

Analisis Strategi Pemasaran Produk Deposito Mudharabah Pada PT. BPRS Carana Kiat Andalas KC Padang Panjang

¹Erizal Candra Efendi, Yuwarman Mansur²

^{1,2}Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi

* Corresponding author: Eriican60@gmail.com

Article Info

Article History

Received : January 12th, 2022
Revised : January 24th, 2022
Accepted : February 3rd, 2022
Published : Februar 30nd, 2022

Article DOI:

[10.14421/EkBis.2022.6.1.1555](https://doi.org/10.14421/EkBis.2022.6.1.1555)

Copyright © 2022 by the author



ABSTRACT

Research methodology combines quantitative and descriptive research with the use of the SWOT analysis. That's why the writer has to know the state of the company, including the internal and external factors that affect the marketing approach used. This research's findings suggest that PT. BPRS Carana Kiat Andalas Kantor Cabang Padang Panjang can effectively market its Deposito Mudharabah product by maintaining its strengths and capitalizing on its opportunities, thereby realizing the most effective product-marketing strategy possible through the integration of social media and technological development. Based on the results of a SWOT and combination strategy analysis for marketing Deposito Mudharabah, the following was determined: SO, or enhancing the marketing strategy for Deposito Mudharabah via social media by keeping up with technological developments, engaging in social activism, and increasing public knowledge. products' benefits and outcomes

Keyword: Strategy, Product Marketing, Mudharabah Deposits

JEL Classification: A15, B12, V6 (3 JEL Class)

INTRODUCTION

Dengan kemajuan pesat dunia keuangan, kemajuan lembaga keuangan semakin cepat. Lembaga keuangan syariah dipandang penting dan mampu mengatasi tantangan ekonomi era ini (Antonio, 2012). Selain banyaknya berdirinya Bank Keuangan Rakyat Syariah yang didirikan di wilayah Padang Panjang sendiri, beberapa BPRS juga telah didirikan sesuai dengan undang-undang sehingga bank-bank tersebut dapat beroperasi sesuai dengan tata cara dan akad bisnis yang sesuai dengan Al-Quran dan Hadits. BPR Syari'ah Carana Kiat Andalas Kantor Cabang Panjang Sebagai salah satu bank yang bergerak di bidang perkreditan rakyat Padang Panjang, mengingat posisi perusahaan yang strategis, baik nama maupun produk yang dihasilkan, sudah seharusnya tidak asing lagi di Padang Panjang, namun di PT. BPRS Carana Kiat Andalas Cabang Padang Panjang menemukan

bahwa jumlah nasabah produk simpanan Deposito mengalami penurunan dan jumlah simpanan nasabah berfluktuasi dari tahun ke tahun.

Walaupun tujuan dari penelitian ini tidak terlepas dari hal diatas, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui analisis strategi pemasaran produk deposito di PT Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Carana Kiat Andalas Kantor Cabang Padang Panjang. Berdasarkan kajian yang penulis bahas mengenai “Analisis Strategi Pemasaran Produk Deposito Pada PT Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Carana Kiat Andalas Kantor Cabang Padang Panjang” maka didapat beberapa kajian berkelanjutan yang menimbulkan pertanyaan tentang pelayanan masing-masing individu. Febri Kusuma, Jurnal Khazanah Ulum Perbankan Syariah. Vol. 3 No. 2. “Strategi Pemasaran PT. Bank Muamalat Indonesia TBK Cabang Pekanbaru Dalam Mengembangkan Kuantitas Nasabah Deposito Mudharabah”. Hasil dalam penelitian ini terhadap deposito mudharabah ditemukan bahwa strategi pemasaran PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, cabang pekanbaru harus dilandasi pada aturan syari’at islami. PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk cabang pekanbaru memilih merumuskan pasar yang dituju dengan menggunakan strategi *segmenting, targeting, dan positioning* (Kusuma, 2022)

Meggi Meilanti, Lailani Fitria Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pajak (EJAK) Vol. 1, No 1 “Strategi Pemasaran Produk Tabungan, Giro dan Deposito PT. Bank Sinarmas Tbk Cabang Dumai”. Hasil Penelitian ini yaitu PT Bank Sinarmas Cabang Dumai adalah perusahaan perbankan dengan kehadiran dan penawaran layanan. Upaya untuk mengiklankan layanan yang kami berikan, secara langsung atau tidak langsung. Tentunya, tanpa pemasaran, nasabah akan asing dengan produk perbankan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji strategi pemasaran PT. Bank Sinarmas Tbk Cabang Dumai menerapkan strategi pemasarannya melalui riset kualitatif. Hal ini tentu saja berujung pada penyelidikan, melakukan wawancara dengan pelapor yaitu PT Bank Sinarmas Tbk Cabang Dumai, dimana diketahui bahwa produk yang ditawarkan adalah produk simpanan yang diperjualbelikan, dan merupakan pilihan nasabah. (Megi Meilanti, 2022) Lily Kurnia, Zainuddin, Alimin Jurnal Tamwil : Jurnal Ekonomi Islam. Vol. VII No. 1. “Strategi Pemasaran 4P : *Product, Price, Place, Dan Promotion* Produk Pada Baitul Maal Wa Tamwil Payakumbuh”. Tergolong penelitian lapangan wawancara semi terstruktur dan dokumen sebagai teknik pengumpulan data. Hasil survei menunjukkan bahwa BMT Payakumbuh menerapkan strategi pemasaran produk simpanan berupa menghubungi calon nasabah dan mengirimkan surat penawaran simpanan. Strategi pemasaran harga mengkomunikasikan jumlah rasio yang diberikan terhadap nilai nominal deposit, memberikan kemudahan dalam bentuk jemput bola, dan menawarkan rekening deposito kepada nasabah yang jauh sehingga tidak perlu datang ke kantor untuk menyetor uang mereka. Strategi pemasaran penempatan produk simpanan adalah dengan memperhatikan lokasi kantor BMT untuk memudahkan transaksi nasabah. Strategi Pemasaran Produk Deposito diiklankan di BMT dengan berbagai iklan berupa brosur, surat penawaran dan spanduk. BMT kemudian mempromosikan produk tersebut di media sosial juga. (Lily Kurnia, 2022)

Ananda Dwi Cahya, Nurul Jannah : Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen. Vol. 2 No. 1, 2022. “Analisis Strategi Pemasaran Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Produk Deposito iB Ibadah di PT. Bank Sumut Syari’ah KCPsy HM Yamin”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami strategi pemasaran Bank Sumut KCPsy HM Yamin dalam meningkatkan jumlah deposan iB dan taktik khusus yang digunakan bank dalam memasarkan produk deposito iB. Sesuai dengan masalah yang telah diidentifikasi, pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif analitik dengan target penelitian kualitatif. Ringkasan data terdiri dari data urutan pertama dan kedua. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah dokumentasi, observasi, dan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang digunakan

disebut "bauran pemasaran" dan terdiri dari strategi pemasaran untuk penetapan harga, lokasi, dan peramalan. (Ananda Dwi Cahya, 2022)

Yeny Rokhilawati, RIBHUNA : Jurnal keuangan dan Perbankan Syari'ah. Vol. 1 No. 2, 2022. "Analisis Strategi Pemasaran Pada Produk Simpanan Mudharabah Di BMT Nusantara Cabang Glenmore". Metodologi penelitian kuantitatif dengan pengumpulan data, dan berbagai metode lain termasuk observasi, wawancara, dan analisis dokumen. Sedangkan metode statistik mengandalkan analisis data kualitatif. Melakukan validasi data dengan menggunakan sumber data dan triangulasi teknis. Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran BMT saat ini sudah tepat. BMT UGT Nusantara yaitu bauran pemasaran 11 berupa product (produk), price (harga), location (lokasi), promotion (promosi) dan person (orang) yang melakukan Kepedulian (Humas), Bukti Fisik, Tekanan, Kinerja (Kinerja), Proses (Proses) (Rokhilawati, 2022)

Marcellino Sandi Michael Korengkeng, Jurnal EMBA : Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi. Vol. 10 No.1. 2022. "Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Kajian taktik pemasaran BPR Kartika dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah bank. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan pemahaman tentang efektifitas dan efisiensi strategi pemasaran BPR terhadap layanannya melalui Kartika Matuari. Sebanyak 175 karyawan dan pelanggan berpartisipasi dalam survei yang dianalisis menggunakan analisis SWOT deskriptif dan strategis. Temuan survei tersebut berdasarkan data dari Dana Pinjaman Rakyat yang dikelola oleh Bank Perkreditan Kartika Matuari. pertama, atau Tumbuh Di sinilah kuadran ini mewakili situasi yang sangat menguntungkan Perlu memperkuat staf dan mempertahankan pelanggan potensi (Korengkeng, 2022) Berdasarkan kajian strategi pemasaran oleh beberapa peneliti sebelumnya yang telah disebutkan di atas, maka penelitian ini dapat membedakan tidak hanya membedakan latarbelakang dan variabel saja, tetapi penelitian penulis lebih fokus kepada analisis strategi dalam produk tabungan deposito. Manfaat yang dapat penulis ambil dari penelitian terdahulu dapat menjadikan acuan atau patokan untuk penelitian yang akan penulis lakukan. Penulis melakukan penelitian yang berjudul "Analisis Strategi Pemasaran Produk Deposito Pada PT Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah (BPRS) Cara Kiat Andalas Kantor Cabang Padang Panjang".

Kajian Pustaka

Strategi

Strategi adalah rencana aksi organisasi yang mempertimbangkan lingkungannya dan memetakan distribusi sumber daya dan aktivitas lain untuk membantunya mencapai tujuannya.. (Muljono, 2012) Oleh karena itu, strategi bisnis dapat dipandang sebagai alat untuk menentukan jalannya suatu perusahaan tujuan jangka pendek dan jangka panjangnya, dengan penekanan pada upaya perusahaan untuk menciptakan keunggulan bersaing.. (Susanto, 2005)

Tujuan Strategi

Menetapkan tujuan organisasi jangka panjang dan tindakan, plus mengidentifikasi sumber energi yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan seseorang tersebut, adalah inti dari perencanaan strategis. (Muslic, 2007)

Strategi Pemasaran

Kata "strategi" berarti "perencanaan tindakan yang cermat untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya" (Nasional, 2012) Pemasaran, atau "pemasaran", adalah

proses konseptualisasi, perancangan, implementasi, dan pelaksanaan penyebaran produk atau layanan untuk menghasilkan keuntungan. (Kasmir, 2006).

Marketing Mix

Empat komponen utama dari setiap sistem pemasaran produk, harga, promosi, dan distribusi, membentuk apa yang dikenal sebagai bauran pemasaran, atau "empat P". (Sumarni, 2014)

Unsur-Unsur Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran (atau komponen individualnya) ditentukan oleh (produk, harga, iklan, tempat, orang, proses, dan bukti fisik) (Tjiptono, 2015)

Deposito

Menurut SK No 21 Tahun 2008, deposito yaitu rekening investasi dengan Mudharabah atau rekening lain yang tidak berpendapat dengan prinsip syariah dan hanya tersedia untuk waktu yang terbatas berdasarkan hubungan sesama pemegang saham dan prinsip syariah. lembaga keuangan yang patuh dari mana pemegang saham dapat menarik dana. Akun investasi adalah dana dari mana uang dapat ditarik di kemudian hari sesuai dengan ketentuan perjanjian yang dibuat untuk jangka waktu tertentu (Kasmir, 2014) Deposito mudharabah mengacu pada dana investasi syariah yang sedang diberlakukan hanya dapat dilakukan pada waktu-waktu tertentu dalam sehari. tertentu sesuai kesepakatan antara bank dan investor. Deposan di bank syariah menerima pengembalian uang mereka berdasarkan rasio bagi hasil yang telah ditentukan sebelumnya, dengan bank dan pemegang rekening masing-masing mendapatkan keuntungan sampai batas tertentu. (Ismail, 2015)

Analisis SWOT

SWOT ialah alat untuk analisis "kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman" dan digunakan sebagai metodologi untuk melakukan analisis bisnis dan organisasi nirlaba, khususnya dengan tujuan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih holistik tentang keadaan organisasi. Menganalisis hubungan nilai inti organisasi dan nilai kerjasama dengan peluang dan etikanya dari luar adalah inti dari analisis SWOT. Alat analisis SWOT ini dikembangkan untuk meningkatkan kesadaran tentang bagaimana suatu organisasi dapat meningkatkan produktivitasnya jika berhasil memanfaatkan peluang sambil membatasi dampak lingkungan yang negatif. Terdiri dari memperluas ide-ide yang ada. (Fahmi, 2013)

METHODOLOGY

Penelitian lapangan (*field research*) merupakan penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan data dan informasi yang diperoleh langsung dari responden dan mengamati secara langsung tugas-tugas yang berhubungan dengan kondisi sekitar. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang bersifat kualitatif, sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif yang merupakan kata-kata tertulis, kata-kata variabel, keterangan-keterangan, lisan orang atau perilaku yang diamati (Masyhui, 2017) Lokasi Dan Waktu Penelitian Lokasi Survei awal penelitian ini berlokasi di PT. BPRS Carana Kiat Andalas Kantor Cabang Padang Panjang, Jl. Imam Bonjol, Balai-balai, Padang Panjang. Waktu Penelitian dari tanggal 20 Juli 2022 sampai di munaqasahkan. Sumber Data, Data primer adalah data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan langsung dari objeknya (Hendriyadi, 2015). Dengan demikian yang menjadi data dalam penelitian ini adalah keterangan dari hasil wawancara dengan pimpinan serta karyawan PT. BPRS Carana Kiat Andas Kantor Cabang Padang Panjang. Data sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk jadi, sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain biasanya sudah bentuk publikasi. Data diperoleh dari literatur kepustakaan untuk melengkapi data primer berupa buku dokumen yang berhubungan dengan permasalahan yang dibahas. Data sekunder dalam penelitian ini data monografi bank, dan jumlah nasabah deposito (Muhammad, 2008), Teknik pengumpulan data, peneliti menggunakan beberapa cara

pada data yang akan diteliti, yaitu : Wawancara : Yaitu, Proses tanya jawab lisan dengan dua ataupun lebih yang saling berhadapan secara fisik.

Dalam penelitian ini, penulis mewawancarai pemasar untuk mendapatkan data yang relevan untuk analisis strategi pemasaran produk simpanan Deposito Mudharabah di PT BPRS Carana Kiat cabang Andalas Padang Panjang (Hasan, 2015) Pengamatan : Ketika melakukan penelitian yang melibatkan subjek manusia, proses kerja, atau fenomena alam dan ketika ukuran respon yang dianalisis tidak terlalu besar, maka digunakan metode pengumpulan data melalui observasi. Dengan metode observasi, tiba di lokasi secara perlahan, mengamati dan mencatat apa yang penting dalam konteks penelitian ini. (Sugiyono, 2014) Teknik Analisis Data Analisis SWOT Alat analisis data deskriptif dan kualitatif digunakan dalam penelitian ini. Karena proses kompilasi tidak merubah obyek penelitian dengan cara apapun. Analisis data kualitatif berbasis desk, atau memberikan informasi dalam format yang jelas dan mudah dipahami sesuai dengan hasil survei. Alat analisis data antara lain review PT. BPRS Carana Kiat Andalas Kantor Cabang Padang Panjang kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman di pasar. Untuk membuat matrik analisis SWOT, terlebih dahulu harus mengidentifikasi ancaman-ancaman utama yang berdampak pada kegiatan BPRS Carana Kiat Andalas Kantor Cabang

Analisis IFE (*Internal Factor Evaluation*) dan EFE (*Eksternal Factor Evaluation*)

Penulis akan mengevaluasi dua set kriteria dalam analisis IFE dan EFE. IFE adalah alat yang berguna untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dalam suatu organisasi yang berkontribusi pada keadaan saat ini (Kelemahan). Peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan dapat dipelajari dari luar dengan menggunakan EFE (Ancaman).

Tabel 1. SWOT Matriks

	Internal	<i>Strength (S)</i>	<i>Weaknesses (W)</i>
Eksternal			
<i>Opportunity (O)</i>		Strtegi SO mengoptimalkan sumber daya yang tersedia untuk tujuan memperoleh peluang	Strategi WO meminimalkan kekuatan yang ada pada rangka mendapatkan peluang
<i>Threat (T)</i>		Strategi ST memaksimalkan sumber daya yang tersedia dalam lingkup meminimalkan momentum sudut luar.	Strategi WT meminimalkan kekuatan yang ada dalam hierarki meminimalkan intrusi dari luar

Pemberian Bobot Skor

Kami mengklasifikasikan bom sebagai 0,01 (sangat rendah), 0,05 (cukup rendah), 0,15 (tinggi), dan 0,20 (sangat tinggi) (sangat tinggi). Total semua jumlah bobot dalam dan luar harus sama dengan 1 atau 100%. Saat ini, level digunakan untuk mengevaluasi signifikansi faktor internal dan eksternal dalam pembangunan. Pentingnya tingkat kabin tertentu diurutkan dari satu sampai empat, dengan satu yang paling tidak penting dan empat yang paling penting (sangat penting) (Situmorang, 2009)

RESULT AND DISCUSSION

Faktor Kendala Yang Di Hadapi PT. BPRS Carana Kiat Andalas Kantor Cabang Padang Panjang Dalam Memasarkan Produk Deposito Mudharabah Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah

Dalam rangka menambah jumlah pemegang saham di PT. BPRS Carana Kiat Andalas Kantor Cabang Padang Panjang, tidak mudah untuk memilih strategi pemasaran yang terbaik untuk produk deposito mudharabah perusahaan. PT. BPRS Carana Kiat Andalas Kantor Cabang Padang Panjang masih menghadapi kendala dalam pelaksanaan Deposito Mudharabah akibat permasalahan tersebut.

Apa saja kelemahan dalam memasarkan produk deposito *mudharabah* di PT. BPRS Carana Kiat Andalas Kantor Cabang Padang Panjang ?

Menurut wawancara yang dilakukan dengan Pimpinan Cabang yaitu Ibu Gustiawati, SE mengatakan bahwa :

Upaya pemasaran produk Deposito Mudharabah di PT. BPRS Carana Kiat Andalas Kantor Cabang Padang Panjang belum mencapai potensi maksimalnya, terutama dalam hal penggunaan materi promosi seperti brosur dan flyer untuk menjangkau calon nasabah atau pemegang saham. Hal ini dikarenakan pihak perusahaan belum melakukan promosi Deposito Mudharabah dengan baik kepada konsumen dan calon investor.

Selanjutnya :

Permasalahan produk yang ditawarkan oleh PT. BPRS Carana Kiat Andalas Kantor Cabang Padang Panjang untuk menghimpun simpanan dan memberikan pinjaman kepada masyarakat tidak jauh berbeda dengan produk yang ditawarkan oleh lembaga keuangan bertujuan umum lainnya. Sedangkan PT. Produk BPRS Carana Kiat Andalas Kantor Cabang Padang Panjang meliputi perbankan, simpanan, dan pinjaman. Di sinilah PT. BPRS Carana Kiat Andalas Kantor Cabang Padang Panjang dan bank umum lainnya kalah bersaing dalam memberikan layanan dan produk perbankan kepada masyarakat.

Apa saja tantangan dan ancaman dalam memasarkan produk deposito mudharabah di PT. BPRS Carana Kiat Andalas Kantor Cabang Padang Panjang ?

Menurut hasil wawancara yang dilakukan dengan karyawan *marketing funding* yaitu kak shinta mengatakan bahwa :

Tantangan dan risiko dalam memasarkan produk simpanan antara lain sulitnya mensosialisasikan produk simpanan kepada masyarakat luas. Menurunnya minat nasabah dan kurangnya ketersediaan bank syariah dan lembaga keuangan lainnya merupakan dua potensi ancaman bagi keberhasilan sukuk mudharabah berbasis deposito.

Penelitian memungkinkan saya untuk menarik kesimpulan tentang tantangan dan peluang yang dihadapi PT. BPRS Carana Kiat Andalas Kantor Cabang Padang Panjang dalam rangka pemasaran produk. Semakin banyak lembaga keuangan yang menawarkan produk yang beragam, khususnya produk deposito mudharabah, sehingga meningkatkan persaingan. Oleh karena itu, untuk mempromosikan produk yang Anda miliki, Anda perlu memiliki strategi yang baik dan dapat memahami preferensi masing-masing pemegang

saham agar mereka mau bergabung dengan Anda dalam bekerja sama dengan PT. BPRS Carana Kiat Andalas Kantor Cabang Padang Panjang melalui produk deposito mudharabah.

Bagaimana persaingan pemasaran produk Deposito *Mudharabah* dengan produk pendanaan bank lain ?

Berdasarkan wawancara dengan pimpinan cabang yaitu ibu Gustiawati, SE mengatakan bahwa :

“persaingan pemasaran yaitu kehadiran bank syariah dan lembaga keuangan lainnya”

Menurut teori permainan, persaingan adalah segala upaya yang dilakukan oleh individu atau kelompok untuk mendapatkan keuntungan atas yang lain dalam suasana permusuhan tanpa risiko cedera serius atau kehilangan pijakan secara fisik.

Berdasarkan temuan penelitian saya, saya menyimpulkan bahwa persaingan penjualan produk di PT. BPRS Carana Kiat Andalas Kantor Cabang Padang Panjang semakin sengit seiring dengan semakin banyaknya persaingan lembaga keuangan keungan yang menawarkan produk. Oleh karena itu, bank perlu berhati-hati dalam melakukan promosi kepada nasabah melalui kontak manusia, materi promosi, dan media sosial, serta dalam menjelaskan keunggulan produk bank.

Bagaimana PT. BPRS Carana Kiat Andalas Kantor Cabang Padang Panjang menghadapi kendala dalam memasarkan produk Deposito *Mudharabah* ?

Berdasarkan wawancara bersama pimpinan cabang yaitu Ibu Gustiawati., SE mengatakan bahwa :

“Kendala dalam memasarkan produk Deposito Mudharabah yaitu kurangnya pemahaman masyarakat tentang Deposito Mudharabah itu sendiri, mereka banyak beranggapan sama saja dengan produk Deposito di Bank Konvensional, maka menghadapi kendala dalam memasarkan produk Deposito Mudharabah ini yaitu dengan cara promosi lewat media sosial dan menjelaskan keunggulan dari produk Deposito Mudharabah tersebut”

Analisis SWOT PT. BPRS Carana Kiat Andalas Kantor Cabang Padang Panjang

Analisis SWOT adalah alat yang ampuh untuk membantu manajer memahami lingkungan internal dan eksternal mereka dalam kaitannya dengan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman masing-masing. Penjelasan dimungkinkan berdasarkan data observasi dan percakapan.

Tabel 2 : Analisis Lingkungan Internal Dan Eksternal

Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
<ul style="list-style-type: none"> ● Lokasi yang strategis ● PT. BPRS Carana Kiat Andalas Kantor Cabang Padang Panjang memiliki prinsip syari’ah ● Pelayanan yang ramah memiliki sistem simpanan bajapuik 	<ul style="list-style-type: none"> ● Promosi produk Deposito <i>Mudharabah</i> yang kurang maksimal ● Kurangnya pemahaman masyarakat terhadap produk Deposito <i>Mudharabah</i> ● Masih terbatasnya dan kurangnya SDM di PT. BPRS Carana Kiat

<ul style="list-style-type: none"> ● <i>Repeat Order</i> (Nasabah Berulang) ● Memiliki citra yang baik di mata masyarakat 	<p>Andalas Kantor Cabang Padang Panjang</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Produk yang ditawarkan tidak jauh berbeda dengan yang ditawarkan oleh bank lain. ● Intensitas promosi atau marketing dalam mempromosikan produk kurang maksimal
Peluang (O)	Ancaman (T)
<ul style="list-style-type: none"> ● Memiliki pasar tersendiri ● Sistem jempot bola ● Pencairan sebelum jatuh tempo tidak dikenakan pinalty dan tidak adanya biaya tambahan dalam pencairan sebelum jatuh tempo ● Pelayanan yang mudah dan aman untuk di berikan kepada nasabah ● Kepercayaan masyarakat terhadap PT. BPRS Carana Kiat Andalas Kantor Cabang Padang Panjang 	<ul style="list-style-type: none"> ● Banyaknya pesaing perusahaan dengan berdirinya Lembaga Keuangan Syari'ah dari Bank Umum Lainnya ● Pendapatan mempengaruhi Nisbah bagi hasil Deposito <i>Mudharabah</i> ● Kurangnya pemahaman masyarakat terhadap produk Deposito <i>Mudharabah</i>

Tabel 3 : Hasil IFE PT. BPRS Carana Kiat Andalas KC Padang Panjang

Faktor Internal	Bobot	Rating	Nilai
Kekuatan (<i>Strenght</i>)			
Lokasi yang strategis	0,10	3	0,3
PT. BPRS Carana Kiat Andalas Kantor Cabang Padang Panjang memiliki prinsip Syari'ah	0,13	4	0,53
Pelayanan yang ramah	0,13	4	0,53
Memiliki sistem simpanan bajapuik	0,10	3	0,3
<i>Repeat Order</i> (Nasabah berulang)	0,10	3	0,3
Jumlah	0,57	17	1,97
Kelemahan (<i>Weakness</i>)			
Promosi produk Deposito <i>Mudharabah</i> kurang maksimal	0,10	3	0,3
Kurangnya pengetahuan masyarakat terhadap produk Deposito <i>Mudharabah</i>	0,07	2	0,13
Masih terbatas dan kurangnya SDM pada PT. BPRS Carana Kiat Andalas	0,10	3	0,3

Produk yang ditawarkan tidak jauh berbeda dengan yang ditawarkan oleh bank lain.	0,10	3	0,3
Keterbatasan SDM dan banyaknya daerah yang sulit dijangkau yang mengakibatkan lambatnya proses pemasaran	0,07	2	0,13
Jumlah	0,43	13	1,17
Total (S+W)	1,00	30	3,13

Sumber : Pengolahan Hasil Wawancara

Berdasarkan hasil analisis IFE yang ditunjukkan pada tabel 3, dapat disimpulkan bahwa jumlah kekuatan masing-masing elemen adalah 1,97, dengan kelemahan 1,17, sehingga menghasilkan bobot skor total untuk tabel IFE sebesar 3,13. Hal ini menunjukkan bahwa PT. BPRS Carana Kiat Andalas Kantor Cabang Padang Panjang memiliki posisi internal yang kuat untuk menjawab tantangan yang melekat dalam memanfaatkan peluang yang dimilikinya.

Tabel 4 Hasil EFE PT BPRS Carana Kiat Andalas KC Padang Panjang

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Nilai
Peluang (<i>Opportunities</i>)			
Memiliki Pasar Tersendiri	0,12	3	0,35
Sistem jemput bola	0,15	4	0,62
Pencairan sebelum jatuh tempo tidak dikenakan pinalty dan tidak ada biaya tambahan dalam pencairan sebelum jatuh tempo	0,12	3	0,35
Pelayanan yang mudah dan aman yang disuguhkan kepada nasabah	0,12	3	0,35
Kepercayaan masyarakat terhadap PT. BPRS Carana Kiat Andalas Kantor Cabang Padang Panjang yang sangat baik	0,15	4	0,62
Jumlah	0,65	17	2,27
Ancaman (<i>Treaths</i>)			
Banyaknya pesaing perusahaan dengan berdirinya Lembaga Keuangan Syariah dari Bank Umum Lainnya	0,15	4	0,62
Pendapatan mempengaruhi bagi hasil Deposito	0,12	3	0,35
Kurangnya pemahaman Masyarakat terhadap Deposito <i>Mudharabah</i>	0,08	2	0,15
Jumlah	0,35	9	1,12
Total (O+T)	1,00	26	3,38

Sumber : Pengolahan Hasil Wawancara

Dari luar terlihat bahwa nilai bobot peluang setiap elemen adalah 2,27, sedangkan nilai ancaman adalah 1,12, sehingga menghasilkan nilai total bobot tabel EFE sebesar 3,38 berdasarkan perhitungan pada Tabel 4. Hal ini menunjukkan bahwa PT. BPRS Carana Kiat Andalas Kantor Cabang Padang Panjang mampu merespon faktor eksternal dengan memanfaatkan peluang yang ada.

Tabel 5 Matrik SWOT PT BPRS Carana Kiat Andalas KC Padang Panjang

IFE	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
	<ul style="list-style-type: none"> ● lokasi yang strategis ● PT. BPRS Carana Kiat Andalas Kantor Cabang Padang Panjang memiliki prinsip syariah ● Pelayanan yang ramah ● Memiliki sistem simpanan bajapuik ● <i>Repeat Order</i> (Nasabah Berulang) 	<ul style="list-style-type: none"> ● Promosi Produk Deposito Minim ● Kurangnya pengetahuan masyarakat tentang Deposito <i>Mudharabah</i> ● Produk yang ditawarkan tidak jauh berbeda dengan Bank Umum lainnya ● Masih terbatas dan Kurangnya SDM pada PT. BPRS Carana Kiat Andalas Kantor Cabang Padang Panjang ● Masih banyak daerah yang sulit dijangkau

EFE

Peluang (O)	Strategi (SO)	Strategi (WO)
<ul style="list-style-type: none"> ● Meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap PT. BPRS Carana Kiat Andalas Kantor Cabang Padang Panjang dan produk-produk yang dimiliki ● Petunjuk sebelum waktu habis tidak ada biaya keterlambatan atau biaya tambahan untuk pembayaran yang dilakukan sebelum akhir jangka waktu ● Pelayanan mudah dan aman yang disuguhkan kepada nasabah ● Kepercayaan masyarakat terhadap PT. BPRS Carana Kiat Andalas Kantor Cabang Padang Panjang 	<ul style="list-style-type: none"> ● Meningkatkan strategi peluncuran produk Deposito <i>Mudharabah</i> melalui media sosial dengan tetap merangkul inovasi teknologi ● Melakukan sosialisasi atau memperkenalkan keunggulankeuntungan produk deposito <i>Mudharabah</i> kepada masyarakat ● Memberikan inovasi-inovasi baru agar produk Deposito <i>Mudharabah</i> memiliki pandangan baik bagi nasabah maupun calon nasabah ● Memaksimalkan Sistem Tabungan Bajapuik untuk Mempermudah 	<ul style="list-style-type: none"> ● Agar masyarakat lebih ramping, perkuat sistem bajapuik. ● Penyetoran dana nasabah sehingga masyarakat tidak perlu melakukan negosiasi jarak jauh ke BPRS carana Kiat Andalas ● Melakukan sosialisasi dan memperkenalkan produk Deposito <i>Mudharabah</i> ke instansi pemerintah ● Menjaga pemegang saham melalui membina hubungan yang bermanfaat, melakukan survei pemegang saham, dan meningkatkan kesadaran publik.

Penyaluran Dana ke Anggota.		
Ancaman (<i>Treaths</i>)	Strategi (ST)	Strategi (WT)
<ul style="list-style-type: none"> ● Rendahnya kesadaran masyarakat terhadap produk tabungan Deposito Mudharabah ● Banyaknya pesaing perusahaan dengan berdiri Lembaga Keuangan Syari'ah dai Bank Uum Lainnya ● Pendapatan mempengaruhi Deposito <i>Mudharabah</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ● Meningkatkan kemampuan bersaing perusahaan dengan memanfaatkan jaringan kerja yang luas ● Dengan tujuan untuk meningkatkan jumlah nasabah, Gencar telah melakukan promosi dan edukasi kepada masyarakat tentang pentingnya menggunakan produk syari'ah, khususnya produk tabungan Deposito Mudharabah milik PT. BPRS Carana Kiat Andalas Kantor Cabang Padang Panjang. ● Meningkatkan jaringan dan kerjasama dengan institusi besar dalam upaya mengamankan pendanaan, sumber daya manusia, dan liputan media. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Meningkatkan Strategi Pemasaran Produk untuk Efisiensi Optimal ● Meningkatkan kuantitas dan kualitas SDM yang dimiliki oleh PT. BPRS Carana Kiat Andalas Kantor Cabang Padang Panjang baik dari segi pelayanan maupun non pelayanan. ● Lestarkan PT. Reputasi BPRS Carana Kiat Andalas Kantor Cabang Padang Panjang Dengan Berpegang Pada Prinsip Syariah Agar Berhasil Bersaing Dengan Bisnis Lain ● Ikut terlibat dalam event-event yang di adakan oleh PT. BPRS Carana Kiat Andalas dalam tujuan menarik perhatian masyarakat riba

Sumber : Pengolahan Hasil Wawancara

Tabel 6 Total Skor Pada Matrik SWOT

IFE EFE	Kekuatan (<i>Strength</i>)	Kelemahan (<i>Weakness</i>)
Peluang (<i>Oppoutunities</i>)	Strategi (SO) Total Skor 1,97 + 2,27 = 4,24	Strategi (WO) Total Skor 1,17 + 2,27 = 344
Ancaman (<i>Threat</i>) 1,12	Strategi (ST) Total Skor 1,97 + 1,12 = 3,1	Strategi (WT) Total Skor 1,17 + 1,12 = 2,29

Sumber : Pengolahan Hasil Wawancara

Semua faktor yang mempengaruhi PT. Strategi pemasaran dan pendanaan BPRS Carana Kiat Andalas telah diperhatikan dan dirangkum dalam Tabel 6 di atas. Jadi, alternatif yang lebih disukai adalah strategi SO, yang memilih skor setinggi mungkin, dalam hal ini 4,24. Dengan beberapa pekerjaan, PT. BPRS Carana Kiat Andalas Kantor Cabang Padang Panjang dapat memberikan keunggulan kompetitif bagi dirinya sendiri.

Ini berarti bahwa strategi yang telah dirumuskan dapat disimpulkan dari kekuatan dan peluang mendasar yang telah diidentifikasi untuk menarik lebih banyak pelanggan dengan lebih menyesuaikan produk dan layanan untuk memenuhi kebutuhan yang sudah ada

CONCLUSION AND RECOMMENDATION

Berdasarkan temuan penelitian yang dilakukan, disimpulkan bahwa PT. BPRS Carana Kiat Andalas Kantor Cabang Padang Panjang Pemasaran Deposito Mudharabah mengingat persaingan yang ada melibatkan mengidentifikasi dan memanfaatkan kekuatan dan peluang yang berbeda untuk menarik pelanggan melalui promosi produk dan layanan.

Kombinasi analisis SWOT untuk pemasaran Deposito Mudharabah menghasilkan SO sebagai berikut: meningkatkan pemasaran Deposito Mudharabah melalui media sosial dengan mengikuti perkembangan teknologi, melakukan kerja advokasi sosial, dan mengedukasi masyarakat tentang manfaat dan nilai produk.

REFERENCES

Buku :

- Antonio, M. S. (2012). *Bank Syariah : Dari Teori Ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani.
- Efendi, E. C. (2023). *strategi*. padang: sukma jaya.
- Fahmi, I. (2013). *Manajemen Pengambilan Keputusan*. Bandung: Alfabeta.
- Hasan, I. (2015). *Pokok-Pokok Materi Metode Penelitian dan Aplikasinya*. Yogyakarta: Ghalia Indonesia.
- Hendriyadi, S. D. (2015). *Metode Riset Kuantitatif*. Jakarta: Prana Media Group.
- indonesia, u.-u. r. (Nomor 21 Tahun 2008). *perbankan syariah*.
- Ismail. (2015). *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana.
- Kasmir. (2014). *Dasar-Dasar Perbankan Syariah*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. (2006). *Kewirausahaan*. Jakarta: PT. Grafindo Persada.
- Masyhui, N. A. (2017). *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*. Malang: UIN Maliki PRESS.
- Muhammad. (2008). *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*. Jakarta: Rajawali Press.
- Muljono, D. (2012). *Buku Pintar Strategi Bisnis Koperasi Simpan Pinjam*. Yogyakarta: ANDI.
- Muslic. (2007). *Bisnis Syari'ah Perspektif Mu'amalah Dan Manajemen, Mu'amalah dan Manajemen*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen.

Nasional, D. P. (2012). *Kamus Besar Bahasa Indonesia : Pusat Bahasa*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Situmorang, S. H. (2009). *Bisnis Perencanaan dan Pengembangan*. Jakarta: Mitra Wacana Media.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: ALFABETA.

Sumarni, M. d. (2014). *Pengantar Bisnis (Dasar-Dasar Ekonomi Perusahaan)*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.

Susanto, A. (2005). *Manajemen Strategik Komprehensif*. Jakarta : Erlangga.

Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* . Yogyakarta: ANDI.

Jurnal :

Ananda Dwi Cahya, N. J. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Produk Deposito iB Ibadah di PT. Bank Sumut Syari'ah KCPSy HM Yamin. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen. Vol. 2 No. 1* .

Korengkeng, M. S. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Jasa Pada Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Kartika Matuari Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah. *Jurnal EMBA : Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi. Vol. 10 No.1* .

Kusuma, F. (2022). Strategi Pemasaran PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Pekanbaru Dalam Mengembangkan Kuantitas Nasabah Deposito Mudharabah. *Jurnal Khazanah Ulum Perbankan Syariah* .

Lily Kurnia, Z. (2022). Strategi Pemasaran 4P : Product, Price, Place Dan Promotion Produk Pada Baitu Maal Wa Tamwil Payakumbuh. *Alimin Jurnal Tamwil : Jurnal Ekonomi Islam Vol. VIII No. 1* .

Megi Meilanti, L. F. (2022). Strategi Pemasaran Produk Tabungan, Giro dan Deposito PT. Bank Sinarmas Tbk Cabang Dumai. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Pajak (EJAK) Vol.1, No. 1* .

Puteri Nurhafizah Nazwa, M. Z. N. (2021). Akad musyarakah dan penerapan dalam manajemen perbankan syariah. II(2), 108–118.

Rokhilawati, Y. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Pada Produk Simpanan Mudharabah Di BMT Nusantara Cabang Glenmore. *RIBHUNA : Jurnal keuangan dan Perbankan Syari'ah. Vol. 1 No. 2* .

Sari, S., Layli, M., Marsuking, M., & ... (2023). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Leverage, Kebijakan Dividen dan Ukuran Perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan terdaftar di Jakarta Islamic Ekonomi Syariah <https://ejournal.almaata.ac.id/index.php/JESI/article/view/2733%0Ahttps://ejournal.almaata.ac.id/index.php/JESI/article/download/2733/1797>