

ABSTRAK

Nabila Choirunnisa (1199220056): Analisis Strategi Pemasaran Produk Simpanan Investasi Berjangka *Mudharabah* Di KSPPS Tamzis Bina Utama Kc. Inggit Garnasih Bandung

Tren Investasi yang saat ini meningkat di Indonesia serta meningkatnya minat masyarakat terhadap investasi menimbulkan peluang bagi lembaga keuangan di Indonesia untuk membuat berbagai macam produk investasi. Peluang tersebut dipakai juga oleh KSPPS Tamzis Bina Utama Kc. Inggit Garnasih Bandung sebagai peluang dalam memasarkan produk simpanan Ijabah kepada masyarakat luas. Simpanan Ijabah adalah simpanan berbentuk investasi berjangka yang menggunakan prinsip *mudharabah mutlaqah* (bagi hasil). Dalam memasarkan produk diperlukan strategi yang efektif dan efisien dengan cara menganalisis faktor internal dan faktor eksternal yang berhubungan dengan pemasaran supaya dapat diketahui strategi pemasaran apa yang bisa dilakukan KSPPS Tamzis Bina Utama Kc. Inggit Garnasih Bandung dalam memasarkan produk simpanan Ijabah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi KSPPS Tamzis Bina Utama Kc. Inggit Garnasih Bandung dalam memasarkan produk simpanan Ijabah pada minat masyarakat luar pasar, dilihat dari indikator alat analisis SWOT yang terdiri dari faktor internal perusahaan (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman).

Landasan teori yang digunakan yaitu teori perencanaan strategi pemasaran yang dikemukakan oleh Philip Kotler dan Amstrong yaitu proses mengembangkan produk dan mempertahankan kecocokan strategi antara tujuan dan kemampuan suatu perusahaan dalam mengambil peluang pemasaran yang ada.

Metode yang digunakan adalah metode penelitian analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Sumber data yang digunakan adalah data primer yaitu dari wawancara secara langsung kepada Manajer Operasional Area dan Manajer Marketing Area KSPPS Tamzis Bina Utama Kc. Inggit Garnasih Bandung serta data sekunder dari studi pustaka.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, hasil analisis SWOT pada matriks IFAS diperoleh total skor 3,30 yang menunjukkan bahwa faktor internal yang dimiliki relatif kuat dalam memanfaatkan berbagai macam kekuatan yang dimiliki. Dan berdasarkan hasil analisis SWOT pada matriks EFAS diperoleh total skor sebesar 3,33 maka dapat dikatakan bahwa strategi pemasaran produk simpanan Ijabah KSPPS Tamzis Bina Utama Kc. Inggit Garnasih Bandung sudah relatif mampu mengelola peluang dengan baik tetapi agar lebih meningkat minat masyarakat luar pasarnya maka, harus mengantisipasi berbagai macam ancaman dari luar perusahaan. Strategi pemasaran yang tepat untuk mengembangkan produk simpanan Ijabah sekaligus memasarkan sampai menjangkau masyarakat luar pasar adalah melakukan promosi melalui media sosial seperti berkreatifitas dalam membuat konten promosi semenarik mungkin kemudian di upload ke media sosial dengan *caption* yang mengandung unsur-unsur keunggulan produk simpanan Ijabah. Kemudian dengan gencar mengikuti *event-event* seperti membuka stand di event yang diadakan di Bandung seperti Bazaar atau pameran, serta menjalin kerjasama dengan lembaga/instansi di Kota Bandung dengan tujuan membantu lembaga tersebut dan mempromosikan produk-produk dan layanan Tamzis kepada masyarakat luas.

Kata Kunci: strategi pemasaran, produk simpanan Ijabah, SWOT