

INTISARI

Penulisan Tugas Akhir ini dibuat dengan tujuan untuk mengkaji strategi pemasaran Tabungan IB Harmoni pada PT BPRS Mitra Harmoni Yogyakarta beserta menyusun alternatif strategi pemasaran Tabungan IB Harmoni pada PT BPRS Mitra Harmoni Yogyakarta. Metode pengumpulan data adalah dengan observasi dan wawancara untuk pengumpulan data objek penulisan. Sumber data yang digunakan meliputi sumber data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari BPRS Mitra Harmoni Yogyakarta antara lain; wawancara tentang strategi pemasaran Tabungan IB Harmoni, keunggulan, kelemahan, peluang dan ancaman Tabungan IB Harmoni dan sumber data sekunder yaitu berasal dari buku, jurnal serta publikasi BPRS Mitra Harmoni Yogyakarta antara lain; data neraca bank, laporan laba rugi bank, jumlah nasabah Tabungan IB Harmoni, brosur Tabungan IB Harmoni serta buku, jurnal, yang relevan untuk digunakan sebagai variabel data pendukung penulisan Tugas Akhir ini. Berdasarkan hasil analisis maka diperoleh kesimpulan bahwa strategi pemasaran produk Tabungan IB Harmoni yang diterapkan oleh BPRS Mitra Harmoni Yogyakarta terdiri dari; strategi *door to door*, memberikan pelayanan prima dan membangun jaringan. Hasil penyusunan alternatif strategi pemasaran Tabungan IB Harmoni sesuai dengan faktor internal, faktor eksternal dan analisis matrik SWOT, terdiri atas; (a) Strategi SO (*Strenghts Opportunities*) strategi ini meliputi; meningkatkan citra produk Tabungan IB Harmoni dan meningkatkan kepuasan nasabah. (b) Strategi WO (*Weakness Opportunities*) strategi ini meliputi; melakukan sosialisasi yang masif kepada masyarakat, meningkatkan promosi melalui berbagai media dan membangun fasilitas ATM. (c) Strategi ST (*Strenghts Threats*) strategi ini meliputi strategi diferensiasi produk dan meningkatkan kinerja usaha. (d) strategi WT (*Weakness Threats*) strategi ini hanya dengan menambah jumlah Sumber Daya Manusia dan meningkatkan kualitasnya dengan pelatihan (*training*) serta pengetahuan produk (*product knowledge*). Dengan demikian pilihan alternatif strategi pemasaran tersebut dapat dijadikan pilihan dalam pengembangan produk pada masa yang akan datang.

Kata kunci: strategi pemasaran tabungan syariah, alternatif strategi pemasaran, analisis SWOT produk bank syariah.

ABSTRACT

The writing of the final project is made for the purpose of reviewing the marketing strategy of saving IB Harmoni at PT BPRS Mitra Harmoni Yogyakarta along with a devised a marketing strategy alternative savings IB Harmony at PT BPRS Mitra Harmoni Yogyakarta. Method of data collection is by observation and interviews for the collection of data objects in writing. The source of the data used include sources of primary data, namely data obtained directly from the BPRS Mitra Harmoni Yogyakarta, among others; interview about the marketing strategy of saving IB Harmoni, hallmarks, weaknesses, opportunities and threats Savings IB Harmoni and a secondary data source that is derived from books, journals and publications of BPRS Mitra Harmoni Yogyakarta among other; data on bank balance sheets, income statements, bank Savings account holders number of IB Harmoni Savings brochure, Harmony Books, journals, and relevant to be used as variable data supporting the writing task. Based on the results of the analysis of the obtained conclusions that savings products marketing strategies applied by the IB Harmoni savings of the BPRS Mitra Harmoni Yogyakarta; the strategy of door to door, delivering excellent service and build a network. The results of the drafting of the alternative marketing strategies in accordance with Harmony IB Savings internal factors, external factors and the analysis of SWOT matrix, consisting of; (a) the strategy SO (Strenghts Opportunities) of this strategy include; enhance citra savings products and boosting Harmony IB customer satisfaction. (b) WO Strategies (Weakness Opportunities) of this strategy include; do the massive socialization to society, enhance promotion through various media and built facilities. (c) ST Strategies (Strenghts Threats) strategies include product differentiation strategies and improve the performance of the business. (d) WT strategies (Weakness Threats) strategy with a number of human resources and improve the quality by training (training) and knowledge of the products (product shaering). Thus the choice of alternative marketing strategies can be optioned in product development in the future.

Keyword: *marketing strategy of Sharia savings, alternative marketing strategy, SWOT analsis Islamic banks products.*