....	26
E. Teknik Analisis Data.....	27
F. Teknik Keabsahan Data .....	27
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>29</b>
A. Profil Bank BTN Syariah Medan .....	29
1. Sejarah Umum Perusahaan.....	29
2. Visi Dan Misi.....	31
3. Logo Bank BTN Syariah .....	32
4. Struktur Organisasi Bank BTN KCS Medan.....	33
B. Hasil Penelitian .....	34
C. Pembahasan .....	44
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>47</b>
A. Kesimpulan.....	47
B. Saran.....	49
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>50</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Kajian Terdahulu .....	22
Tabel 3.1 Waktu Penelitian .....	25

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Logo Dan Makna Bank Syariah Indonesia .....	30
Gambar 4.2 Struktur Bank Syariah Indonesia.....	

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Undang-Undang Perbankan Syariah No. 21 Tahun 2008 menyebutkan bahwa Perbankan Syariah adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan perbankan syariah dan sektor bisnis syariah, termasuk kelembagaan, kegiatan usaha, serta metode dan proses untuk melakukan kegiatan usaha. Bank syariah adalah bank yang melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah yang meliputi jenis Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS), dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).

Dilatar belakangi kesadaran umat Islam khususnya dan masyarakat umumnya untuk memanfaatkan sistem perbankan syariah disertai dengan komitmen PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk untuk memberikan yang terbaik bagi masyarakat yang membutuhkan jasa keuangan syariah, maka Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk tentang pengesahan rencana kerja dan anggaran perusahaan tahun 2004, mengamanatkan pembentukan unit usaha syariah PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk sebagai unit bisnis dalam rangka meningkatkan kualitas dan kuantitas layanan kepada nasabah melalui penyediaan alternatif layanan secara Dual Banking System.

Untuk menindak lanjuti keputusan RUPS tersebut, pada tanggal 4 November 2004 PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk telah memberikan Unit Usaha Syariah (UUS) yang bertugas mengelola unit bisnis perbankan berdasarkan prinsip syariah sekaligus menunjuk konsultan pendamping pembentuk Unit Usaha Syariah (UUS) PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk yaitu PT. Batasa Tazkia. Selanjutnya Bank Indonesia melalui surat NomorSurat No. 6/1350/Dbps tanggal 15 Desember 2004 telah memberikan izin prinsip bagi pembukaan Kantor Cabang Syariah Bank Tabungan Negara. Kehadiran PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Syariah (KCS) Medan merupakan bentuk kepedulian manajemen Bank BTN untuk ikut serta melayani masyarakat dan membangun wilayah barat Indonesia terutama di wilayah Sumatera Utara dengan mempertimbangkan efisiensi dan efektifitas dalam



berbisnis dan berusaha. Nasabah dilayani dengan pelayanan prima (service excellence) dan menawarkan beragam produk yang sesuai harapan nasabah dengan prinsip syariah baik dalam bentuk simpanan tabungan harian dan juga pada kegiatan pemberian modal ataupun pembiayaan. Sistem pembiayaan dan simpanan tabungan di Bank BTN Kantor Cabang Syariah diperuntukkan bagi nasabah yang memenuhi persyaratan guna untuk mengembangkan usaha dan nasabah harus memenuhi persyaratan perjanjian yang ada di Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Syariah yang dapat menjadikan ekonomi umat dengan mengeluarkan produk-produk yang tidak melanggar prinsip-prinsip syariah baik produk dalam penghimpunan dana atau penyaluran dana.

Produk penghimpunan dana diantaranya tabungan BTN batara iB, tabungan BTN prima iB, tabungan BTN haji dan umroh iB, tabungan BTN qurban iB, tabunganku iB, tabungan BTN simple iB, tabungan BTN emas iB, giro BTN iB, giro BTN prima iB, dan deposito BTN iB dan deposito On Call BTN iB. Sedangkan di pembiayaan atau penyaluran dana diantaranya KPR BTN bersubsidi iB, KPR BTN platinum iB, KPR BTN indent iB, pembiayaan property BTN iB, pembiayaan bangun rumah BTN iB, pembiayaan multimanfaat BTN iB, pembiayaan multijasa BTN iB, pembiayaan kendaraan bermotor BTN iB, pembiayaan tunai emas BTN iB, pembiayaan emasku BTN iB, pembiayaan modal kerja BTN iB, pembiayaan investasi BTN iB dan pembiayaan konstruksi BTN iB. Pada ProduJasa dan layanan Bank BTN Kantor Cabang Syariah memberikan fasilitas diantaranya kartu debit BTN Syariah, kiriman uang, iCash management system (ICMS), payment point BTN iB, payroll BTN iB dan penerimaan biaya perjalanan haji.

Tabungan BTN qurban iB adalah produk tabungan untuk merencanakan pembelian dan penyaluran hewan qurban dengan bagi hasil yang menguntungkan dan kompetitif berdasarkan prinsip kerja sama antara dua pihak dengan keuntungan dan kerugian dibagi menurut nisbah yang disepakati dimuka. Dengan adanya tabungan BTN qurban iB ini nasabah akan lebih mudah dalam pembelian dan penyaluran hewan qurban serta pelaksanaan qurban dapat terencana dan terlaksana dengan baik. Maka agar nasabah lebih tertarik, diperlukan analisis SWOT untuk meminimalkan kelemahan dan memaksimalkan kekuatan dalam

strategi pemasaran tabungan BTN Qurban iB..

Saat ini, industri perbankan syariah berkembang pesat dan telah merambah ke banyak negara, bahkan ke negara-negara Barat. Danske Islamic Bank International tercatat sebagai bank syariah pertama yang beroperasi di Eropa, yaitu di Denmark pada tahun 1983. Perkembangan perbankan syariah juga harus didukung oleh sumber daya manusia yang memadai, baik secara kualitatif maupun kuantitatif. Namun realita yang ada menunjukkan bahwa masih banyak sumber daya manusia di lembaga Islam yang belum memiliki pengalaman akademis maupun praktis di perbankan syariah. Tentu saja keadaan ini dapat berdampak serius terhadap produktifitas dan profesionalisme industri perbankan syariah itu sendiri.

Perkembangan perbankan syariah ini tentunya juga harus didukung oleh sumber daya insani yang memadai, baik dari segi kualitas maupun kuantitasnya. Namun, realitas yang ada menunjukkan bahwa masih banyak sumber daya insani yang selama ini terlibat di institusi syariah tidak memiliki pengalaman akademis maupun praktis dalam *Islamic Banking*. Tentunya kondisi ini cukup signifikan mempengaruhi produktivitas dan profesionalisme perbankan syariah itu sendiri. (Havis Aravik, Choiriyah 2022)

Tujuan pemasaran secara umum adalah untuk memaksimalkan konsumsi, yaitu mempromosikan dan merangsang konsumsi, sehingga menarik nasabah untuk berulang kali membeli produk yang disediakan oleh bank. Memaksimalkan kepuasan pelanggan dengan berbagai layanan yang diinginkan pelanggan.

Pemasaran mendapatkan perhatian serius dan posisi strategik dalam khazanah literatur dan praktik bisnis di Indonesia dalam dua dekade terakhir. Ini bisa terlihat dari maraknya publikasi artikel pemasaran di media massa, penerbitan buku-buku pemasaran, serta seminar, pelatihan dan riset pemasaran yang giat diselenggarakan. Dinamika, domain dan signifikansi pemasaran ditandai dengan berkembangnya sejumlah definisi dengan fokus yang beraneka ragam. Definisi-definisi tersebut tidak bertentangan satu sama lain, namun saling melengkapi. Salah satu definis yang paling banyak diacu adalah versi *American Marketing Association* (AMA) tahun 2007: pemasaran adalah aktivitas, serangkaian institusi, dan proses menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan

mempertaruhkan tawaran (*offerings*) yang bernilai bagi pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat umum. (Fauzani, Akramiah, and Sutikno 2018).

Strategi pemasaran merupakan alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran tersebut. Pada dasarnya strategi pemasaran memberikan arah dalam kaitannya dengan variabel-variabel seperti segmentasi pasar, identifikasi pasar sasaran, positioning, elemen bauran pemasaran, dan biaya bauran pemasaran. Strategi pemasaran merupakan bagian integral dari strategi bisnis yang memberikan arah pada semua fungsi manajemen suatu organisasi. (Fauzani et al. 2018)

Pelanggan yang puas akan mengarah pada pemasaran lebih lanjut karena kepuasan ini akan diteruskan ke pelanggan lain melalui cerita. Maksimalkan pilihan (*diversity of product*), yaitu bank menyediakan berbagai jenis produk perbankan, sehingga nasabah juga memiliki banyak pilihan. Memaksimalkan kualitas hidup dengan memberikan nasabah berbagai kemudahan dan menciptakan suasana yang produktif.

Ide pemasaran memiliki seperangkat alat pemasaran yang dapat dikontrol yang disebut bauran pemasaran. Menurut Kotler, bauran pemasaran adalah sekelompok faktor alat pemasaran yang dapat dikendalikan oleh produk, harga, promosi, lokasi, dan lain-lain, dan digabungkan oleh perusahaan untuk menghasilkan tanggapan yang diinginkan di pasar sasaran.

Strategi pemasaran merupakan perwujudan rencana yang tepat sasaran dalam bidang pemasaran untuk memperoleh hasil yang optimal. Menghadapi pasar sasaran yang ada, bank menghadapi banyak kesulitan, seperti munculnya bank baru, inovasi teknologi, dan fasilitasi transaksi, berbagai hadiah dan promosi yang disediakan oleh bank, dan lain-lain. Pemasaran yang dilakukan bank berupa produk jasa. Jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat diberikan oleh satu pihak kepada pihak lain yang sifatnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu. Produksinya mungkin atau mungkin tidak terkait dengan produk fisik. Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Syariah Medan merupakan bank yang menerbitkan berbagai produk. Produk adalah

sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk menarik perhatian untuk dibeli, digunakan atau dikonsumsi dan memenuhi kebutuhan masyarakat salah satunya adalah tabungan qurban.

Qurban merupakan salah satu peristiwa islam yang sangat di kenal oleh umat islam seluruh dunia. Qurban merupakan salah satu bentuk bersyukur kepada Allah SWT. Sejarah ibadah kurban ini dapat dilacak jauh sebelum masa Nabi Muhammad SAW, yakni saat Allah SWT mewahyukan kepada Nabi Ibrahim AS untuk menyembelih anaknya, Ismail AS. Rasulullah SAW menceritakan sendiri sejarah kurban kepada sahabat-sahabatnya. Dalam riwayat Zaid bin Arqam, para sahabat bertanya kepada Nabi SAW: "Wahai Rasulullah SAW, apakah kurban itu? Rasulullah SAW menjawab: 'Kurban adalah sunnahnya bapak kalian, Nabi Ibrahim’

Tabungan qurban menjadi alternatif bagi masyarakat yang ingin menunaikan ibadah qurban dengan cara berkomitmen untuk menyisihkan uang agar dapat membeli hewan kurban. Tabungan Kurban adalah kegiatan simpanan menggunakan akad wadiah atau titipan kepada suatu lembaga yang dimaksudkan untuk pembelian hewan kurban. (Viphindrartin et al. 2022)

Qurban merupakan peristiwa pengorbanan yang di perintahkan Allah kepada Nabi Ibrahim as kepada anaknya yaitu Ismail. Terdapat salah satu ayat yang menjelaskan peristiwa itu, yaitu dalam QS. Ash-Shaffat: 102

فَلَمَّا بَلَغَ مَعَهُ السَّعْيَ قَالَ يَبْنَئِي إِنِّي أَرَى فِي الْمَنَامِ أَنِّي أَذْبَحُكَ فَانظُرْ  
مَاذَا تَرَى قَالَ يَا بَتِ افْعَلْ مَا تُؤْمَرُ سَتَجِدُنِي إِنْ شَاءَ اللَّهُ مِنَ الصَّابِرِينَ

Artinya: “Maka tatkala anak itu sampai (pada umur sanggup) berusaha bersama-sama Ibrahim, Ibrahim berkata: "Hai anakku sesungguhnya aku melihat dalam mimpi bahwa aku menyembelihmu. Maka fikirkanlah apa pendapatmu!" Ia menjawab: "Hai bapakku, kerjakanlah apa yang diperintahkan kepadamu; insya Allah kamu akan mendapatiku termasuk orang-orang yang sabar"

Dari ayat di atas dapat dilihat bahwa perintah Allah. Allah Subhanahu wa ta'ala memerintahkan kepadanya agar menyembelih anak satu-satunya sebagai

korban di sisi Allah. Ketika itu Ismail mendekati masa baligh atau remaja, suatu tingkatan umur sewaktu anak dapat membantu pekerjaan orangtuanya.

Menurut Al-Farra', usia Ismail ketika itu 13 tahun. Nabi Ibrahim Alaihissallam dengan hati yang sedih memberitahukan kepada Ismail tentang perintah Allah Subhanahu wa ta'ala yang disampaikan kepadanya melalui mimpi.

Persyaratan untuk membuka tabungan BTN Qurban iB adalah sebagai berikut :

1. Perorangan WNI/WNA
2. KTP/SIM/Paspor/KIMS yang masih berlaku atau surat keterangan domisili/kerja, *beneficiary owner* untuk usia dibawah 17 tahun
3. Setoran awal Rp. 150.000,
4. Setoran selanjutnya minimal Rp. 50.000 (setoran di outlet) dan Rp. 150.000 (untuk auto debet)

Tabungan Qurban ib menggunakan akad mudharabah mutlaqah, yaitu jenis persyaratan antara pemilik dana, dan BTN syariah itu sendiri yang tidak tidak dibatasi oleh rician jenis usaha, waktu dan tempat asal usaha.

Oleh karena itu pemilik dana tidak memiliki batasan jangka waktu yang di tentukan, di tabungan ini apabila dana telah cukup untuk membeli hewan qurban maka BTN Syariah akan langsung membeli hewan qurban 10 hari sebelum hari raya Idul Adha untuk diserahkan kepada nasabah atau pemilik modal.

Setoran awal pembukaan tabungan qurban adalah sebesar Rp. 150.000,- dan setoran selanjutnya tergantung pada harga hewan, untuk prediksi harga, misal harga jual hewan Rp. 1.500.000,- hitungannya akan dibagi dengan 10 bulan. Jadi, apabila harga hewan Rp. 1.500.000 dibagi dengan 10 bulan maka perbulannya nasabah akan membayar dengan Rp. 150.000,- sekitar 10 hari sebelum hari raya idul adha sudah diumumkan harga sebenarnya yang harus dibayar oleh nasabah. Apabila harga prediksi yang sebelumnya Rp. 1.500.000,- kemudian mengalami penurunan harga yang sesungguhnya yaitu 1.500.000,-, maka pihak Bank akan memberitahu kepada nasabah bahwa ada penurunan harga, yang kemudian sisanya akan dikembalikan pada rekening

nasabah, Begitupun sebaliknya apabila terjadi kekurangan pada harga yang sudah di prediksi maka pihak Bank juga akan memberitahu kekurangannya pada nasabah. Untuk perolehan hewan qurban, tergantung pada permintaan nasabah, ada nasabah yang meminta dibelikan hewannya saja dan menyembelihnya sendiri dirumah, maka pihak Bank BTN Syariah KCPS Indramayu hanya akan membelikan hewannya saja. Ada juga yang meminta terima bersih, hewan akan dibelikan oleh Bank BTN Syariah KCPS Indramayu akan diurus proses penyembelihannya dan hewan qurban dapat diantar kerumah atau tempat yang diinginkan, lebih tepatnya yaitu qurban delivery. Produk tabungan qurban IB ini adalah produk simpanan dana yang digunakan untuk membantu mewujudkan ibadah qurban dengan menggunakan akad mudharabah mutlaqah (investasi) serta memiliki berbagai macam fitur dan manfaat, keuntungan bagi hasil yang diperoleh bank atas pengelolaan dana tabungan qurban berdasarkan akad mudharabah mutlaqah, sesuai dengan perhitungan bank setiap akhir bulan berdasarkan nisbah yang disepakati oleh bank dan nasabah dengan komposisi bagi hasil 15,5 % : 84,5 %.

## **B. Identifikasi Masalah**

Dari latar belakang masalah di atas maka identifikasi masalah dari penelitian ini adalah:

1. BTN Qurban iB pada Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Syariah Medan belum mengalami perkembangan di bandingkan tabungan lainnya.
2. BTN Qurban iB belum dikenal kalangan masyarakat sehingga banyak yang belum mengetahui BTN Qurban ib di Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Syariah Medan.
3. Kurang nya media promosi BTN Qurban iB.

## **C. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana analisis SWOT dalam strategi pemasaran produk tabungan BTN Qurban iB di Kantor Cabang Syariah Medan ?

2. Bagaimana strategi pemasaran produk tabungan BTN Qurban iB di Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Syariah Medan?
3. Apa saja kurangnya minat masyarakat dalam memilih produk tabungan BTN Qurban iB di Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Syariah Medan?

#### **D. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui dan menganalisa analisis SWOT yang digunakan dalam strategi pemasaran produk tabungan BTN Qurban iB.
2. Untuk mengetahui strategi pemasaran produk tabungan BTN Qurban iB di Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Syariah Medan
3. Untuk mengetahui apa saja pengaruh kurangnya masyarakat memilih produk Tabungan BTN Qurban iB di Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Syariah Medan

#### **E. Manfaat Penelitian**

- a. Bagi Penulis
  - 1) Untuk memenuhi syarat dan tugas dalam mencapai gelar sarjana Ekonomi pada Program Studi Perbankan Syariah Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
  - 2) Menjadi proses pembelajaran dan pengetahuan yang bermanfaat dan dapat menambah wawasan ilmiah penulis.
- b. Bagi Perusahaan Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Syariah Medan
  - 1) Memberikan informasi kepada calon nasabah tentang tabungan BTN iB Qurban .
  - 2) Menjadikan tabungan BTN iB Qurban sebagai tabungan yang banyak di kenal masyarakat.
  - 3) Memudahkan nasabah untuk berqurban melalui tabungan jika tidak memiliki cukup dana.
  - 4) Memberikan penjelasan tentang produk tabungan BTN Qurban iB yang memudahkan nasabah untuk memilih tabungan BTN Qurban iB sebagai salah satu pilihan menabung.
- c. Bagi Akademis

- 1) Menjadi referensi ilmiah untuk penelitian selanjutnya agar dapat melakukan penelitian yang lebih baik.
- 2) Hasil penelitian dapat digunakan untuk mahasiswa khususnya mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

## **F. Sistematika Penulisan**

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pada Bab ini berisi gambaran umum untuk memberikan tentang arah penelitian yang di lakukan, meliputi: Latar Belakang Masalah, Identifikasi Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Sistematika Penulisan.

### **BAB II : LANDASAN TEORITIS**

Berisi kajian pustaka, kajian penelitian terdahulu, kerangka pemikiran.

### **BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

Pada Bab ini berisi tentang pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data, teknik keabsahan data.

### **BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menjelaskan tentang hasil penelitian yang telah di lakukan di lapangan.

### **BAB V : PENUTUP**

Pada Bab ini berisi simpulan, saran, daftar pustaka serta lampiran.



## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Kajian Pustaka**

##### **1. Analisis SWOT**

###### **a. Pengertian Analisis SWOT**

SWOT adalah singkatan dari *Strenghts* (kekuatan), *Weaknesses* (Kelemahan), *Opportunities* (Peluang) dan *Threats* (Ancaman), dimana SWOT ini dijadikan sebagai suatu model dalam menganalisis suatu organisasi yang berorientasi *profit* dan *non profit* dengan tujuan utama untuk mengetahui keadaan organisasi tersebut secara lebih komprehensif.(Havis Aravik, Choiriyah 2022) . Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Metode perencanaan strategi yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), ancaman (threats) dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis. Keempat faktor itulah yang membentuk akronim SWOT adalah singkatan dari lingkungan internal strenghts dan weaknesses serta lingkungan eksternal oppotunities dan threats yang dihadapi dunia bisnis.

Analisis SWOT adalah identifikasi sistematis dari berbagai faktor untuk dirumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika memaksimalkan kekuatan (Keuntungan) dan Peluang (Opportunities), namun sekaligus meminimalkan kerugiannya (kelemahan) dan ancaman (threat). Proses pengambilan keputusan strategis selalu dikaitkan dengan Merumuskan misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan. Oleh karena itu perencana strategis (Perencana strategis) harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan. tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan. Oleh karena itu perencana strategis (Perencana strategis) harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam kondisi saat ini). Ini disebut analisis situasi. Model Analisis situasi yang paling populer adalah analisis SWOT

SWOT melibatkan penentuan tujuan spekulasi bisnis atau proyek yang spesifik dan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mendukung dan yang tidak mendukung dalam mencapai tujuan tersebut. Proses ini akan lebih baik

dibahas dengan menggunakan tabel yang dibuat dalam kertas besar sehingga dapat dianalisis dengan baik hubungan dari setiap aspek.

Alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan adalah matrik SWOT. Matrik ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matrik ini dapat menghasilkan 4 set kemungkinan alternatif strategis. (Journal, Pratama, and Melinda 2023)

#### **b. Analisis Matriks SWOT**

Berdasarkan posisi perusahaan yang diperoleh dari matriks IE, maka diimplementasikan dengan menggunakan matriks SWOT (*Strengths-Weakness-Opportunity-Threats*). Analisis SWOT ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunity*) namun secara bersamaan dapat merupakan alat analisis yang di gunakan untuk mencocokkan hasil yang diperoleh pada matriks IFE dan EFE. Hasil yang diperoleh dari matriks SWOT adalah alternatif strategi yang layak dipakai dalam strategi perusahaan. Matriks ini dapat menghasilkan empat sel kemungkinan alternative strategi, yaitu strategi S-O (*Strengths- Opportunity*), strategi W-O (*Weakness Opportunity*), strategi W-T (*Weakness Threats*). (Nugraha et al. 2023)

##### 1. Strategi S-O

Strategi SO atau strategi kekuatan peluang yaitu strategi yang menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk memanfaatkan yang peluang yang ada. (Nugraha et al. 2023)

##### 2. Strategi S-T

Strategi ST atau Strategi kekuatan ancaman yaitu strategi yang menggunakan kekuatan untuk menghindari maupun mengurangi dampak dari faktor eksternal. (Nugraha et al. 2023)

##### 3. Strategi W-O

Strategi WO atau strategi kelemahan Peluang yaitu strategi yang bertujuan untuk memperbaiki kelemahan dengan memanfaatkan peluang yang ada. (Nugraha et al. 2023)

##### 4. Strategi W-T

Strategi W-T atau strategi kelemahan adalah strategi untuk mengurangi kelemahan perusahaan serta menghindari ancaman dan faktor eksternal. (Nugraha et al. 2023)

Agar analisis SWOT efektif, pendiri dan pemimpin perusahaan perlu terlibat secara mendalam. Ini bukan tugas yang bisa didelegasikan kepada orang lain. Tetapi, pemimpin perusahaan juga tidak boleh melakukan pekerjaan sendiri. Untuk hasil terbaik, kumpulkan sekelompok orang yang memiliki perspektif berbeda tentang perusahaan. Pilih orang yang dapat mewakili berbagai aspek perusahaan Anda, mulai dari penjualan dan layanan pelanggan hingga pemasaran dan pengembangan produk. Setiap orang harus memiliki bagian dalam hal ini. Perusahaan yang inovatif bahkan melihat di luar jajaran internal mereka sendiri ketika mereka melakukan analisis SWOT dan mendapatkan masukan dari pelanggan untuk menambahkan suara unik mereka ke dalam pertimbangan keputusan bisnis. Jika Anda memulai atau menjalankan bisnis sendiri, Anda masih dapat melakukan analisis SWOT. Ambil sudut pandang tambahan dari teman yang tahu sedikit tentang bisnis Anda, akuntan Anda, atau bahkan vendor dan pelanggan. Kuncinya adalah memiliki sudut pandang yang berbeda. Bisnis yang menggunakan analisis SWOT untuk menilai situasi mereka saat ini dan menentukan strategi untuk bergerak maju. Tetapi, ingatlah bahwa segala sesuatunya terus berubah dan Anda perlu menilai kembali strategi Anda, dimulai dengan analisis SWOT baru setiap enam hingga 12 bulan. Bagi pemula, analisis SWOT adalah bagian dari proses perencanaan bisnis. Ini akan membantu menyusun strategi agar anda memulai dengan langkah yang benar dan mengetahui arah yang akan Anda tuju.

### **c. Cara Melakukan Analisis SWOT Dengan Benar**

Seperti yang kami bahas diatas, Anda harus mengumpulkan tim untuk melakukan analisa SWOT. Anda tidak perlu melakukan analisa sepanjang hari, satu atau dua jam sudah cukup.

1. Kumpulkan orang-orang dari berbagai bagian perusahaan Anda dan pastikan Anda memiliki perwakilan dari setiap bagian. Anda akan menemukan bahwa berbagai kelompok dalam perusahaan Anda memiliki perspektif yang sama

sekali berbed. Dan point ini sangat penting untuk membuat analisis SWOT Anda berhasil.

2. Melakukan analisis SWOT mirip dengan pertemuan mendengarkan pendapat, untuk mengetahui cara yang benar dan salah dalam menjalankan suatu hal. Disarankan untuk memminta setiap orang mencatat dan minta setiap orang diam-diam menghasilkan ide untuk memulai sesuatu. Hal ini untuk mencegah *groupthink* dan memastikan bahwa semua suara didengar.
3. Setelah melakukan brainstorming selama lima hingga 10 menit, letakkan semua catatan dan tempel di dinding jangan lupa untuk mengelompokkan ide-ide serupa. Izinkan siapa pun menambahkan catatan tambahan pada titik ini jika ide orang lain memicu pemikiran baru.
4. Setelah semua ide diorganisasikan, sekarang saatnya untuk menentukan peringkat ide. gunakan sistem pemungutan suara di mana setiap orang mendapat lima atau sepuluh “suara” yang dapat mereka bagikan dengan cara apa pun yang mereka suka. Membuat catatan dalam berbagai warna berguna untuk latihan ini.
5. Berdasarkan latihan pemungutan suara, Anda harus memiliki daftar gagasan yang dapat diprioritaskan. Tentu saja, daftar itu sebagai bahan untuk diskusi dan debat, dan seseorang di ruangan itu harus dapat membuat keputusan terakhir pada prioritas. Ini biasanya CEO, tetapi bisa didelegasikan kepada orang lain yang bertanggung jawab atas strategi bisnis.

Terdapat 4 analisis yang ada di dalam Analisis SWOT, yaitu:

#### 1. Kekuatan (*Strength*)

Kekuatan atau *Strength* adalah poin internal dan positif dari perusahaan Anda. Ini adalah hal-hal yang berada dalam kendali Anda. Contohnya adalah proses bisnis apa yang berhasil? Aset apa yang Anda miliki di tim Anda, seperti pengetahuan, pendidikan, jaringan, keterampilan, dan reputasi? Aset fisik apa yang Anda miliki, seperti pelanggan, peralatan, teknologi, pendanaan, dan paten produk? Apa keunggulan kompetitif yang anda miliki dibandingkan pesaing Anda?

## 2. Kelemahan (*Weaknesses*)

Kelemahan adalah faktor negatif yang mengurangi kekuatan Anda. Ini adalah hal-hal yang Anda mungkin perlu tingkatkan agar menjadi lebih kompetitif.

- a. Adakah hal-hal yang Anda perlukan untuk membuat bisnis menjadi lebih kompetitif?
- b. Proses bisnis apa yang perlu diperbaiki?
- c. Apakah ada aset berwujud yang dibutuhkan perusahaan anda, seperti pendanaan atau peralatan?
- d. Apakah ada celah di tim Anda?
- e. Apakah jabatan anda ideal untuk menunjang kesuksesan anda?

## 3. Peluang (*Opportunities*)

Peluang adalah faktor eksternal dalam lingkungan bisnis anda yang cenderung berkontribusi pada kesuksesan bisnis.

- a. Apakah *market* bisnis Anda berkembang dan apakah ada tren yang akan mendorong orang untuk membeli lebih banyak dari apa yang Anda jual?
- b. Adakah acara atau event yang dapat dimanfaatkan perusahaan Anda dalam menumbuhkan pengembangan bisnis?
- c. Apakah ada perubahan peraturan yang akan mempengaruhi perusahaan Anda secara positif?
- d. Jika bisnis Anda terus berkembang, apakah itu berarti pelanggan membutuhkan produk Anda?

## 4. Ancaman (*Threats*)

Ancaman adalah faktor eksternal yang tidak dapat Anda kendalikan. Anda tetap harus mempertimbangkan hal ini untuk menempatkan rencana darurat dalam menangani masalah yang terjadi.

- a. Apakah Anda memiliki pesaing potensial yang dapat memasuki pasar Anda?
- b. Apakah pemasok akan selalu dapat memasok bahan baku yang Anda butuhkan dengan harga yang cocok

- c. Bisakah perkembangan di masa depan dalam teknologi mengubah cara Anda melakukan bisnis?
- d. Apakah perilaku konsumen berubah dengan cara yang dapat berdampak negatif bagi bisnis Anda?
- e. Adakah tren pasar yang bisa menjadi ancaman?

## **2. Strategi Pemasaran**

### **a. Pengertian Pemasaran**

Istilah pemasaran muncul pertama kali sejak kemunculan istilah barter. Proses pemasaran dimulai sebelum barang-barang diproduksi dan tidak berakhir dengan penjualan. Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran.(Muyassarah 2019).

Kotler dan Keller menyatakan bahwa pemasaran ialah fungsi organisasi dan satu set proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan menyampaikan nilai kepada pelanggan dan untuk membangun hubungan pelanggan yang memberikan keuntungan bagi organisasi dan pihak-pihak yang berkepentingan terhadap organisasi. (Muyassarah 2019)

Pemasaran adalah proses merencanakan dan melaksanakan konsep penetapan harga, promosi, dan distribusi produk, layanan, dan gagasan, dengan tujuan menciptakan kepuasan bagi perusahaan dan pelanggannya. Menurut Shimp, pemasaran adalah rangkaian kegiatan. Bisnis dan organisasi lain menciptakan pertukaran nilai antara bisnis dan perusahaan itu sendiri dan pelanggan mereka. Berdasarkan perbedaan pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa:

- a) Pemasaran dianggap sebagai proses perencanaan ide, konsep, harga, promosi dan distribusi barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memenuhi tujuan individu dan organisasi.
- b) Pemasaran adalah fungsi organisasi dan serangkaian proses yang digunakan untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk membangun hubungan pelanggan untuk kepentingan organisasi dan mereka yang berkepentingan dengan organisasi.

Pemasaran merupakan sekumpulan aktivitas dan fungsi manajemen dimana bisnis dan organisasi lainnya menciptakan pertukaran nilai diantara bisnis dan perusahaan itu sendiri dan para pelanggannya. (Muyassarrah 2019)

#### **b. Strategi Pemasaran**

Strategi pemasaran merupakan rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya di pasar sasaran tertentu. (Nugraha et al. 2023) Fandi Tciptono, Gregorius Chandra, Dedi Adriana (2008, p.283) mendefinisikan Strategi pemasaran merupakan rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya di pasar sasaran tertentu. (Fidiyati 2018)

Saat memulai bisnis, salah satu hal penting yang harus Anda perhatikan dan rancang adalah strategi pemasaran. Produk terbaik tidak berguna tanpa strategi pemasaran yang tepat. Ini karena tanpa strategi pemasaran yang tepat, sulit untuk menjual produk atau bahkan mengembangkan bisnis. Apalagi mengingat saat ini jumlah pesaing di berbagai industri semakin meningkat, begitu pula dengan industri tas. Oleh karena itu, sangat penting untuk mengetahui strategi pemasaran dalam hal ini. Sehingga Anda dapat merancang strategi pemasaran bisnis Anda dengan baik.

#### **c. Fungsi Strategi Pemasaran**

Secara umum, fungsi strategi pemasaran dibagi menjadi 4 poin utama, yaitu:

##### **1. Meningkatkan Inovasi Pengembangan Bisnis**

Dengan adanya strategi pemasaran, kamu bisa mengetahui kebutuhan konsumen. Mulai dari apa yang konsumen butuhkan dan inginkan saat ini hingga masa mendatang. Dengan mengetahui kebutuhan konsumen ini, maka secara tidak langsung bisa memunculkan inovasi-inovasi baru untuk pengembangan bisnismu. Produk yang terus berinovasi menjadi lebih baik, biasanya akan jauh lebih diminati oleh masyarakat. Contoh kecilnya yaitu konsumen sebenarnya tidak perlu membeli tas setiap bulannya. Namun dengan strategi pemasaran, kamu bisa

memanfaatkan alasan tren tas terbaru untuk menarik minat konsumen. Nah, dalam membuat tas dengan tren terbaru ini. Kamu pastinya akan menciptakan inovasi terbaru, bukan?

## 2. Membuat Koordinasi Tim Lebih Efektif

Dengan adanya strategi pemasaran, maka koordinasi tim akan lebih efektif dan terarah. Hal ini karena strategi dapat membantu mengatur tugas setiap staf di setiap divisi dalam bisnis agar bisa bekerja sama untuk mencapai tujuan. Misalnya, suatu bisnis terjadi kenaikan permintaan dari konsumen. Maka adanya strategi pemasaran dapat membuat koordinasi tim yaitu antara divisi pemasaran dan produksi sehingga kebutuhan konsumen dapat tercapai dengan baik.

## 3. Merumuskan Tujuan Perusahaan

Dalam sebuah bisnis, tujuan adalah hal penting yang harus ada sehingga bisnis dapat lebih terarah dan bisa berkembang ke depannya, atau bisa dikatakan bahwa bisnis tanpa tujuan tidak akan mampu berkembang. Misalkan, kamu menentukan tujuan bisnis yaitu untuk mencapai target penjualan sekian persen. Maka, jika tujuan tersebut tercapai, nilai ekonomi perusahaanmu akan meningkat dan bisnismu pasti akan berkembang. Nah, berdasarkan hal inilah sebuah strategi pemasaran dibutuhkan yaitu untuk menentukan tujuan perusahaan, baik itu untuk merumuskan maupun mencapai tujuan itu sendiri dalam jangka pendek maupun jangka panjang.

## 4. Mengawasi Kegiatan Pemasaran

Untuk menentukan strategi pemasaran kedepannya, Kamu juga dituntut untuk melakukan pengawasan apakah strategi yang Kamu gunakan tersebut sudah efektif atau tidak terhadap pemasaran. Secara tidak langsung, hal ini berarti strategi pemasaran juga dapat berfungsi untuk mengawasi kegiatan pemasaran. Misalnya, mengawasi bagaimana kinerja setiap tim dalam mendukung perusahaan mencapai target penjualan, dan sebagainya.



#### d. Strategi Bauran Pemasaran

Dalam strategi pemasaran, perusahaan harus memperhatikan yang disebut dengan Bauran Pemasaran (*marketing mix*). Perusahaan yang menghasilkan produk berupa barang harus memperhatikan 4P, yaitu: *product*, *price*, *promotion*, dan *place*. Sedangkan untuk perusahaan yang menghasilkan produk berupa jasa ditambah dengan 3P, yaitu : *people*, *physical evidance* dan *process*. (Fidiyati 2018) Bauran pemasaran 4P+3P (Prawitasari, 2010, p.24) yaitu:

##### 1. *Product* (Produk) :

Produk merupakan bentuk penawaran organisasi yang ditujukan untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemuasan kebutuhan dan keinginan pelanggan.

##### 2. *Price/Pricing* (Harga) :

Keputusan bauran harga berkenaan dengan kebijakan strategi dan taktis, seperti tingkat harga, struktur diskon, syarat pembayaran dan tingkat diskriminasi harga di antara berbagai kelompok pelanggan.

##### 3. *Promotion* (Promosi) :

Bauran promosi tradisional meliputi berbagai metode untuk mengkomunikasikan manfaat produk maupun jasa.

##### 4. *Place* (Tempat) :

Keputusan distribusi menyangkut kemudahan akses terhadap produk atau jasa bagi para pelanggan potensial. Keputusan ini meliputi lokasi fisik.

##### 5. *People* (Orang) :

Bagi sebagian besar jasa, orang merupakan unsur vital. Dalam organisasi jasa, setiap orang memiliki dampak langsung bagi output yang diterima oleh pelanggan. Sumber daya harus mempunyai kemampuan akan pengenalan produk (*product knowledge*) secara mantap, sehingga dapat memberikan pelayanan yang maksimal kepada konsumen.

##### 6. *Phisical Evidance* (Bukti Nyata) :

Karakteristik “tak dapat disentuh/dirasakan” menyebabkan pelanggan potensial tidak bisa menilai suatu jasa sebelum mengkonsumsinya. Ini menyebabkan resiko dipersepsikan konsumen dalam mengambil keputusan

pembelian. Bukti fisik ini bisa dalam berbagai bentuk, misalnya brosur, gedung, dan penampilan karyawan.

#### 7. *Process* (Proses) :

Proses produk atau operasi merupakan faktor penting bagi konsumen dengan tingkat kontak pelayanan tinggi. Dalam bisnis jasa operasi terkait erat dan sulit dibedakan dengan dengan tegas. (Fidiyati 2018)

#### e. **Strategi Pemasaran Bank**

Semakin berkembangnya teknologi dan zaman membuat bank harus banyak mengeluarkan ide serta inovasi untuk membuat produk – produk baru yang mampu menarik minat masyarakat serta nasabah. Selain itu bank juga harus bisa bersaing dengan kemunculan bank bank baru dengan lebih banyak mengadakan suatu event, doorprice, serta hadiah hadiah yang mampu memikat nasabah, oleh karena itu terdapat beberapa strategi pemasaran yang harus ada di bank, yaitu:

##### 1. Strategi Pemasaran

Strategi produk yakni instrumen atau perangkat yang dapat beli ataupun dijual oleh pihak bank. Di Indonesia sendiri mempunyai beberapa produk yang telah dibeli dan dijual oleh pihak bank dan dapat ditawarkan kepada para calon nasabahnya.

##### 2. Pemasaran Harga

Dalam menggunakan strategi untuk memasarkan produknya, bank mengusung strategi harga yang dibedakan beberapa macam jenis. Hal ini guna memasarkan dan mengenalkan produk bank agar nasabah tertarik pada pemasarannya.

##### 3. Lokasi

Dalam menjalankan strategi pemasaran pada produk barang industri ataupun manufaktur dapat dikenal dengan rangkaian atas saluran distribusi. Hal ini merupakan jalur pemasaran untuk banyak produk yang sudah dihasilkan oleh perbankan. Selain itu juga dengan memperkenalkan direct banking serta telephone banking. Maka dengan begitu nasabah serta pat bisa menggunakan pelayanan dari

bank tanpa harus mendatangi kantor-kantor cabang dari bank yang sudah dipilih sebelumnya.

#### 4. Promosi

Strategi pemasaran yang lainya yakni dengan menggunakan promosi dalam bisnis perbankan dan dikenal sebutan *promotion mix* atau bauran promosi. Promosi yang dilakukan bisa dalam bentuk *advertising* atau periklanan, *sales promotion* atau promosi penjualan, *personal selling* atau penjualan perseorangan maupun *publicity* atau publisitas.

### 3. Tabungan Qurban

#### a. Sejarah Qurban

Setiap tanggal 10 Dzulhijjah, semua umat Islam yang tidak melaksanakan haji merayakan hari raya Idul Adha. Pada hari itu, umat Islam sangat disunnahkan untuk berqurban dimana mereka menyembelih hewan qurban untuk kemudian dibagi-bagikan kepada seluruh umat Islam di suatu daerah. Lalu apakah sebenarnya Qurban itu? Dibawah ini akan dijelaskan secara lengkap. Qurban berasal dari bahasa Arab, “*Qurban*” yang berarti dekat (قربان). Kurban dalam Islam juga disebut dengan *al-udhhiyyah* dan *adh-dhahiyyah* yang berarti binatang sembelihan, seperti unta, sapi (kerbau), dan kambing yang disembelih pada hari raya Idul Adha dan hari-hari tasyriq sebagai bentuk taqarrub atau mendekatkan diri kepada Allah. Allah SWT telah mensyariatkan kurban dengan firman-Nya dalam Qur’an Surah Al Kautsar 1-3:

إِنَّا أَعْطَيْنَاكَ الْكَوْثَرَ, فَصَلِّ لِرَبِّكَ وَانْحَرْ, إِنَّ شَانِئَكَ هُوَ الْأَبْتَرُ

Artinya: “*Sesungguhnya kami telah memberikan kepadamu nikmat yang banyak. Maka dirikanlah shalat karena Tuhan-Mu, dan berkorbanlah. Sesungguhnya orang-orang yang membencimu dialah yang terputus.*” (Q.S Al- Kautsar:1-3).

Ibadah kurban hukumnya *sunnah muakkadah* (sunnah yang sangat dianjurkan). Bagi orang yang mampu melakukannya lalu ia meninggalkan hal itu, maka ia dihukumi makruh. Hal ini berdasarkan hadis yang diriwayatkan oleh Bukhari dan Muslim bahwa Nabi saw pernah berkorban dengan dua kambing kibasy yang sama-sama berwarna putih kehitam-hitaman dan bertanduk. Beliau

sendiri yang menyembelih kurban tersebut, dan membacakan nama Allah serta bertakbir (waktu memotongnya). Allah berfirman dalam Qur'an Surah Al-Hajj ayat 36:

وَالْبُدْنَ جَعَلْنَاهَا لَكُمْ مِّنْ شَعَائِرِ اللَّهِ لَكُمْ فِيهَا خَيْرٌ فَاذْكُرُوا اسْمَ اللَّهِ عَلَيْهَا صَوَافٍ فَإِذَا وَجَبَتْ جُنُوبُهَا فَكُلُوا مِنْهَا وَأَطِعُوا الْقَانِعَ وَالْمُعْتَرَّ كَذَلِكَ سَخَّرْنَاهَا لَكُمْ لَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ

Artinya: “Dan telah Kami jadikan untuk kamu unta-unta itu sebagai syiar Allah. Kamu banyak memperoleh kebaikan dari padanya, maka sebutlah nama Allah ketika kamu menyembelihnya.”(Al-Hajj: 36).

Dari Ummu Salamah ra, Nabi saw bersabda, “Dan jika kalian telah melihat hilal (tanggal) masuknya bulan Dzul Hijjah, dan salah seorang di antara kamu ingin berkorban, maka hendaklah ia membiarkan rambut dan kukunya.” (HR Muslim). Arti sabda Nabi saw, ”ingin berkorban” adalah dalil bahwa ibadah kurban ini sunnah, bukan wajib.

Diriwayatkan dari Abu Bakar dan Umar ra bahwa mereka berdua belum pernah melakukan kurban untuk keluarga mereka berdua, lantaran keduanya takut jika perihal kurban itu dianggap wajib. Jadi qurban artinya perintah Allah SWT untuk menyembelih hewan ternak (unta, sapi, kerbau, domba dan kambing) pada hari raya Idul Adha sampai hari Tasyriq (11, 12, 13 Dzulhijjah) dengan tujuan mendekatkan diri kepada Allah SWT, mengucapkan syukur dan berkah, dan mencari Allah Kenikmatan Allah SWT.

#### **b. Pengertian Tabungan Qurban**

Tabungan merupakan dana yang berasal dari pihak ketiga yang diletakkan disebuah perbankan yang mana dana tersebut bisa ditarik kapan saja termasuk bisa mempergunakan ATM (*Automatic Teller Machine*). (Jayanti 2018)

Qurban sebagai bentuk amal ibadah yang dilakukan karena Allah, maka tentunya kita perlu mengetahui dan memahami hukum serta tata cara pelaksanaannya dengan benar sesuai dengan sunah Rasulullah saw. Tampaknya, momentum Idul Qurban hingga saat ini masih menuntut kita untuk benar-benar berkorban. Artinya, berkorban bukan lagi sekedar memenuhi panggilan syari'at, tetapi karena kondisi nyata ummat yang masih dihadapkan pada situasi yang

memprihatinkan , maka perlu direnungkan Kembali, bahkan harus dicari makna dan nilai-nilai qurban yang haqiqi. (Havis Aravik, Choiriyah 2022)

Tabungan Qurban adalah sebuah tabungan yang sifatnya berencana. Tabungan ini dapat membuat nasabah disiplin dalam mempersiapkan dana untuk melakukan ibadah qurban. Untuk lebih memudahkan nasabahnya, beberapa lembaga keuangan syariah turut bekerjasama dengan lembaga sosial untuk pembelian, penyembelihan, dan pendistribusian hewan kurban bank memberikan bagi hasil yang menguntungkan dan kompetitif. Manfaat Tabungan Qurban yaitu, ibadah qurban nasabah terencana dan mudah, mendapatkan bagi hasil yang kompetitif, berkorban merasa lebih ringan, serta kemudahan pelaksanaan dan pendistribusian daging hewan kurban yang lebih merata sampai ke pelosok. Nasabah juga bisa menentukan sendiri jumlah angsuran setiap bulannya yang menurutnya tidak memberatkan. (Havis Aravik, Choiriyah 2022)

## B. Kajian Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan bagi penulis untuk melakukan penelitiannya sehingga penulis dapat memperluas teori yang digunakan untuk meneliti penelitian yang dilakukan. Penulis mengusulkan beberapa kajian menjadi referensi, memperkaya materi dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis. Berikut adalah beberapa penelitian sebelumnya dalam bentuk jurnal yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis.

**Tabel 2.1 Kajian Terdahulu**

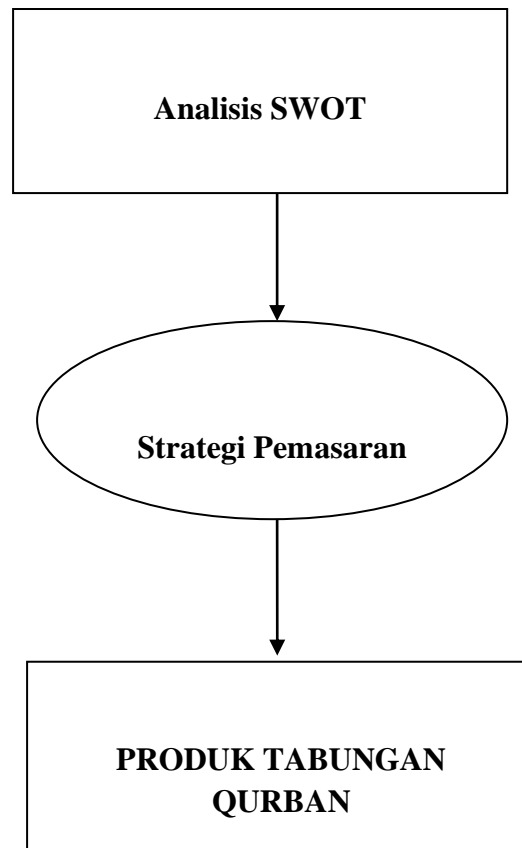
No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Metode Hasil Penelitian
1	Asmila Sari (Muafiah 2019)	Strategi Pemasaran Produk Tabunga Qurban Di PT. BPRS Carana Kiat Andalas	Kualitatif	Hasil penelitian ini menyebutkan bahwa analisis SO yang berpengaruh banyak untuk meningkatkan nasabah tabungan qurban
2	R A Diyah Ayu Wardani Hafiz Aravik Coiryah (Havis Aravik, Choiriyah 2022)	Strategi Pemasaran Produk Tabungan Qurban Pada di PT. BPRS AL- Falah Banyuasin Pada Masa Covid 19	Kualitatif	bahwa pelaksanaan produk tabungan yang diterapkan pada BPRS Al Falah mampu memberikankeringanan bukan saja masyarakat

				menengah keatas, menengah kebawah pun sekarang bisa melakukan Qurban di Hari Raya Idul Adha.
3	Muyassarrah (Muyassarrah 2019)	Analisis Swot Strategi Pemasaran Produk Simpanan Qurban di KSPPS BMT NU Sejahtera Cabang Jakarta	Kualitatif	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat Jepara untuk berpartisipasi dalam produk tabungan "kurban" di BMT NU Sejahtera melalui Analisis SWOT
4	Kartini Ayu Nengtias (Reichenbach et al. 2019)	Analisis Swot Dalam Strategi Pemasaran Produk Tabungan BTN Qurban iB Di Tabungan Negara Kantor Cabang Syariah Medan	Kualitatif	Bank Tabungan Negara KCS Medan sejauh ini belum mempromosikan produk tabungan qurban melalui internet atau media social melainkan hanya melalui brosur
5	Kariza Septavi (Havis Aravik, Choiriyah 2022)	Startegi Pemasaran Produk Tabungan Fasilitas Qurban Pada Bmt Al-munawwarah Tangerang Selatan	Kualitatif	Hasil penelitian yang dilakukan, menyimpulkan bahwa produk tabungan fasilitas qurban ini adalah produk unggulan dan banyak diminati oleh masyarakat.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang sudah dipaparkan diatas, maka penulis menyimpulkan adanya perbedaan dalam penelitian terdahulu dengan penelitian yang penulis teliti yaitu terdapat pada studi kasus yang berbeda. Adapun persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah sama-sama membahas tentang strategi pemasaran produk tabungan qurban serta metode penelitian yang di gunakan adalah metode penelitian kualitatif.

### C. Kerangka Pemikiran

Kerangka berpikir merupakan dasar pemahaman dan akan mempengaruhi dasar pemahaman orang lain. Kerangka berpikir penelitian ini akan diuraikan sebagai berikut:



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif lapangan. Tujuan penelitian ini adalah penelaahan terhadap data yang diperoleh dari lapangan, meliputi data lisan dan bentuk data tertulis (dokumentasi). Penelitian kualitatif adalah penelitian yang mengutamakan proses dan pertanyaan makna/persepsi, yang diharapkan dapat mengungkapkan berbagai informasi kualitatif melalui deskripsi yang cermat dan bermakna yang tidak menolak informasi kuantitatif dalam bentuk numerik atau numerik.

#### B. Lokasi dan Waktu Penelitian

##### a. Lokasi Penelitian

Nama Perusahaan : Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Syariah  
Medan, Jalan Juanda No. 48 Medan

##### b. Waktu Penelitian

Adapun waktu penelitian ini dilaksanakan pada tanggal 1 Agustus sampai tanggal 1 September Tahun 2023. Peneliti memilih perusahaan ini dengan pertimbangan bahwa penulis menemukan masalah didalamnya. Sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian di perusahaan ini.

No	Kegiatan	Agt 23	Sep 23	Okt 23	Nov 23	Des 23	Jan 24	Feb 24	Mar 24	Apr 24	M e i 2 4
1	Survey Awal										
2	Pengajuan Judul										
3	Penyusunan Proposal										
4	Bimbingan Proposal										
5	Seminar Proposal										



6	Revisi										
7	Pengajuan Surat Izin Penelitian										
8	Pengumpulan Data										
10	Pengolahan Data										
11	Penyusunan Skripsi										
12	Pengumpulan Skripsi										
13	Sidang Skripsi										

### C. Sumber Data Penelitian

#### a. Data Primer

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer dalam penelitian ini adalah data yang dikumpulkan secara langsung dari lapangan penelitian. Data ini juga diperoleh dari responden berupa hasil observasi, wawancara dan dokumentasi dengan pihak Bank BTN Syariah Kantor Cabang Syariah Medan dengan sistem promosi tabungan qurban. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh dari Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Syariah Medan.

#### b. Data Sekunder

Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari narasumber. Data sekunder dalam penelitian ini berasal dari studi kepustakaan ataupun penelitian terdahulu yang relevan.

### D. Teknik Pengumpulan Data

#### a. Observasi

Yaitu teknik pengumpulan data secara sistematis dengan cara mengamati dan merekam objek dengan fenomena yang sistematis untuk dipelajari. Penulis menggunakan teknik ini untuk mengambil data dengan cara menangkap gejala

yang diamati dengan menjadikannya sebagai catatan atau deskripsi perilaku dalam kenyataan dan memahami perilaku tersebut. Pengamatan langsung ini. Data cara memasarkan produk tabungan qurban.

**b. Wawancara**

Yaitu metode pengumpulan data tanya jawab secara sistematis sesuai dengan tujuan penelitian. Penulis melakukan wawancara ini secara terstruktur melalui tatap muka dan alat komunikasi untuk mencari informasi terkait strategi pemasaran produk Tabungan Qurban iB di Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Syariah Medan dari pimpinan eksekutif dan karyawan. Salah satu alasannya adalah bahwa informasi dapatapa yang digali dengan teknik ini diyakini cukup akurat.

**c. Dokumentasi**

Merupakan teknik pengumpulan data literatur yang relevan dengan penelitian. Dokumen yang dimaksud adalah semua dokumen atau materi yang berkaitan dengan produk Tabungan BTN iB Qurban.

**E. Teknik Analisis Data**

Analisis data merupakan salah satu bagian dari proses penelitian. Analisis data berarti menginterpretasikan data-data yang dikumpulkan dari lapangan dan telah diolah sehingga menghasilkan informasi tertentu. Adapun teknik analisis data yang digunakan peneliti adalah reduksi data, penelitian lapangan, dan penarikan kesimpulan.

**1. Reduksi Data**

Adalah tahapan mereduksi atau menyederhanakan data agar bisa sesuai dengan kebutuhan dan tentunya mudah untuk didapatkan informasi. Data yang di dapat yang di dapat dari hasil wawancara, survey kepuasan pelanggan, pengamatan langsung di lapangan, dan sebagainya tentu memiliki bentuk yang kompleks.

**2. Penelitian Lapangan (*Field Research*)**

Penelitian lapangan yaitu penelitian yang dilakukan secara langsung yang menjadi objek penelitian. Penelitian lapangan menggunakan analisis data deskriptif, berarti menganalisis data untuk permasalahan yang ada dengan cara

mengumpulkan data aktual melalui wawancara, dan observasi secara langsung atau melalui pengamatan terhadap penelitian yang akan dilakukan.

Bentuk penyajian fakta kemudian beragam bisa disajikan dalam bentuk grafik, chart, pictogram, dan bentuk lain. Sehingga kumpulan data tersebut bisa lebih mudah disampaikan kepada orang lain.

### 3. Penarikan Kesimpulan

Kesimpulan ini menjadi informasi yang disajikan dalam laporan penelitian dan ditempatkan di bagian penutup.

## **F. Teknik Keabsahan Data**

Pengecekan data atau pengecekan keabsahan data dalam penelitian ini sedang diperiksa dalam penelitian ini. Untuk memenuhi kriteria informasi data yang dikumpulkan harus mengandung nilai kebenaran, artinya hasil penelitian kualitatif dapat dipercaya oleh pembaca dan diterima oleh responden yang disediakan. Informasi yang dikumpulkan selama penelitian. dalam penelitian ini dilakukan pengecekan keabsahan data yang digunakan triangulasi sumber data. triangulasi adalah pemeriksaan keabsahan data menggunakan sesuatu selain data untuk memeriksa atau sebagai pembandingan dengan data. triangulasi sumber data adalah menguji kewajaran data dengan memeriksa data yang diperoleh melalui beberapa sumber.

Data dari sumber ini tidak dapat dirata-ratakan sama seperti penelitian kuantitatif, tetapi bersifat deskriptif, kategoris, dimana sudut pandang yang sama, sudut pandang yang berbeda, dan sudut pandang yang spesifik dari berbagai sumber data-data tersebut telah dianalisis oleh peneliti untuk menghasilkan kesimpulan.

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Perusahaan**

##### **a. Sejarah Umum Perusahaan**

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia bermula dari Undang-Undang No. 7 tahun 1992 tentang perbankan, dimana perbankan bagi hasil dikomodasi. Dengan disetujui Undang-Undang No. 10 tahun 1998 tentang perubahan Undang-Undang No. 7 tahun 1992, maka berdirilah bank syariah pertama di Indonesia yaitu Bank Muamalat Indonesia pada tanggal 1 Nopember 1991 dan pada tanggal 1 Mei 1992 Bank Muamalat Indonesia mulai beroperasi. Undang-Undang tersebut kemudian diikuti dengan sejumlah ketentuan pelaksanaan dalam bentuk SK DIR BI No. 32/34/KEP/DIR tanggal 12 Mei 1999 tentang BUS, SK DIR BI No. 32/36/KEP/DIR tanggal 2 Mei 1999 BUS dan Peraturan Bank Indonesia No. 2/15/PBI/2000 tanggal 12 Juni 2000 tentang perubahan Kegiatan Usaha Bank Umum Konvensional menjadi Bank Umum Berdasarkan Prinsip Syariah. Peraturan yang memberikan kesempatan yang luas untuk mengembangkan pembukaan kantor bank berdasarkan Prinsip Syariah oleh bank umum konvensional dan mengembangkan jaringan perbankan syariah antara lain melalui izin pembukaan kantor cabang syariah (KCS) oleh bank konvensional.

Dilatarbelakangi kesadaran umat Islam khususnya dan masyarakat umumnya untuk memanfaatkan sistem perbankan syariah disertai dengan komitmen PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk untuk memberikan yang terbaik bagi masyarakat yang membutuhkan jasa keuangan syariah, maka Rapat Umum Pemegang Saham (RPUS) PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk tentang pengesahan rencana kerja dan anggaran perusahaan tahun 2004, mengamanatkan pembentukan unit usaha syariah PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk sebagai unit bisnis dalam rangka meningkatkan kualitas dan kuantitas layanan kepada nasabah melalui penyediaan alternative layanan secara Dual Banking System.

Untuk menindak lanjuti keputusan RUPS tersebut, pada tanggal 4 November 2004 PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk telah memberikan Unit Usaha Syariah (UUS) yang bertugas mengelola unit bisnis perbankan berdasarkan

prinsip syariah sekaligus menunjuk konsultan pendamping pembentuk Unit Usaha Syariah (UUS) PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk yaitu PT. Batasa Tazkia. Alhamdulillah Bank Indonesia melalui surat No Surat No 6/1350/Dpbs tanggal 15 Desember 2004 telah memberikan izin prinsip bagi pembukaan Kantor Cabang Syariah Bank Tabungan Negara.

Pada tanggal 14 Februari 2005 bertepatan dengan 5 Muharram 1426 H, telah diadakan cara pembukaan PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Syariah yang pertama yaitu di Jakarta, 22 Februari 2005 pembukaan PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Syariah Bandung, tanggal 30 Maret 2005 pembukaan Kantor Cabang Syariah Yogyakarta, pada tanggal 11 April 2005 dibuka Kantor Cabang Syariah Makassar, pada tanggal 01 Desember 2005 dibuka Kantor Cabang Syariah Malang, 29 Desember 2005 dibuka Kantor Cabang Syariah Solo, dan selanjutnya pada tanggal 15 Desember 2006 dibuka Kantor Cabang Syariah Batam. Sejak tanggal 19 Desember 2006 berdasarkan surat Bank Indonesia No. 8/2682/Dpbs Bank Tabungan Negara Syariah Medan tercatat sebagai Kantor Cabang Syariah yang ke 9 dan telah diresmikan pada tanggal 22 Februari 2007 oleh Gubernur Sumatera Utara dan Gubernur BI Cabang Medan, sehingga pada tahun 2007 direncanakan PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk akan mempunyai 24 Kantor Cabang Syariah (KCS).

Kehadiran PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Syariah (KCS) Medan merupakan bentuk kepedulian manajemen Bank BTN untuk ikut serta melayani masyarakat dan membangun wilayah barat Indonesia terutama di wilayah Sumatera Utara dengan mempertimbangkan efisiensi dan efektifitas dalam berbisnis dan berusaha.

PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Syariah Medan mempunyai dasar pemikiran yang berdasarkan ketentuan dan aturan yang berkaitan dengan perbankan syariah yaitu sebagai berikut:

1. Undang-Undang No 21 Tahun 2008
2. Surat Keputusan Direksi Bank Indonesia No 32/23/Kep/Dir tanggal 12 Mei 1999 tentang Bank Umum berdasarkan prinsip syariah, perubahan kegiatan usaha dan pembukaan KCS (Kantor Cabang Syariah).

3. Surat dari Bank Indonesia No 6/1350/Dpbs tanggal 15 Desember 2004 tentang pemberian izin prinsip bagi pembukaan KCS (Kantor Cabang Syariah) Bank Tabungan Negara.
4. Peraturan Bank Indonesia No 2/7/PBI/2000 tanggal 27 Februari 2000 tentang Giro Wajib Minimum dalam rupiah dan valuta asing bagi Bank Umum yang telah melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah.
5. Peraturan Bank Indonesia No 2/14/PBI/2000 tanggal 9 Juni 2000 tentang penyelenggaraan kliring local dan penyelesaian akhir transaksi pembayaran antar bank dan kliring local.
6. Surat Bank Indonesia No 7/218/Dpbs tanggal 8 Maret 2005 perihal ketentuan Dewan Pengawas Syariah dan Kegiatan Usaha Bank Konvensional yang melakukan kegiatan Unit Usaha Syariah (UUS).
7. Peraturan Pemerintah RI No 24 Tahun 1992 tentang penyesuaian.
8. Bentuk Hukum Bank Tabungan Negara menjadi Perusahaan Perseorangan (Persero).
9. Pada bulan Desember 2009 PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk telah resmi Go Publik dengan menjual saham pada masyarakat maupun pegawai intern Bank BTN sehingga dapat menambah Tbk pada nama belakangnya.
10. PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Syariah (KCS) didirikan sejak tanggal 14 Februari 2005 di Jakarta saat ini, dengan Jaringan Outlet BTN Syariah yaitu sebagai berikut: Jakarta Harmoni, Jakarta Pasar Minggu, Bandung, Surabaya, Yogyakarta, Makassar, Malang, Solo, Batam, Medan, Tangerang, Bogor, Bekasi, Pekanbaru, Semarang, Banjarmasin, Cirebon, Palembang, Balikpapan, Cilegon, Tegal, Tasikmalaya, Banda Aceh.

**b. Visi dan Misi Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Syariah**

- 1) Visi Unit Usaha Syariah Bank Tabungan Negara adalah  
“Terdepan dan terpercaya dalam memfasilitasi sektor perumahan dan jasa layanan keuangan keluarga”.
- 2) Misi Unit Usaha Syariah Bank Tabungan Negara adalah

- a. Berperan aktif dalam mendukung sektor perumahan, baik dari sisi penawaran maupun dari sisi permintaan, yang terintegrasi dalam sektor perumahan di Indonesia.
- b. Memberikan layanan unggul dalam pembiayaan kepada sektor perumahan dan kebutuhan keuangan keluarga.
- c. Meningkatkan keunggulan kompetitif melalui inovasi pengembangan produk, jasa dan jaringan strategis berbasis digital.
- d. Menyiapkan dan mengembangkan human capital yang berkualitas, profesional, dan memiliki integritas tinggi.
- e. Meningkatkan shareholder value dengan fokus kepada peningkatan pertumbuhan profitabilitas sesuai dengan prinsip kehati-hatian dan good corporate governance.
- f. Memedulikan kepentingan masyarakat sosial dan lingkungan secara berkelanjutan.

**c. Logo Bank Tabungan Negara**



Logo BTN mengambil pola Segi Enam. Pola ini mengambil bentuk Sarang Lebah, yang menyiratkan adanya kegiatan menabung pada masyarakat, sebagaimana halnya lebah yang selalu menyimpan madu perolehannya. Dengan lambang ini, BTN melaksanakan pembagunan nasional dengan mengerahkan dana masyarakat berbentuk tabungan.

Pola ini juga menyiratkan "Atap Rumah" yang menjadi citra dan misi utama BTN, sebagai pelaksana KPR bagi masyarakat. Bentuk Logo dengan huruf kecil Melambangkan sikap ramah dan rendah hati Ramah terhadap semua segmen bisnis yang dimasuki, menunjukkan keinginan yang besar untuk melayani dengan

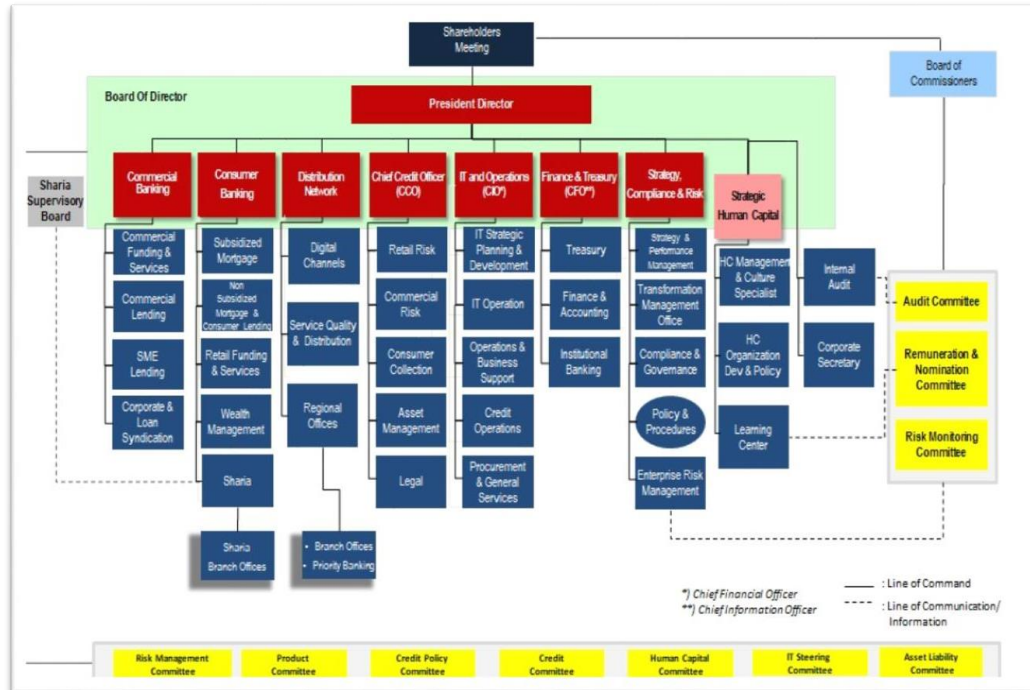
rendah hati (Customer Focus) Warna Huruf Biru Tua Biru melambangkan rasa nyaman, tenang, menyejukkan, warna ini umumnya dipakai oleh institusi di bidang jasa. Warisan luhur, stabilitas (Command, memimpin) dan serius (Respect) serta tahan uji (Reliable) Dasar pondasi yang kuat, berhubungan dengan kesetiaan, hal yang dapat dipercaya, kehormatan yang tinggi (Trust, Integrity).

Simbol dari spesialis (Professionalism) Bentuk Gelombang Emas Cair Gelombang emas cair sebagai simbol dari kekayaan finansial di Asia. Lengkungan emas sebagai metamorphosa dari sifat Agile, Progresif, Pandangan ke depan. (Excellence), fleksibilitas serta ketangguhan atas segala kemungkinan yang akan datang. Warna Kuning Emas (kuning ke arah orange) Warna logam mulia (emas) menunjukkan keagungan, kemuliaan, kemakmuran, kekayaan. Menjadikan kita merasa tajam perhatiannya (warna yang menarik perhatian orang), aktif, kreatif dan meriah, warna spiritual dan melambangkan hal yang luar biasa Warna ini juga ramah, menyenangkan dan nyaman Warna ini diterima sebagai warna riang, membuat perasaan Anda bahwa masa depan lebih baik, cemerlang dan menyala-nyala.

#### **d. Struktur Organisasi Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Syariah Medan**

Struktur Organisasi Bagian ini dikemukakan dua hal, yakni tentang struktur organisasi dan deskripsi tugas PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Syariah Medan. Suatu perusahaan sangat memerlukan adanya struktur organisasi perusahaan yang bertujuan untuk mempermudah pimpinan dan seluruh bawahannya dalam melaksanakan tugas dan mengetahui batasan-batasan tugasnya, serta memberikan wewenang dan tanggungjawab atas tugasnya sehingga pada akhirnya akan berjalan sistematis untuk mencapai tujuan organisasi.





## B. Hasil Penelitian

Penelitian dilakukan pada tanggal 15 Agustus 2023 sampai dengan 30 Agustus 2023 di Bank Tabungan Negara kanor cabang syariah Medan. Informasi yang didapatkan oleh penulis dalam melakukan wawancara bersumber dari ibu Maya Utari selaku staff pemasaran di BTN Syariah Medan, Ibu Siti Aminah selaku Marketing di Bank BTN kantor cabang syariah Medan. Berikut ini adalah hasil wawancara yang telah dilakukan oleh penulis :

### a. Analisis SWOT (rumusan masalah 1)

#### 1.1 Bagaimana analisis SWOT dalam strategi pemasaran Produk Tabungan BTN Qurban iB di Bank BTN Syariah Kantor Cabang Medan?

Setelah dilakukan wawancara dengan ibu Maya Utari pada 23 Agustus 2023 di BTN kantor cabang syariah Medan, Ibu Maya Utari menyampaikan secara langsung bahwa analisis SWOT merupakan analisis yang didasari pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan, peluang namun dapat juga meminimalkan kelemahan dan ancaman. Dengan

adanya analisis SWOT maka pemasaran bisa dilakukan dengan terencana dengan misi, tujuan strategi dan kebijakan.

Analisis SWOT yang dilakukan BTN KCS Medan adalah yang pertama dengan kekuatan (strength). Kekuatan Strategi Pemasaran Produk Tabungan BTN Qurban iB adalah dari segi layanan, BTN Syariah Medan memberikan pelayanan yang baik saat memberitahu kepada calon nasabah yang ingin menggunakan produk penghimpunan dana terhadap produk Tabungan BTN Qurban iB sehingga masyarakat tertarik untuk menggunakan produk ini di BTN Syariah Medan.

Kemudian analisis kelemahan (weakness) pada produk BTN Qurban iB adalah kurangnya SDM yang mencukupi untuk marketing yang memasarkan produk tabungan Qurban iB di BTN Syariah. Kemudian kurangnya minat nasabah dalam produk tabungan qurban ini dikarenakan produk ini tidak dapat di ambil sewaktu waktu karena merupakan tabungan yang berjangka.

Peluang (opportunities) di produk tabungan ini adalah Dengan dikenalnya BTN Syariah karena program perumahan rakyatnya, maka BTN KCS Medan membangun kerjasama antara bank dan developer perumahan dengan setiap nasabah yang mengambil KPR harus membuka Tabungan Qurban di BTN Syariah.

Dan yang terakhir adalah ancaman (threats) banyak nya saingan dari bank lain ataupun lembaga lain yang juga memiliki produk tabungan qurban sehingga persaingan pun semakin banyak yang menyebabkan kurangnya nasabah yang bertambah serta perusahaan lain yang memiliki strategi yang hampir sama atau bahkan sama dengan BTN Syariah.

Wawancara yang dilakukan dengan Ibu Nur pada 23 Agustus 2023 di Bank BTN KCS Medan, Ibu Nur menyampaikan bahwa analisis SWOT adalah analisis yang logika yang berisi kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman. Sama seperti Ibu Maya yang menjelaskan tentang SWOT yang terdapat di produk tersebut

Dari wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa kedua jawaban tersebut mengatakan bahwa analisis SWOT di terapkan dalam startegi pemasaran produk tabungan qurban yaitu dengan kekuatan yaitu pelayanan yang baik sehingga memudahkan nasabah dalam menghimpun dana , kelemahan adalah kurang nya SDM untuk mempromosikan produk, peluang yaitu kerjasama antara bank dan developer perumahan sehingga dapat di promosikan, kelemahan nya adalah banyak nya pesaing dengan produk yang sama serta strategi pemasaran yang hampir sama.

Strategi Pemasaran ( Rumusan masalah 2)

## **1.2 Strategi pemasaran yang di terapkan Bank BTN KCS Medan Syariah pada produk tabungan qurban?**

Setelah dilakukan wawancara dengan Ibu Maya Utari pada 23 Agustus 2023 di Bank BTN kantor cabang syariah Medan, Ibu Maya Utari menyampaikan stategi yang digunakan Bank BTN Syariah Medan untuk memasarkan produk Tabungan BTN Qurban iB adalah dengan *marketing mix* (bauran pemasaran). Elemen bauran pemasaran meliputi 4P, yaitu *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (Tempat/Saluran Distribusi), *Promotion* (Promosi).

Bank BTN Syariah Medan memanfaatkan produk produk yang mereka keluarkan untuk menarik minat masyarakat dan juga memberikan kemudahan untuk dapat menikmati produk tabungan Qurban iB. Harga merupakan faktor utama penentu posisi dan harus diputuskan sesuai dengan pasar sasaran, bauran ragam produk, dan pelayanan, serta persaingan. BTN syariah pun memberikan harga yang terjangkau untuk memenuhi kebutuhan nasabahnya, mulai dari pembukaan rekening Tabungan BTN Qurban iB dengan saldo awal Rp. 150.000,- dan untuk setoran selanjutnya dimulai dari Rp. 50.000,-.

Dalam pemilihan lokasi, BTN Syariah mempertimbangkan untuk membuka cabang baru kantornya pada wilayah yang cukup strategis dimana sering terjadi transaksi keuangannya dari lokasi ia membuat

usahanya ataupun kantornya. Promosi yang dilakukan oleh Bank BTN KCS Medan adalah dengan mengikuti pameran, membuka stand di bazaar atau acara-acara tertentu yang bertujuan untuk menarik, dan mempengaruhi calon nasabahnya, adapun metode yang digunakan Bank BTN Syariah Medan adalah periklanan dengan menggunakan media periklanan, brosur, spanduk dan juga website.

Wawancara yang dilakukan dengan ibu Nur pada Rabu 23 Agustus 2023 di Bank BTN KCS Medan Syariah menyampaikan bahwa selain promosi dengan media, BTN Syariah KCS Medan juga melakukan promosi dengan cara penjualan perorangan (*personal selling*) yaitu dengan berinteraksi langsung antara pihak bank dengan nasabah atau calon nasabah guna melakukan presentase tabungan, menjawab pertanyaan dari nasabah atau calon nasabah. Lalu promosi juga dilakukan dengan cara promosi penjualan biasanya dilakukan dengan mensponsori acara-acara tertentu.

Dari wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa Bank BTN Syariah KCS Medan melakukan promosi dengan *marketing mix* (bauran pemasaran) elemen bauran pemasaran yaitu 4p (produk, price, place, promotion). Dalam wawancara di atas dapat dilihat bahwa Bank BTN KCS Medan membuat strategi pemasaran ini untuk meningkatkan pelayanan agar tetap ikut dalam persaingan pasar. Tidak cukup hanya memberikan rasa puas dan perhatian terhadap pelanggan saja, lebih dari itu adalah bagaimana cara merespon keinginan pelanggan, sehingga dapat menimbulkan kesan positif dari pelanggan. Pelayanan prima harus ditunjang oleh kualitas sumber daya manusia yang handal, mempunyai visi yang jauh ke depan dan dapat mengembangkan strategi dan kiat pelayanan prima yang mempunyai keunggulan.

### **1.3 Apakah ada target Bank BTN Kantor Cabang Syariah Medan untuk tabungan Qurban ?**

Setelah dilakukan wawancara dengan Ibu Maya Utari pada 23 Agustus 2023 di Bank BTN Syariah Medan tentunya ada target di Bank BTN KCS Medan pada produk tabungan qurban yaitu lebih mengembangkan dan meningkatkan produk tabungan qurban dengan cara meningkatkan kualitas tabungan qurban dan memberi kemudahan dalam menabung tabungan qurban agar tetap berjalan dengan baik , tangguh dan efektif sehingga produk tabungan qurban dapat dikenal dan dinikmati oleh masyarakat luas.

Wawancara yang di lakukan dengan ibu Nur pada Rabu 23 Agustus 2023 di Bank BTN KCS Medan menyampaikan bahwa setiap bank pasti mempunyai target masing-masing untuk mengembangkan dan meningkatkan produk tersebut. Target yang terdapat di Bank BTN KCS Medan pada produk tabungan qurban yaitu mengembangkan serta meningkatkan produk tabungan qurban agar tetap berjalan dengan baik, tangguh dan efektif.

Dari wawancara diatas dapat di lihat bahwa dari kedua jawaban tersebut mengatakan bahwa targer Bank BTN KCS Medan pada produk tabungan qurban ada, yaitu mengembangkan dan meningkatkan produk tabungan qurban agar tetap berjalan dengan baik, tangguh dan efektif dengan cara meningkatkan kualitas produk serta lebih memudahkan masyarakat dalam menabung di tabungan qurban. Dan dalam pencapaian target tersebut harus disesuaikan dengan prosedur yang telah di tetapkan oleh Bank BTN KCS Medan.

### **1.4 Apakah sistem promosi Tabungan Qurban yang dilakukan oleh Bank BTN KCS Medan sudah efektif?**

Setelah dilakukan wawancara dengan Ibu Maya Utari pada 23 Agustus 2023 di Bank BTN KCS Medan sistem promosi tabungan qurban yang di lakukan di Bank BTN KCS Medan selama ini sudah efektif dan berjalan

dengan baik. Dapat dilihat dengan proses pemasaran produk tabungan qurban dengan biaya yang terjangkau yang memaksimalkan seluruh potensi yang ada, dan tentunya kami akan mengadakan peningkatan-peningkatan dalam mempromosikan produk tabungan qurban agar lebih dikenal oleh masyarakat luas.

Wawancara yang dilakukan dengan ibu Nur pada Rabu 23 Agustus 2023 di Bank BTN KCS Medan menyampaikan bahwa sistem promosi tabungan qurban yang dilakukan oleh Bank BTN Syariah sudah sangat efektif karena dapat dilihat dari peningkatan-peningkatan yang dilakukan oleh Bank BTN KCS Medan dalam mempromosikan secara langsung maupun dari media sosial. Kemudian biaya menabung yang terjangkau dan memudahkan nasabah dalam membuka tabungan yang bisa dilakukan melalui Mbanking. Memaksimalkan seluruh potensi yang ada membuat masyarakat berminat menabung qurban di Bank BTN KCS Medan.

Dari wawancara di atas dapat dilihat bahwa sistem promosi tabungan qurban yang dilakukan oleh Bank BTN KCS Medan selama ini sudah efektif dan berjalan dengan baik. Hal tersebut dapat dilihat dari proses pemasaran produk tabungan qurban dengan biaya terjangkau yang memaksimalkan seluruh potensi yang ada serta kemudahan dalam membuka tabungan qurban yang bisa dilakukan di Mbanking. Kemudian, Bank BTN KCS Medan akan melakukan peningkatan-peningkatan dalam mempromosikan produk tabungan qurban agar lebih dikenal oleh masyarakat luas.

### **1.5 Bagaimana solusi Bank BTN KCS Medan dalam menghadapi kendala dalam strategi pemasaran pada Tabungan Qurban?**

Setelah dilakukan wawancara dengan Ibu Maya Utari pada 23 Agustus 2023 di Bank BTN KCS Medan untuk menghadapi kendala tersebut maka solusinya yaitu sering mengadakan acara-acara untuk sosialisasi pada masyarakat, serta menanyakan langsung kepada masyarakat atau nasabah bank BSI tentang bagaimana tabungan qurban? apakah tetap berjalan

dengan baik atau ada kendala?, selain itu juga solusinya yaitu bekerjasama dengan tokoh-tokoh agama untuk menyuarakan supaya masyarakat mau menabung qurban di Bank BTN KCS Medan.

Wawancara yang di lakukan dengan ibu Nur pada Rabu 23 Agustus 2023 di Bank Syariah Indonesia menyampaikan bahwa solusi Bank BTN KCS Medan dalam menghadapi kendala promosi pada tabungan qurban yaitu bekerjasama dengan para tokoh-tokoh agama untuk menyurakan supaya masyarakat tetap mau menabung qurban di Bank BTN KCS Medan,serta mengajak saudara atau teman-teman untuk ikut nabung tabungan qurban di Bank BTN KCS Medan ,mengadakan sosialisasi pada masyarakat tentang produk tabungan qurban dan menanyakan apakah ada kendala lain dalam menabung qurban di Bank BTN KCS Medan.

Dari wawancara diatas dapat dilihat bahwa solusi untuk menghadapi kendala promosi pada tabungan qurban yaitu mengadakan sosialisasi pada masyarakat tentang tabungan qurban, menyakan kepada masyrakat adakah kendala lain,serta bekerja sama dengan para tokoh-tokoh agama untuk menuarakan supaya masyarakat tetap mau menabung qurban di Bank BTN KCS Medan.

#### **1.6 Sejauh mana perkembangan Tabungan Qurban setelah adanya program yang di berikan Bank BTN KCS Medan?**

Setelah dilakukan wawancara dengan Ibu Maya Utari pada 23 Agustus 2023 di Bank BTN KCS Medan perkembangan tabungan qurban sudah jauh lebih baik. Karena setelah di adakan penyembelihan hewan qurban,promisi tetap dijalankan dengan di adakan perkumpulan dengan tokoh-tokoh agama. Jadi selesai penyembelihan hewan qurban,nasabah tabunganqurban langsung mulai lagi untuk tetap terus menabung. Jadi ketika hari raya idhul adha tidak ada lagi kendala tetap diadakan peningkatan dalam proses penyembelihan hewan qurban karena semuanya sudah terkumpul dengan baik .

Wawancara yang di lakukan dengan ibu Nur pada Rabu 23 Agustus 2023 di Bank BTN KCS Medan menyampaikan bahwa perkembangan tabungan qurban sudah baik. Promosi tetap dijalankan setelah diadakan penyembelihan hewan qurban, seperti melakukan perkumpulan dengan tokoh-tokoh agama terkait tentang produk tabungan qurban. Jadi selesai penyembelihan hewan qurban, anggota tabungan qurban langsung mulai lagi untuk tetap terus menabung qurban untuk tahun berikutnya.

Dari wawancara diatas dapat dilihat bahwa perkembangan tabungan qurban sudah jauh lebih baik. Dapat dilihat dari program tabungan qurban di Bank BTN KCS Medan seperti mengadakan sosialisasi di daerah daerah, Setelah diadakan penyembelihan hewan qurban, promosi tetap dijalankan dengan diadakan perkumpulan dengan tokoh-tokoh agama. Jadi selesai penyembelihan hewan qurban, anggota tabungan qurban langsung mulai lagi untuk tetap terus menabung qurban.

### **1.7 Siapa tujuan utama dalam strategi pemasaran yang dilakukan Bank BTN KCS Medan?**

Setelah dilakukan wawancara dengan Ibu Maya Utari pada 23 Agustus 2023 di Bank BTN KCS Medan Syariah tujuan utama strategi pemasaran yang di lakukan Bank BTN KCS Medan adalah untuk mengidentifikasi masalah apa yang ada dalam promosi produk tabungan qurban yang saat ini di lakukan sehingga dapat menciptakan produk tabungan qurban dalam memenuhi kebutuhan nasabah tabungan qurban di Bank BTN KCS Medan.

Wawancara yang di lakukan dengan ibu Nur pada Rabu 23 Agustus 2023 di Bank Syariah Indonesia menyampaikan bahwa tujuan utama nya adalah untuk mengedintifikasi kebutuhan dan menciptakan produk tabungan qurban yang dapat memenuhi kebutuhan nasabah.

Dari wawancara di atas dapat di simpulkan bahwa tujuan utama strategi pemasaran yang di lakukan Bank BTN KCS Medan adalah untuk



menciptakan produk tabungan qurban yang dapat memenuhi kebutuhan nasabah tabunga qurban.

**b. Minat Masyarakat ( Rumusan masalah 3)**

**1.8 Pengaruh kurangnya minat masyarakat dalam memilih produk tabungan qurban di Bank BTN KCS Medan?**

Setelah dilakukan wawancara dengan Bapak Ismu Fakhir pada 23 Agustus 2023 di Bank BTN KCS Medan secara umum kendala pastinya ada bagi suatu lembaga keuangan. Namun ada beberapa kendala yang dihadapi Bank BTN KCS Medan yaitu kurangnya pemahaman nasabah untuk pentingnya ibadah qurban, kondisi ekonomi nasabah yang naik turun. Selain itu, banyaknya lembaga lain atau bank lain yang juga memiliki produk yang sama dengan BTN Syariah sehingga persaingan pasar semakin tinggi, dan juga sebagaimana masyarakat kurang percaya untuk menyimpan dana tabungan qurban di Bank BTN Syariah KCS Medan karena masyarakat beranggapan bahwasannya menabung qurban di masjid dan arisan masyarakat juga bisa dan tidak ribet serta jauh-jauh menabung ke Bank.

Wawancara yang di lakukan dengan ibu Nur pada Rabu 23 Agustus 2023 di Bank Syariah Indonesia menyampaikan bahwa kendala yang di hadapi Bank BTN KCS Medan adalah bahwa tabungan qurban ini adalah tabungan berjangka yang tidak dapat di ambil sewaktu waktu, ekonomi nasabah yang naik turun dan kurangnya pemahaman masyarakat tentang sistem menabung pada tabungan qurban di BTN Syariah. Dan masyarakat masih banyak yang beranggapan bahwasannya menabung qurban di Bank sama saja seperti dengan menabung qurban di masjid-masjid atau arisan masyarakat.

Dari wawancara di atas dapat dilihat bahwa dari ketiga jawaban tersebut mengatakan adanya kendala yang di hadapi Bank BTN KCS Medan adalah persaingan pasar yang makin tinggi upaya, angka sehingga mengurangi

minat masyarakat karna tabungan tidak dapat di ambil sewaktu waktu,dalam mempromosikan produk tabungan qurban seperti kurangnya pemahaman nasabah untuk pentingnya ibadah qurban, kondisi ekonomi nasabah yang naik turun. Kemudian sebagian masyarakat kurang percaya untuk menyimpan dana tabungan qurban di Bank BTN KCS Medan karena masyarakat beranggapan bahwasannya menabung qurban di lembaga keuangan sama saja dengan menabung qurban di masjid-masjid dan arisan masyarakat dan tidak perlu jauh-jauh menabung ke Bank.

### **1.9 Bagaimana respon masyarakat dengan adanya program Tabungan Qurban iB di Bank BTN KCS Medan ?**

Setelah dilakukan wawancara dengan Ibu Maya Utari pada 23 Agustus 2023 di Bank BTN KCS Medan respon masyarakat dengan adanya tabungan qurban di Bank BTN sangat mendukung dan merasa senang, karena ketika mau ibadah qurban sudah ada yang memfasilitasi dalam penyembelihan hewan qurban, seperti penyediaan dana, penyediaan hewan qurban hingga proses penyembelihan hewan qurban. Jadi masyarakat mendukung dan senang dengan adanya program tabungan qurban di Bank BTN KCS Medan.

Wawancara yang di lakukan dengan ibu Nur pada Rabu 23 Agustus 2023 di Bank BTN KCS menyampaikan bahwa respon masyarakat dengan adanya program tabungan qurban di Bank BTN KCS Medan sangat senang dan mendukung dengan adanya program produk tabungan qurban ini. Karena ketika mau ibadah qurban sudah ada yang memfasilitasi dalam penyembelihan hewan qurban, seperti penyediaan dana, penyediaan hewan qurban hingga proses penyembelihan hewan qurban.

Dari wawancara diatas dapat dilihat bahwa respon masyarakat dengan adanya program tabungan qurban di Bank BTN KCS Medan sangat mendukung dan merasa senang. Dapat dilihat dari nasabah tabungan qurban, ketika mau ibadah qurban sudah ada yang memfasilitasi dalam penyembelihan hewan qurban, seperti penyediaan dana, penyediaan hewan

qurban hingga proses penyembelihan hewan qurban disediakan oleh Bank BTN KCS Medan.

### **C. Pembahasan**

Dari hasil wawancara diatas bahwa kevalidtan data dapat dilihat dari kesamaan jawaban antara narasumber satu, dua dan tiga, uji ini menggunakan uji validitas triangulasi sumber data. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif tentang bagaimana sistem promosi tabungan qurban di Bank BTN Kantor Cabang Syariah Medan.

#### **1.1. Analisis SWOT dalam strategi pemasaran Produk Tabungan Qurban iB di Bank BTN KCS Medan?**

- a. Dari wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa kedua jawaban tersebut mengatakan bahwa analisis SWOT adalah analisis yang bersifat logika yang memaksimalkan kekuatan,kelemahan,serta sekaligus peluang dan meminimalkan ancaman. Kekuatan yang terdapat dalam starategi pemasaran BTN Syariah adalah dari segi layanan yang baik dari calon nasabah yang ingin menggunakan produk penghimpun dana sehingga dapat mempromosikan produk ke nasabah atau calon nasabah tentang produk tabungan qurban tersebut. Kelemahan yang dimiliki kurang SDM pada BTN syariah yang menyebabkan tidak mencukupinya marketing yang memasarkan produk tabungan qurban di lapangan. Peluang yang di hadapi BTN Syariah dalam BTN yang di kenal dengan program perumahan rakyat sehingga membangun kerjasama dengan developer perumahan dengan setiap nasabah yang ingin mengmbil KPR di tawarkan pembukaan tabungan qurban dengan banyak kelebihan yang akan di dapatkan nasabah. Yang terakhir adalah ancaman yang ada adalah banyak nya bank lain yang juga memiliki produk tabungan qurban ini sehingga persaingan pasar semangkin tinggi di tambah lagi lembaga lain atau bank lain itu juga memiliki strategi pemasara yang mirip bahkan sama dengan bank BTN Syariah.
- b. Analisis yang dapat penulis jelaskan adalah Bank Syariah melakukan strategi pemasaran dengan analisis SWOT yaitu S (strengths), W (weaknesses), O (opportunities), T (Threats),metode perancangan

yang di gunakan untuk mengevaluasi suatu produk atau spekulasi bisnis.

### **1.2. Analisis strategi pemasaran yang di terapkan Bank BTN KCS Medan?**

- a. Hasil wawancara dengan direktur bank dapat di simpulkan bahwa Bank BTN KCS Medan telah menerapkan strategi pemasaran produk tabungan qurban yaitu dengan akad *muddrabah mutlqah* adalah dengan metode *marketing mix* (bauran pemasaran). Bauran pemasaran yang meliputi produk, harga, tempat, dan promosi.
- b. Startegi pemasaran adalah rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produk di pasar sasaran tertentu.

**1.3.**Setelah peneliti melakukan analisis dengan analisis SWOT yang berisi Kekuatan (*Strenght*), Kelemahan (*Weakness*), Peluang (*Opportunities*) dan Ancaman (*Threathts*). Bank BTN KCS Medan sejauh ini hanya mempromosikn produknya lewat media brosur dan costumer service. Kurangnya minat nasabah dalam tabungan qurban karena produk ini tidak dapat di ambil sewaktu-waktu karena merepakan tabungan berjangka. Adanya persaingan ketat dari bank lain serta lembaga lembaga lainnya.

### **1.4.. Analisis target Bank BTN KCS Medan tabungan Qurban iB ?**

- a. Hasil wawancara dengan direktur Bank Syariah Indonesia KCP Krakatau bahwa target pada produk tabungan qurban yaitu mengembangkan dan meningkatkan produk tabungan qurban agar tetap berjalan dengan baik, tangguh dan efektif.
  - b. Target merupakan sasaran atau batas ketentuan yang telah ditetapkan untuk dicapai.
  - c. Analisis yang dapat peneliti jelaskan hendaknya Bank BTN KCS Medan lebih mengembangkan dan meningkatkan target pasar pada produk tabungan qurban agar masyarakat banyak yang mengetahui adanya produk tabungan qurban di BankBTN KCS Medan.

sehingga target perusahaan pada produk tabungan qurban akan tercapai dengan bertambahnya nasabah tabungan qurban.

#### **1.5. Analisis kurangnya minat masyarakat dalam memilih produk tabungan Qurban iB di Bank BTN KCS Medan**

- a. Dari wawancara dengan direktur Bank Syariah Indonesia KCP Krakatau adalah ada beberapa kendala yang dihadapi Bank BTN KCS Medan yaitu kurangnya pemahaman nasabah untuk pentingnya ibadah qurban, kondisi ekonomi nasabah yang naik turun. Selain itu, sebagian masyarakat kurang percaya untuk menyimpan dana tabungan qurban di Bank BTN Syariah karena masyarakat beranggapan bahwasannya menabung qurban di masjid dan arisan masyarakat juga bisa dan tidak ribet serta jauh-jauh menabung ke Bank serta persaingan yang semakin tinggi.
- b. Minat adalah sebuah motivasi intrinsik sebagai kekuatan pembelajaran yang menjadi daya penggerak seseorang dalam melakukan aktivitas tersebut merupakan proses pengalaman belajar yang dilakukan dengan penuh kesadaran dan mendatangkan senang, suka, dan gembira.
- c. Analisis yang dapat peneliti jelas bahwa kurangnya minat masyarakat dalam memilih produk tabungan qurban di Bank BTN KCS Medan adalah kondisi ekonomi masyarakat yang naik turun serta kurangnya pengetahuan masyarakat tentang keutamaan qurban. Dalam sebuah hadis, Nabi SAW mengatakan, “Barang siapa yang berkelapangan harta, namun tidak mau berqurban, maka jangan sekali-kali mendekati tempat shalat kami”.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan penulis mengenai Analisis SWOT Dalam Strategi Pemasaran Produk Tabungan Qurban iB di Bank BTN KCS Medan, serta pembahasan yang telah diuraikan maka dapat di ambil kesimpulan sebagai berikut :

##### a. Matrik SWOT

Faktor internal Faktor eksternal	<b>Strengths (S)</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Transaksi awal yang mudah</li><li>• Biaya tabungan yang murah</li><li>• Kemudahandalam penyediaan dan penyaluran hewan qurban</li></ul>	<b>Weakness (W)</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Media promosi yang kurang</li><li>• Kurangnya SDM</li><li>• Kurangnya minat masyarakat terhadap produk</li></ul>
<b>Opportunities (O)</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Meningkatkan media promosi melalui media internet</li><li>• Menghadirkan dan mensosialisasi kan tabungan qurban di event tertentu</li></ul>	<b>SO</b> (Strengths-Opportunities) <ul style="list-style-type: none"><li>• Menjalin kerjasama dengan lembaga masyarakat atau panitia qurban di suatu daerah</li><li>• Memperbanyak media promosi</li></ul>	<b>WO</b> (Weakness-Opportunities) <ul style="list-style-type: none"><li>• Memperbaiki kualitas produk</li><li>• Memperbaiki sistem pembukaan tabungan yang lebih mudah di mengerti calon nasabah</li></ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menghadiri event yang banyak di hadiri masyarakat menengah kebawah</li> </ul>	
Threats (T) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Banyaknya lembaga lain yang juga menyediakan produk tabungan qurban</li> </ul>	ST (Strengths-Threats) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengembangkan produk tabungan qurban</li> <li>• Aktif promosi melalui medsos maupun sosialisasi masyarakat</li> <li>• Meningkatkan SDM</li> </ul>	WT (Weakness-Treats) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Melakukan evaluasi produk</li> <li>• Mempererat kerjasama dengan lembaga lain</li> </ul>

- b. Analisis SWOT dilakukan agar meningkatkan jumlah nasabah tabungan qurban. Perencanaan strategi harus menganalisis faktor-faktor strategi perusahaan dalam kondisi saat ini. Strategi pemasaran yang di lakukan adalah berupa secara langsung dan tidak langsung, secara langsung adalah dengan mengadakan ivent dan doorprice sehingga memiliki kesempatan untukk mempromosikan tabungan qurban lebih dalam. Sedangkan secara tidak langsung yaitu dengan cara mempromosikan lewat media sosial,internet dan media berita serta artikel.
- c. Dari hasil analisis penelitian, sistem promosi tabungan qurban di Bank BTN Syariah sudah sangat efektif. Hal ini dibuktikan dengan proses pemasaran produk tabungan qurban dengan biaya terjangkau yang memaksimalkan seluruh potensi yang ada. Kemudian respon masyarakat dengan adanya program tabungan qurban di Bank BTN KCS Medan sangat mendukung dan merasa senang, karena ketika mau ibadah qurban sudah ada yang memfasilitasi dalam

penyembelihan hewan qurban, seperti penyediaan dana, penyediaan hewan qurban hingga proses penyembelihan hewan qurban.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, penulis memberikan beberapa saran yang bermanfaat bagi perkembangan dan kemajuan Bank Syariah Indonesia KCP Krakatau, sebagai berikut :

1. Hendaknya Bank BTN KCS Medan dalam mempromosikan produk-produk yang ditawarkan khususnya tabungan qurban dan jasa layanannya lebih meningkatkan kinerja dan meningkatkan kualitas pelayanan secara maksimal, sehingga masyarakat luas dapat mengetahui produk-produk yang ada di Bank BTN KCS Medan.
2. Pihak Bank BTN KCS Medan harus lebih meningkatkan sosialisasi dan menjelaskan tentang produk-produk yang ada, khususnya tabungan qurban agar masyarakat calon nasabah atau mitra mempunyai minat untuk menjadi nasabah di Bank BTN KCS Medan.



## DAFTAR PUSTAKA

- Fauzani, Muhammad, Nurul Akramiah, and Bambang Sutikno. 2018. "Analisis Swot Dalam Penentuan Strategi Pemasaran Produkpt. Karunia Sentosa Plastik." *Jurnal EMA* 3(2):104–17. doi: 10.47335/ema.v3i2.31.
- Fidiyati, Nur. 2018. "STRATEGI PEMASARAN INDUSTRI MEBEL DALAM MENEMBUS PASAR GLOBAL MELALUI ANALISIS SWOT (Studi Kasus Pada CV Mandiri Abadi Jepara) Nur." *Journal of Management* 4(4):1–14.
- Havis Aravik, Choiriyah, Ra Diah Ayu Wardani. 2022. "Strategi Pemasaran Produk Tabungan Qurban Pada PT. BPRS Al-Falah Banyuasin." *JIMPA: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah* 2(2):307–22.
- Jayanti, E. V. I. 2018. "Minat Masyarakat Pada Tabungan Qurban Bprs Muamalat Harkat Sukaraja (Studi Desa Niur Kecamatan Sukaraja Kabupaten Seluma Provinsi Bengkulu)." *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam Penerapan Analisis Swot Terhadap Penentuan Strategi Pemasaran Pada PT . Gpsku Karya Indonesia Di Kota Cirebon.* 3:65–72.
- Muafiah, Andi Firdha. 2019. "No TitleELENH." *Ayan* 8(5):55.
- Muyassarrah, Muyassarrah. 2019. "Analisis SWOT Pada Strategi Pemasaran Produk Simpanan Kurban Di KSPPS BMT NU Sejahtera Cabang Jepara." *SERAMBI: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis Islam* 1(3):69–80. doi: 10.36407/serambi.v1i3.72.
- Nugraha, Septianor, Muhammad Wahdini, Universitas Islam, Negeri Malik, Ibrahim Malang, Universitas Muhammadiyah Palangkaraya, and Strategi Alternatif. 2023. "STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK TABUNGAN SANTRI BERDASARKAN ANALISIS SWOT ( STUDI KASUS PADA BMT KHAIRUL IKHWAN MARTAPURA )." doi: 10.30739/istiqro.v9i1.1968.
- Reichenbach, Andreas, Andreas Bringmann, Elsevier Enhanced Reader, Constantin J. Pournaras, Elisabeth Rungger-Brändle, Charles E. Riva, Sveinn H. Hardarson, Einar Stefansson, Washington Navy Yard, Eric A. Newman, and David Holmes. 2019. Title." *Progress in Retinal and Eye Research* 561(3):S2–3.
- Viphindrartin, Sebastiana, Margaretha Ardhanari, Ritna Ilmala Sari, and Ahmad Ahsin Kusuma. 2022. "Strategi Pengembangan Tabungan Qurban Pada Lembaga Amil Zakat Infaq Dan Shadaqah Muhammadiyah (Lazismu) Jember." *Jurnal Ekonomi Akuntansi Dan Manajemen* 21(2):131. doi: 10.19184/jeam.v21i2.30741.

LAMPIRAN







Nomor : <sup>3164</sup> /MDN/SUPP/X/2023

Lamp. : ---

Kepada Yth.

**Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara**  
**Fakultas Agama Islam**  
**Jl Mukhtar Basri No. 3**



Medan, 04 Oktober 2023

Perihal : **Persetujuan Pengambilan Data Riset**

Menunjuk surat Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara No. 3081/II.3/UMSU-01/F/2023 tanggal 02 Oktober 2023 perihal izin Riset , dengan data mahasiswa

Nama : Devani Kharisma Tasya  
 NPM : 1901270023  
 Program Studi : Perbankan Syariah  
 Judul Skripsi : Analisis SWOT dalam Strategi Pemasaran Produk Tabungan Qurban di Bank BTN Kantor Cabang Syariah Medan

Dengan ini kami sampaikan bahwa :

1. PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Kantor Cabang Syariah Medan menyetujui permohonan Mahasiswa/i untuk melakukan riset di Bank BTN Kantor Cabang Syariah Medan
2. Pengambilan data riset dilaksanakan dari tanggal 09 – 13 Oktober 2023.
3. Hasil dari riset tersebut 1 (satu) set untuk diberikan ke PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Kantor Cabang Syariah Medan sebagai arsip (dalam bentuk soft file).

Demikian disampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

**PT. BANK TABUNGAN NEGARA (PERSERO), Tbk**  
**KANTOR CABANG SYARIAH MEDAN**

**Edwin Barki** Branch Manager  
**Yudha Irwannata** Pjs DBM Supporting

PT. Bank Tabungan Negara (Persero)  
 Kantor Cabang Syariah Medan  
 Jl. IR. H. Juanda No 48 Medan 20157-  
 Sumatera Utara

T +62 61 – 4144554, 4144546  
 E kcs.medan@btn.co.id  
 www.btn.co.id

NPWP : 01.001.809.5-526.002

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### Data Pribadi

Nama : Devani Kharisma Tasya

Tempat & Tanggal Lahir : Kota Pinang, 26 Juni 2001  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Agama : Islam  
Status : Mahasiswa  
Warga Negara : Indonesia  
Alamat : Jl. Gunung Sibayak No. 3  
No. Hp : 082293884264

**Nama Orangtua**

Ayah : Sujarnosyah  
Ibu : Endang Nurtati  
Alamat : Desa Aek Ledong Dsn.IV Asahan

**Pendidikan Formal**

Tahun 2006 – 20012 : SDN 010124 Aek Ledong  
Tahun 2012 – 2015 : MTs Ismailiyah Aek Loba Pekan  
Tahun 2015 – 2018 : SMA Negeri 1 Aek Kuasan  
Tahun 2019 – 2024 : Tercatat sebagai Mahasiswa Fakultas Agama Islam  
Program Studi Perbankan Syariah Universitas  
Muhammadiyah Sumatera Utara

Medan, 2 Mei 2024

**Devani Kharisma Tasya**