

Analisis SWOT Strategi Marketing Produk Pembiayaan Pada PT. BPRS Gebu Prima

Rizki Hadayani Daulay

¹Fakultas Agama Islam, ²universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (Jl. Kapten Muchtar Basri No.3, Glugur Darat li, Kec. Medan Timur., Kota Medan, Sumatera Utara 20238)

Email: rizkihandayani2000@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji strategi pemasaran produk pembiayaan dan analisis SWOT pada strategi pemasaran proses pembiayaan pada lembaga BPRS Gebu Prima. Adapun metode yang digunakan adalah kualitatif yaitu tata cara penelitian yang menghasilkan data deskriptif, yaitu apa yang dinyatakan oleh responden secara tertulis atau lisan dan perilaku nyata. Hasil penelitian menggunakan metode Analisis SWOT dari faktor Internal dan Eksternal menunjukkan bahwa BPRS Gebu Prima masuk pada tipe kuadran I. (positif, positif), merupakan posisi yang sangat menguntungkan. Perusahaan mempunyai peluang dan kekuatan sehingga ia dapat memanfaatkan peluang yang ada secara maksimal. Setidaknya menerapkan strategi yang mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif. Dan hasil penelitian menggunakan Marketing Mix yang dilakukan oleh BPRS Gebu Prima sudah sesuai dengan apa yang menjadi target sasaran jangka panjang. Tapi, dalam keadaan yang terpaparkan, strategi pemasaran pada BPRS Gebu Prima belum berjalan sesuai dengan keinginan dan masih banyak kendala- kendala yang perlu diselesaikan.

Kata Kunci : Analisis SWOT, Strategi Pemasaran, Produk Pembiayaan

1. PENDAHULUAN

Pemasaran mempunyai peran penting bagi perusahaan untuk mempertahankan dan meningkatkan pendapatan perusahaan. Dalam pemasaran terdapat elemen penting yang selalu berkaitan langsung dengan pemasaran yaitu strategi pemasaran. Menurut Kotler, pengertian pemasaran adalah aktivitas sosial dan sebuah pengaturan yang dilakukan oleh perorangan ataupun sekelompok orang dengan tujuan untuk mendapatkan tujuan mereka dengan jalan membuat produk dan menukarkannya dengan besaran nominal tertentu ke pihak lain. Strategi pemasaran adalah suatu cara untuk memenangkan persaingan. Penerapan strategi pemasaran dapat dilakukan dengan menggunakan strategi bauran pemasaran yang merupakan alat bagi pemasar yang terdiri dari berbagai unsur program memasarkan seperti *product, price, place dan promotion*. Strategi pemasaran juga merupakan ujung tombak bagi suatu lembaga keuangan untuk mengenalkan serta memasarkan keunggulan produk-produknya. Salah satu strategi yang berhubungan dengan kegiatan pemasaran perusahaan adalah *marketing mix* strategi: "*marketing mix as the set of controllable marketing variables that the firm bleads to produce the response it wants in the target market*". Dari definisi diatas dapat diartikan bahwa bauran pemasaran merupakan variabel terkendali yang digabungkan untuk menghasilkan tanggapan yang diharapkan dari pasar sasaran.

Pada saat ini, tiap-tiap bank dituntut untuk dapat membuat strategi pemasaran dalam memberikan atau meningkatkan pelayanan kepada nasabah agar sasaran perusahaan tercapai. Strategi pemasaran perbankan kini dilakukan secara terpadu sebagai usaha untuk memuaskan keinginan nasabah. Secara umum strategi pemasaran dilakukan dengan menerapkan bauran pemasaran (*marketing mix*), yang terdiri dari produk, harga, tempat, dan promosi. Bauran pemasaran (*marketing mix*) sangat menentukan keberhasilan dalam merebut pasar. Strategi pemasaran merupakan ujung tombak bagi bank untuk mengenalkan dan memasarkan keunggulan produk-produknya, tetapi strategi pemasaran tidak akan optimal bila produk yang ditawarkan kurang memiliki daya saing dibandingkan dengan produk pesaing. Adapun salah satu strategi yang dapat diterapkan dalam perusahaan adalah analisis SWOT. Analisis SWOT telah menjadi salah satu alat yang berguna dalam dunia bisnis. Metode ini merupakan sebuah analisa yang cukup baik, efektif dan efisien serta sebagai alat yang cepat dan tepat dalam menemukan dan mengenali kemungkinan-kemungkinan yang berkaitan dengan inovasi baru dalam dunia bisnis.

BPRS merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang keuangan syariah, yang dalam pengembangan perusahaannya tidak terlepas dari strategi pemasaran. Dalam melakukan pemasaran produk pembiayaan terdapat dua faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal pada BPRS. Pada faktor internal dalam analisis SWOT adalah meliputi kekuatan dan kelemahan BPRS dalam melakukan pemasaran produk pembiayaan. Sedangkan faktor eksternal meliputi peluang dan ancaman bagi BPRS, seperti munculnya pesaing dengan kekuatan manajemen yang lebih baik, dengan mengeluarkan produk yang menarik dengan tujuan untuk memenuhi keinginan dari nasabah. Fungsi dari analisis SWOT dalam strategi pemasaran adalah untuk menganalisa mengenai kekuatan dan kelemahan strategi pemasaran pada produk pembiayaan yang dimiliki oleh BPRS yang dilakukan melalui analisa terhadap kondisi internal pada BPRS. Hal ini juga dilakukan dalam menganalisa mengenai peluang dan ancaman yang di hadapai BPRS yang dilakukan melalui analisa terhadap kondisi eksternal seperti BPRS lain yang mengeluarkan produk yang menarik yang lebih memenuhi keinginan masyarakat.

Dengan adanya analisis SWOT, maka dapat diidentifikasi berbagai faktor yang secara sistematis untuk merumuskan berbagai strategi BPRS. Dalam analisis tersebut didasarkan terhadap logika yang dapat digunakan untuk memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threath*). Pada proses pengambilan keputusan strategi selalu berkaitan dengan pengembangan tujuan, strategi maupun kebijakan dari BPRS. Oleh

karena itu, dalam perencanaan strategi harus menganalisis mengenai faktor-faktor strategi BPRS pada kondisi yang ada saat ini.

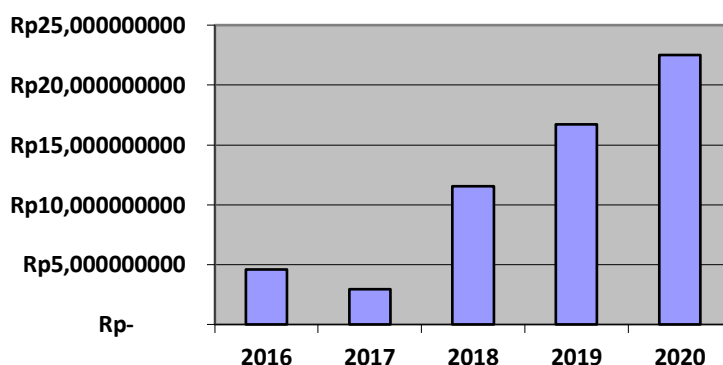
BPRS Gebu Prima adalah salah satu dari lembaga keuangan syariah yang berada di Medan, dalam proses pengoperasionalnya BPRS Gebu Prima terus menunjukkan nilai positif dengan berperan aktif membantu kalangan ekonomi mikro melalui kemudahan didalam memberikan pinjaman ataupun dalam pengelolaan dana tabungan dari masyarakat. Keberadaan lembaga seperti ini dibutuhkan oleh masyarakat akan tetapi ke eksistensinya sekarang mulai diragukan, terkait dengan semakin banyaknya lembaga keuangan lainnya yang memiliki modal lebih kuat dan memiliki jaringan lebih luas, juga segmen pasar yang luas, seperti yang akhir-akhir ini dilakukan oleh Bank Umum Syariah (BUS). BPRS Gebu Prima memiliki berbagai macam produk pembiayaan namun, informasi tentang produk pembiayaan dari BPRS, memang belum terlalu meluas, hal ini disebabkan BPRS kurang melakukan promosi kepada masyarakat. Selama ini produk pembiayaan hanya ditawarkan kepada calon nasabah secara personal ataupun nasabah yang datang untuk mengajukan pembiayaan itu berasal dari Bank Konvensional yang ingin melakukan *take over* kreditnya menjadi pembiayaan.

Pada dasarnya peran pemasaran merupakan hal penting untuk memperkenalkan eksistensi BPRS di masyarakat, sehingga bagi masyarakat yang membutuhkan dana cepat tidak perlu pergi ke Bank umum karena dengan datang ke BPRS persyaratannya lebih mudah dibandingkan dengan Bank. Maka dari itu, apabila pemasaran berjalan dengan baik maka berdampak baik pula untuk berkembang dan suksesnya BPRS. Tetapi tidak jarang pula BPRS mengalami kebangkrutan dikarenakan proses pemasaran dan hal lain tidak berjalan dengan baik.

Tabel 1. Jumlah Pembiayaan Rata-rata yang Disalurkan PT. BPRS Gebu Prima

Tahun	Jumlah Pembiayaan Rata-rata per tahun
2016	Rp 4.622.000.000
2017	Rp 2.951.400.000
2018	Rp 11.575.590.000
2019	Rp 16.736.500.000
2020	Rp 22.494.650.000

Sumber : PT. BPRS Gebu Prima



Gambar 1. Jumlah Pembiayaan Rata-rata yang Disalurkan PT. BPRS Gebu Prima

Berdasarkan table dan diagram diatas, penyaluran dana pembiayaan yang dicairkan oleh PT. BPRS Gebu Prima di tahun 2016 mengalami kenaikan sebesar Rp 268.500.000 pertahun. Pada tahun 2017 mengalami penurunan sebesar Rp 1.670.600.000 pertahun. Pada tahun 2018 mengalami kenaikan sebesar Rp 8.624.550.000 pertahun. Pada tahun 2019 mengalami kenaikan sebesar Rp 5.160.550.000 pertahun. Kemudian pada tahun 2020 mengalami kenaikan sebesar Rp 5.758.150.000 pertahun. Hal ini menunjukkan adanya peningkatan dan penurunan pembiayaan yang disalurkan oleh PT. BPRS Gebu

Prima kepada nasabah, BPRS tetap bisa dan mampu menjalankan kegiatannya dalam menyalurkan dana pembiayaan dari PT. BPRS Gebu Prima.

BPRS Gebu Prima didirikan dengan tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dalam pemberian pembiayaan kepada nasabah untuk kegiatan usaha. BPRS Gebu Prima adalah lembaga yang akan memberikan layanan perbankan syariah kepada masyarakat dan memberi solusi permodalan bagi pengusaha/masyarakat.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah tata cara penelitian yang menghasilkan data deskriptif, yaitu apa yang dinyatakan oleh responden secara tertulis atau lisan dan perilaku nyata. Sebagaimana menurut Suharsimi Arikunto, metode deskriptif adalah "suatu metode penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan suatu keadaan tertentu berdasarkan fakta-fakta yang ada, mengumpulkan, mengklarifikasi, dan menginterpretasikan data sehingga memberikan informasi untuk menganalisa masalah yang diselidiki. Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Data deskriptif yang umumnya berbentuk kata-kata, gambar-gambar, atau rekaman. Kriteria data dalam penelitian kualitatif adalah data yang pasti. Dalam penelitian ini, sumber data yang dikumpulkan adalah data primer dan data sekunder.

- a. Data primer ialah data yang dikumpulkan langsung dari obyeknya dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perusahaan. Pengumpulan ini dilakukan dengan survey lapangan dengan menggunakan semua metode pengumpulan data original.
- b. Data sekunder ialah peneliti melakukan pengumpulan informasi melalui segala bahan tertulis (studi kepustakaan) dalam bentuk buku, literature, internet, dan sumber tertulis lainnya yang relevan dengan judul penelitian serta dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya.

Dalam penelitian lapangan, peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, antara lain :

- a. Metode *Observasi*, Metode *observasi* yaitu metode pengumpulan data dengan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap fakta-fakta yang diselidiki. Menurut Sutrisno Hadi, *observasi* adalah metode ilmiah yang diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan dengan sistematis fenomena-fenomena yang diselidiki.
- b. Metode Wawancara (*Interview*), Wawancara (*Interview*) adalah merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.
- c. Metode Dokumentasi, Metode dokumentasi menurut Suharsimi Arikunto adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, leggers, agenda dan sebagainya.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Analisis yang diperoleh selanjutnya dikembangkan pola hubungan tertentu. Langkah-langkah yang ditempuh penulis dalam menganalisa data adalah sebagai berikut :

- a. Analisis pra lapangan dan
- b. Analisis data lapangan.

3. HASIL

1. Analisis SWOT berdasarkan faktor internal dan eksternal

BPRS Gebu Prima berdiri sejak tahun 1996 dan tetap eksis sampai saat ini tentunya telah memiliki anggota pembiayaan tetap. Hal ini tentunya menjadi point utama dalam perkembangan kedepannya, sehingga BPRS Gebu Prima merasa walaupun saat ini begitu banyak BPRS yang ada di kota Medan, khususnya wilayah BPRS tidak ada persaingan yang dapat merugikan BPRS Gebu Prima. Berikut ini adalah rincian mengenai faktor internal yaitu: kekuatan dan kelemahan dan faktor eksternal yaitu: peluang dan ancaman yang penulis sudah rangkum melalui hasil data wawancara dengan ibu Yola Oktita selaku *Internal*

Control BPRS Gebu Prima, Apa saja faktor internal (kekuatan, kelemahan) dan faktor internal (peluang, ancaman) pada BPRS Gebu Prima? Berikut jawaban Ibu Yola Oktita :

Faktor internal

a. Kekuatan (*Strength*)

- 1) Mutu dan kualitas produk terjamin
- 2) Proses pembiayaan yang cepat
- 3) Dapat memenuhi kebutuhan calon nasabah yang tidak melanggar hukum
- 4) Persyaratan yang mudah
- 5) Perusahaan memiliki jaringan kerja yang luas
- 6) Warga sekitar sudah mengenal BPRS Gebu Prima
- 7) Pembagian keuntungan sesuai dengan syari'ah islam

b. Kelemahan (*Weakness*)

- 1) SDM tenaga pemasaran yang harus di tingkatkan
- 2) Promosi perusahaan terhadap produk masih kurang
- 3) Produk yang ditawarkan masih sedikit/terbatas
- 4) Terjadinya *miss*komunikasi antara marketing dan calon nasabah karena proses yang cepat
- 5) Belum maksimal dalam menanggapi keluhan nasabah

Faktor Eksternal

a. Peluang (*Opportunity*)

- 1) Segmen Pasar dan Konsumen yang jelas
- 2) Bekerjasama dengan BPRS/BMT/BANK
- 3) Hubungan yang baik dengan Nasabah
- 4) Masyarakat mulai tertarik dengan sistem ekonomi syariah

b. Ancaman (*Threat*)

- 1) Gencarnya promosi, iklan dari competitor
- 2) Pihak bank melirik sektor mikro kecil
- 3) Semakin banyak competitor baru
- 4) Tidak semua calon nasabah yang bersifat amanah

Dari hasil wawancara analisis SWOT Ibu Yola Oktita yang digambarkan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa masih cukup banyak kekurangan yang dialami BPRS yang sudah berdiri lama, solusi yang ditawarkan yaitu meningkatkan sistem promosi yang lebih menarik dari competitor lain dan berani menambah jumlah pegawai yang ditempatkan di bagian pemasaran ini bertujuan agar masyarakat lebih berminat untuk melakukan transaksi pembiayaan di BPRS Gebu Prima dari pada Bank lain. Untuk mengetahui langkah-langkah yang perlu dilakukan BPRS Gebu Prima dalam menentukan kebijakan strategi pemasaran diperlukan matriks SWOT yang bisa menunjukkan faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki oleh BPRS Gbu Pima, sehingga kemungkinan salah dalam mengambil keputusan dalam pemasaran dapat dihindari. Berdasarkan matriks SWOT oleh Fred R. David maka diperoleh hasil analisis SWOT BPRS Gebu Prima adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Matriks IFAS PT. BPRS Gebu Prima

1. Analisis Faktor Internal

a. Kekuatan (*Strenght*)

No	Kekuatan (<i>Strenght</i>)	Bobot	Rating	Bobot Rating
1	Mutu dan kualitas produk terjamin	0,1	4	0,4
2	Proses pembiayaan yang cepat	0,2	4	0,8
3	Dapat memenuhi kebutuhan calon nasabah yang tidak	0,1	4	0,4

	melanggar hukum			
4	Persyaratan yang mudah	0,2	4	0,8
5	Perusahaan memiliki jaringan kerja yang luas	0,1	4	0,4
6	Warga sekitar sudah mengenal BPRS Gebu Prima	0,2	4	0,8
7	Pembagian keuntungan sesuai dengan syariah islam	0,1	4	0,4
Sub Total		1		4

b. Kelemahan (*Weakness*)

No	Kelemahan (<i>Weakness</i>)	Bobot	Rating	Bobot Rating
1	SDM tenaga pemasaran yang harus di tingkatkan	0,2	2	0,4
2	Promosi perusahaan terhadap produk masih kurang	0,2	3	0,6
3	Produk yang ditawarkan masih sedikit/terbatas	0,1	2	0,2
4	Terjadinya <i>miss</i> komunikasi antara marketing dan calon nasabah karena proses yang cepat	0,1	3	0,6
5	Belum maksimal dalam menanggapi keluhan nasabah	0,3	2	0,6
Sub Total		1		2,4

Dari hasil analisis tabel pada faktor kekuatan (*strenght*) mempunyai total nilai 4, sedangkan faktor kelemahan (*weakness*) mempunyai total nilai 2,4.

Tabel 3. Matriks EFAS PT. BPRS Gebu Prima

2. Analisis Faktor Eksternal

a. Peluang (*Opportunity*)

No	Peluang (<i>Opportunity</i>)	Bobot	Rating	Bobot Rating
1	Pangsa pasar yang luas	0,3	4	1,2
2	Bekerjasama dengan BPRS/BMT/BANK	0,2	3	0,6
3	Hubungan yang baik dengan Nasabah	0,2	4	0,8
4	Masyarakat mulai tertarik dengan sistem ekonomi syariah	0,3	4	1,2
Sub Total		1		3,8

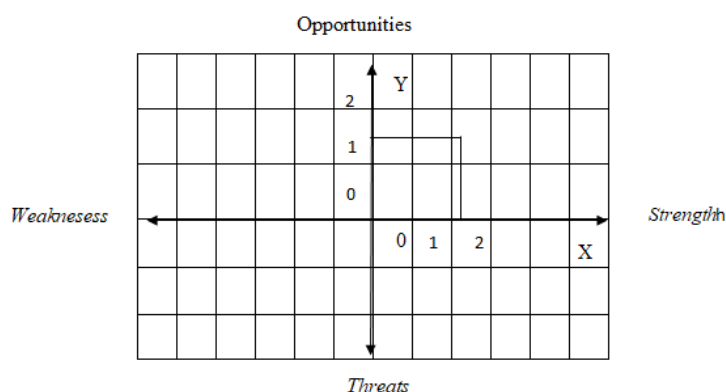
b. Ancaman (*Threat*)

No	Ancaman (<i>Threat</i>)	Bobot	Rating	Bobot Rating
1	Gencarnya promosi, iklan dari competitor	0,3	3	0,9
2	Pihak bank melirik sektor mikro kecil	0,2	3	0,6
3	Semakin banyak competitor	0,2	2	0,4

	baru			
4	Tidak semua calon nasabah yang bersifat amanah	0,3	2	0,6
	Sub Total	1		2,5

Pada tabel ini menunjukkan bahwa untuk faktor peluang (*opportunity*) nilai skornya 3,8 dan faktor ancaman (*threats*) 2,5. Selanjutnya nilai total skor dari masing-masing faktor dapat dirinci, Kekuatan (*Strenght*) : 4, Kelemahan (*Weakness*) 2,4 , Peluang (*Opputunity*) 3,8 dan Ancaman (*Threats*) 2,5.

Maka dapat diketahui nilai Kekuatan (*Strenght*) diatas nilai Kelemahan (*Weakness*) dengan selisih (+) 1,6 dan nilai Peluang (*Oppurtunity*) dan Ancaman (*Threats*) dengan selisish (-) 1,3. Dari hasil identifikasi faktor tersebut maka dapat digambarkan dalam diagram SWOT.



Gambar 2. Diagram Cartesius Analisis SWOT PT. BPRS Gebu Prima

Dari hasil diatas menunjukkan bahwa BPRS Gebu Prima masuk pada Tipe kuadran I. (positif, positif). Posisi ini menandakan bahwa BPRS Gebu Prima dalam kondisi yang kuat dan berpeluang, Sehingga sangat dimungkinkan untuk terus melakukan ekspansi, memperbesar pertumbuhan dan meraih kemajuan secara maksimal.

Tabel 4. Matriks SWOT BPRS Gebu Prima

EFAS \ IFAS	(<i>Strenght</i>) Kekuatan	(<i>Weaknesses</i>) Kelemahan
(<i>Opportunities</i>) Peluang	Startegi SO (Agresif) = 4 + 3,8 = 7,8	Strategi WO (<i>Turn-Around</i>) = 3,8 + 2,4 = 6,2
(<i>Threats</i>) Ancaman	Strategi ST (<i>Diversifikasi</i>) = 4 + 2,5 = 6,5	Strategi WT (<i>Defensif</i>) = 2,4 + 2,5 = 4,9

Dari tabel diatas bisa disimpulkan bahwa kekuatan + peluang (SO) = 7,8 . peluang + kelemahan (OW) = 6,2. Kekuatan + Ancaman (ST) = 6,5 dan kelemahan + ancaman (WT) = 4,9. Sehingga dalam perencanaan strategi ini yang harus dilakukan BPRS Gebu Prima adalah memanfaatkan startegi SO yang nilainya 7,8 kemudian ST, OW dan terakhir WT.

Dari analisis SWOT diatas dapat dilihat bahwa faktor kekuatan dan peluang lebih besar dibandingkan dengan faktor kelemahan dan ancaman. Oleh karena itu, merupakan posisi yang sangat menguntungkan, perusahaan mempunyai kekuatan dan peluang sehingga ia dapat memanfaatkan peluang yang ada secara maksimal, selayaknya menerapkan strategi yang mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif.

4. PEMBAHASAN

Analisis SWOT digunakan untuk melihat kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang akan dihadapi oleh perusahaan. Dengan melihat kekuatan yang dimiliki serta

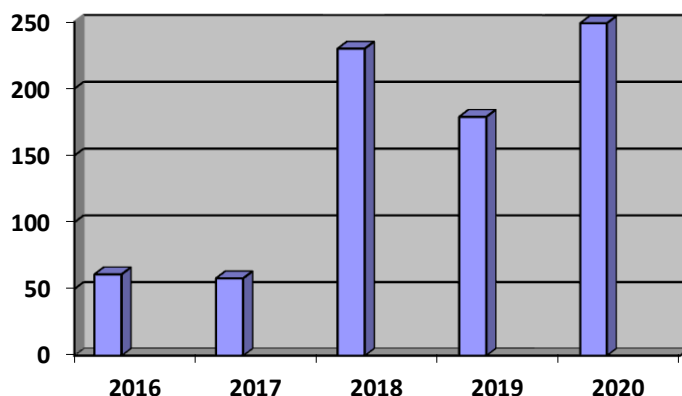
mengembangkan kekuatan tersebut dapat dipastikan bahwa perusahaan akan lebih maju dibanding pesaing yang ada. Demikian juga dengan kelemahan yang dimiliki harus diperbaiki agar perusahaan bisa tetap eksis. Peluang yang ada harus dimanfaatkan sebaik-baiknya oleh perusahaan agar volume penjualan dapat meningkat. Dan ancaman yang akan dihadapi oleh perusahaan haruslah dihadapi dengan mengembangkan strategi pemasaran yang baik.

Menganalisis strategi pemasaran produk pembiayaan dengan menggunakan analisis SWOT berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan ibu Yola Oktita selaku *internal control*, bahwa PT. BPRS Gebu Prima sudah berada pada posisi yang sangat menguntungkan.

Hal ini dapat dilihat dari analisis SWOT faktor internal yaitu kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*) dan faktor eksternal yaitu peluang (*opportunity*), ancaman (*threats*). Bahwa faktor kekuatan dan peluang lebih besar dibandingkan dengan faktor kelemahan dan ancaman dari faktor Internal dan Eksternal menunjukkan bahwa BPRS Gebu Prima masuk pada tipe kuadran I. (positif, positif), merupakan posisi yang sangat menguntungkan. Perusahaan mempunyai peluang dan kekuatan sehingga ia dapat memanfaatkan peluang yang ada secara maksimal. Jika dilihat dari teori pendukung yang telah dijelaskan diatas, maka BPRS Gebu Prima sudah mengembangkan kekuatannya dan memanfaatkan peluang dengan baik sehingga volume penjualan terus meningkat dan jumlah nasabah yang semakin bertambah, ini dapat dilihat dari tabel jumlah nasabah BPRS Gebu Prima sebagai berikut :

Tabel 5. Jumlah Nasabah PT. BPRS Gebu Prima

Tahun	Jumlah Nasabah
2016	61
2017	58
2018	230
2019	179
2020	249
Total	777



Gambar 3. Grafik Jumlah Nasabah PT. BPRS Gebu Prima

Strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) yang terdiri dari strategi produk, harga, promosi dan tempat, harus mengacu pada strategi pertumbuhan. Untuk meningkatkan pertumbuhan produk, perusahaan secara agresif menekankan kelebihan-kelebihan produk kepada nasabah. *Margin* dapat digunakan untuk menciptakan pertumbuhan dari harga atau *price*. Calon nasabah harus mengetahui bahwa penetapan margin memiliki nilai bersaing dengan bank lain. Pada strategi tempat, perusahaan memilih posisi yang sangat mendukung strategi pertumbuhan perusahaan. Pemilihan tempat di pusat bisnis dengan kemudahan transportasi sangat memudahkan nasabah mencapainya. Terakhir untuk strategi promosi adalah dengan penekanan secara agresif melalui iklan, *personal selling*, dan promosi penjualan dari mulut ke mulut. *Marketing Mix* yang dilakukan oleh BPRS Gebu Prima sudah

sesuai dengan apa yang menjadi target sasaran jangka panjang. Tapi, dalam keadaan yang terpaparkan, strategi pemasaran pada BPRS Gebu Prima belum berjalan sesuai dengan keinginan dan masih banyak kendala- kendala yang perlu diselesaikan.

Tull dan Kahle mendefinisikan strategi pemasaran sebagai 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. Jika dilihat dari pengertian tersebut maka Strategi Pemasaran yang dilakukan BPRS Gebu Prima sudah sesuai dengan pernyataan dari Tull dan Kahle yaitu sudah mencapai tujuan perusahaan.

Jika dikaji dari penelitian terdahulu yang diteliti oleh Syauqi Jazuli dan penelitian ini dapat disimpulkan bahwa keduanya memiliki hasil yang sama yaitu perusahaan masuk pada tipe kuadran I. (positif, positif), merupakan posisi yang sangat menguntungkan. Perusahaan mempunyai peluang dan kekuatan sehingga ia dapat memanfaatkan peluang yang ada secara maksimal. Dan strategi pemasaran *Marketing Mix* yang dilakukan oleh Perusahaan sudah sesuai dengan apa yang menjadi target sasaran jangka panjang.

Pemasaran produk pembiayaan dengan menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix*) sangat efektif dilakukan untuk lebih mendalami strategi yang dilakukan agar pemasaran dapat tercapai sesuai yang diinginkan terlebih dahulu bank melakukan penilaian dengan analisis SWOT.

Dengan adanya analisis SWOT merupakan instrumen yang ampuh dalam melakukan analisis strategi. Hasil analisis SWOT menyebutkan bahwa BPRS Gebu Prima sangat baik dimungkinkan untuk terus melakukan ekspansi serta memperbesar pertumbuhan dan meraih kemajuan secara maksimal.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan peneliti maka ada beberapa kesimpulan yang dapat diambil dari hasil penelitian ini yaitu :

1. Perumusan Strategi Pemasaran BPRS Gebu Prima

Strategi pemasaran BPRS Gebu Prima berdasarkan *marketing mix* yaitu : Strategi produk menggunakan produk Murabahah, Mudharabah serta Multijasa. Strategi harga mengikuti ketentuan yang sudah dituangkan perusahaan di dalam SOP. Strategi promosi menggunakan sistem dari mulut ke mulut dan penjualan pribadi (*personal selling*). Strategi Lokasi BPRS Gebu Prima sudah strategis karena berada di tengah kota dan berdekatan dengan area perbisnisan lainnya

2. Hasil analisis SWOT menyebutkan bahwa BPRS Gebu Prima

Berada pada posisi kuadran I yang mana menunjukkan bahwa BPRS Gebu Prima kuat dan berpeluang, rekomendasi strategi yang diberikan adalah Agresif, artinya BPRS dalam kondisi prima dan mantap sehingga sangat dimungkinkan untuk terus melakukan ekspansi serta memperbesar pertumbuhan dan meraih kemajuan secara maksimal. Perusahaan mempunyai peluang dan kekuatan sehingga ia dapat memanfaatkan peluang yang ada secara maksimal, selayaknya menerapkan strategi yang mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif.

6. REFERENSI

- Afrida, Y. (2016). Analisis Pembiayaan Murabahah Di Perbankan Syariah, "Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam", 1(2).
- Amalia, A. (2017). Pengaruh Pendidikan, Pengangguran Dan Ketimpangan Gender Terhadap Kemiskinan Di Sumatera Utara. At-Tawassuth: Jurnal Ekonomi Islam, 2(2), 324-344.
- Amalia, A. (2018). Jual Beli Dengan Menggunakan Sistem Dropshipping Dalam Perspektif Ekonomi Islam. Journal Attanmiah, 1(2).
- Amalia, A. (2020). Konsep Hutang Piutang Dalam Al-Quran (Studi Perbandingan Tafsir Al-Quran Al'azim Karya Ibnu Katsir Dan Tafsir Al Misbah Karya Muhammad Quraish Shihab). Journal Attanmiah, 3(6).
- Amalia, A. (2020). Pengaruh Kurs Nilai Tukar, Jumlah Uang Beredar, Dan Laju Inflasi Terhadap Indeks Harga Saham Gabungan (Ihsg). Journal Attanmiah, 3(5).

- Amalia, A. (2021). Analisis Kelangkaan Barang Dan Jasa Dalam Pandangan Ekonomi Syariah. *Journal Attanmiyah*, 4(7).
- Amalia, A., & Lubis, A. S. (2021). Building The Character Of Indonesia's Sharia-Based Indonesian Human Resources As An Important Component In Dealing With The Asean Economic Community (Mea). *Journal Of Management Analytical And Solution*, 2(2).
- Amalia, A., Latif, A., & Murizal, I. (2021, March). The Influence Of Leadership And Organizational Culture On Sharia-Based Business Development In Washliyin In North Sumatera. In *First International Conference On Science, Technology, Engineering And Industrial Revolution (Icsteir 2020)* (Pp. 273-276). Atlantis Press.
- Amini, N. (2015). Pengaruh Penyuluhan Metode Poster Terhadap Pengetahuan Pola Makan Hipertensi Pada Lansia Di Desa Krapyak Wetan Kabupaten Bantul (Doctoral Dissertation, Universitas Gadjah Mada).
- Amini, N. (2018). Penerapan Permainan Balok Dalam Mengembangkan Kecerdasan Visual Spasialanak Usia Dini Di Taman Kanak-Kanak Al-Azhar 14 Lampung Selatan (Doctoral Dissertation, Uin Raden Intan Lampung).
- Amini, N. R., & Fanreza, R. (2021, February). The Effectiveness Of Online Kajian Al-Islam And Kemuhammadiyah Assessment In The Time Of Covid-19 University Of Muhammadiyah Sumatera Utara. In *Proceeding International Seminar Of Islamic Studies* (Vol. 2, No. 1, Pp. 859-863).
- Amini, N. R., & Junaidi, J. (2018). Aplikasi Metode Every One Is Teacher Here Dalam Memotivasi Mahasiswa Belajar Mata Kuliah Al-Islam Dan Kemuhammadiyah. *Seminar Nasional Al-Islam Dan Kemuhammadiyah*.
- Amini, N. R., Naimi, N., & Lubis, S. A. S. (2019). Implementasi Kurikulum Al-Islam Dan Kemuhammadiyah Dalam Meningkatkan Sikap Religiusitas Mahasiswa Di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Intiqad: Jurnal Agama Dan Pendidikan Islam*, 11(2), 359-372.
- Amini, N., & Naimah, N. (2020). Faktor Hereditas Dalam Mempengaruhi Perkembangan Intelligensi Anak Usia Dini. *Jurnal Buah Hati*, 7(2), 108-124.
- Amini, N., & Suyadi, S. (2020). Media Kartu Kata Bergambar Dalam Meningkatkan Kemampuan Kosakata Anak Usia Dini. *Paudia: Jurnal Penelitian Dalam Bidang Pendidikan Anak Usia Dini*, 9(2), 119-129.
- Amsari, S., & Nasution, S. (2020, January). Benefits Of Productive Zakat In Increasing Mustahik Revenue In Lazismu Center. In *Proceeding International Seminar Of Islamic Studies* (Vol. 1, No. 1, Pp. 141-150).
- Andik, F. (2012). Analisa Strategi Marketing Gumati Cafe Dalam Meningkatkan Konsumen Menurut Perspektif Islam, *Jurnal Ekonomi Islam Al-Infaq*, 3(1).
- Arie, R.S. (2011). Strategi Pemasaran Swalayan Pamella Dalam Perspektif Islam" *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 1(2).
- Assuari, S. (2014). *Manajemen Pemasaran*, cet.13 Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Cahyono, P. (2016). Implementasi Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Metode Swot Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk Jasa Asuransi Kecelakaan Dan Kematian Pada PT. Prudential Cabang Lamongan. *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen*, 1(6).
- Daulay, M. Y., & Amini, N. R. (2019). Pkpmpembinaan Kader Mubaligh/Mubalighat Muhammadiyah 'Aisyiyah Dalam Kemajuan Dakwah Muhammadiyah Di Ranting Muhammadiyah Desa Sukasari Kec. Pegajahan. *Ihsan: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1).
- Destiana, R. (2016). Analisis Dana Pihak Ketiga dan Risiko Terhadap Pembiayaan Mudharabah dan Musyarakah Pada Bank Syariah di Indonesia, "*Jurnal Logika*", 17(2).
- Edi, S., & Amini, N. R. (2020). Pembinaan Jamaah Dengan Metode Tadabbur Al-Quran Di Perhimpunan Keluarga Besar-Pelajar Islam Indonesia Sumatera Utara. *Ihsan: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 220-228.
- Efendi, R dan Mikhriani. (2015). Analisis Kondisi Bisnis BPRS Dalam Mengangkat Pasar Industri Jasa Perbankan", *Jurnal Manajemen Dakwah*, 1(1).
- Fajaruddin, F., & Pinem, R. K. (2020). 'Aisyiyah's Legal Aid Model In Medan City. *International Journal Reglement & Society (Ijrs)*, 1(2), 38-43.
- Farid, A. (2015). Pembiayaan Ijarah Multijasa Pada Jasa Keuangan Di Ksu Syariah Usaha Mulia Probolinggo, "*Iqtishoduna : Jurnal Ekonomi Islam*", 4(2).
- Fatimah dan Metekohy, E.Y. (2013). "Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah Pada Bank X Syariah Cabang Tangerang Selatan", *Jurnal Eekonomi Dan Bisnis*, 12(1).
- Fauzi, Y. (2015). Manajemen Pemasaran Perspektif Maqasid Syariah, "*Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*", 1(3).

- Febrianti, S., Nursafwa, H., Arifin, B., Hayati, I., & Zailani, Z. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Belajar Mahasiswa Di Masa Pandemi Pada Mata Kuliah Penulisan Karya Ilmiah Di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Al-Ulum: Jurnal Pendidikan Islam*, 2(1), 48-57.
- Hayati, I. (2017). Implementasi Model Pembelajaran Two Stay Two Stray (Tsts) Untuk Meningkatkan Aspek Kognitif Dan Aspek Afektif Mahasiswa Pada Mata Kuliah Akuntansi Keuangan Semester Iii Kelas A Pagi Program Studi Perbankan Syariah Universitas Muhammadiyah Sumatera Ut. *Intiqad: Jurnal Agama Dan Pendidikan Islam*, 8(2), 52-72.
- Hayati, I. (2019). Penguatan Manajemen Keuangan Syariah Bagi Umkm Dengan Menggunakan Metode Door To Door Di Desa Kotasan. *Ihtiyath: Jurnal Manajemen Keuangan Syariah*, 3(2).
- Hayati, I., & Fitria, S. (2018). Pengaruh Burnout Terhadap Kinerja Karyawan Pada Bmt El-Munawar Medan. *Intiqad: Jurnal Agama Dan Pendidikan Islam*, 10(1), 50-65.
- Hayati, I., & Hasibuan, S. R. (2021, February). The Effect Of Mudharabah And Musyarakah Financing On Return On Equity In Syariah Banks In Indonesia. In *Proceeding International Seminar Of Islamic Studies* (Vol. 2, No. 1, Pp. 374-382).
- Hayati, I., & Kijai, R. D. I. (2019). Penerapan Real Time Gross Settlement Dalam Kegiatan Usaha Nasabah Di Pt. Bank Sumut Syariah Cabang Medan. *Jurnal Ekonomi Islam*, 10(1), 49-54.
- Hayati, I., & Siregar, Y. Y. Y. (2019). Pengaruh Dimensi Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Padang Bulan Medan). *Aghniya: Jurnal Ekonomi Islam*, 1(2).
- Hayati, I., & Sitompul, D. N. (2017). Pengaruh Model Pembelajaran Peer Teaching Terhadap Peningkatan Aspek Afektif Mahasiswa Pada Mata Kuliah Akuntansi Keuangan Program Studi Perbankan Syariah Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 2(2).
- Hayati, I., Anisya, N. N., & Amsari, S. (2021, November). Peningkatan Pendapatan Rumah Tangga Melalui Daur Ulang Limbah Masyarakat. In *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan* (Vol. 2, No. 1, Pp. 1077-1082).
- Hayati, I., Fatimah, S., & Siregar, S. (2020). Peran Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Utara Dalam Meningkatkan Pasar Keuangan Syariah. *Misykat Al-Anwar Jurnal Kajian Islam Dan Masyarakat*, 3(1).
- Hayati, I., Saragih, D. H., & Siregar, S. S. (2020, January). The Effect Of Current Ratio, Debt To Equity Ratio And Roa On Stock Prices In Sharia Based Manufacturing Companies In Indonesia Stock Exchange. In *Proceeding International Seminar Of Islamic Studies* (Vol. 1, No. 1, Pp. 276-290).
- Hayati, I., Wastuti, S. N. Y., & Manik, J. R. (2021). Peningkatan Ketahanan Pangan Keluarga Pada Masa Pandemi Covid 19 Melalui "Berkale"(Ember Kangkung Dan Lele) Di Wilayah Pimpinan Cabang Aisyiyah Percut Sei Tuan. *Prosiding Snasppm*, 6(1), 697-701.
- Khaira, M., Hasanah, U., & Hayati, I. (2020). Peran Bank Sampah Dalam Meningkatkan Pendapatan Ibu Rumah Tangga Di Desa Sait Buttu Kec. Pematang Sidamanik. *Ihsan: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 187-195.
- Khairani, L., Hayati, I., & Pulungan, D. R. (2019). Penguatan Kelembagaan Bumdes Karya Tanjung Di Desa Tanjung Pasir Kabupaten Langkat. *Prosiding Applicable Innovation Of Engineering And Science Research*, 2019, 870-876.
- Kholil, S., Nasution, H., & Amini, N. R. (2021). Organizational Communication Model On The Implementation Of The Sakinah 'Aisyiyah Family'sumatera Utara. *Budapest International Research And Critics Institute (Birci-Journal): Humanities And Social Sciences*, 4(1), 1558-1568.
- Lubis, A. S., & Amalia, A. (2021). Employee Performance Assessment With Human Resources Scorecard And Ahp Method (Case Study: Pt Pln (Persero) North Sumatra Generation). *Journal Of Management Analytical And Solution*, 2(2).
- Lubis, A. S., Amalia, A., & Simanjuntak, S. (2021). Pengaruh Fasilitas Sekolah, Biaya Pendidikan Dan Lokasi Sekolah Terhadap Pengambilan Keputusan Siswa Untuk Melanjutkan Pendidikan Ke Sma Al Ulum Terpadu. *Journal Of Management Analytical And Solution*, 1(1).
- Naimi, N., & Amini, N. R. (2021, February). Strengthening Muhammadiyah Ideology Through Webiner'aisyiyah, North Sumatra, Faces Covid 19 New Normal. In *Proceeding International Seminar Of Islamic Studies* (Vol. 2, No. 1, Pp. 700-706).
- Nasution, S. (2021). Konsep Pariwisata Halal Berbasis Ekonomi Kreatif Dengan Sharia Regulation Dalam Meningkatkan Pendapatan Dan Kesejahteraan Masyarakat Di Sumatera Utara. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 21(2), 250-261.

- Nasution, S., & Mujiatun, S. (2020, February). Influences Of Collective Action And Communication On Welfare Of Muhammadiyah Members (A Case Study Of Muhammadiyah Charity Institutions' Leaders In Medan). In *Proceeding International Seminar Of Islamic Studies* (Vol. 1, No. 1, Pp. 446-452).
- Nasution, S., Amsari, S., & Lestari, I. (2020, October). The Use Of Malay Cultural Values In Improving The Malay Economic Society (Case Of Malay Figures In Medan). In *Proceeding International Conference On Language And Literature (Ic2Ic)* (Pp. 44-50).
- Nasution, S., Silalahi, P. R., & Hafiz, M. (2021, February). The Visual Investor: How Are Novice Investors Transacting Sharia Stock. In *Proceeding International Seminar Of Islamic Studies* (Vol. 2, No. 1, Pp. 324-336).
- Pinem, R. (2019). Hak-Hak Perempuan terhadap Harta Dalam Suku Karo (Memaknai Simbol Dalam Rangka Perubahan Hukum Di Masyarakat). *De Lega Lata: Jurnal Ilmu Hukum*, 4(1), 16-27.
- Pinem, R. K. B. (2018). Peranan Kegiatan Kiam Dalam Membentuk Akhlak Mulia Mahasiswa Umsu. *Seminar Nasional Al-Islam Dan Kemuhammadiyah*.
- Pinem, R. K. B. (2018). Peranan Kegiatan Kiam Dalam Membentuk Akhlak Mulia Mahasiswa Umsu. *Seminar Nasional Al-Islam Dan Kemuhammadiyah*.
- Pinem, R. K. B. (2018). Strategi Internalisasi Nilai-Nilai Al-Islam Pada Mahasiswa Di Rusunawa Umsu. *Jurnal Ilmiah Al-Hadi*, 4(1), 789-801.
- Pinem, R. K. B. (2019). Metode Pembelajaran Al-Islam Dan Kemuhammadiyah Di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Intiqad: Jurnal Agama Dan Pendidikan Islam*, 11(2), 373-395.
- Pinem, R. K. B. (2020). Donor Anggota Tubuh (Transplantasi) Menurut Hukum Islam (Upaya Mengidentifikasi Masalah Dan Mencari Dalil-Dalilnya). *De Lega Lata: Jurnal Ilmu Hukum*, 5(1), 67-78.
- Pinem, R. K. B. (2020, January). The Role Of 'Aisyiyah Recitation In Forming Sakeenah Family. In *Proceeding International Seminar Of Islamic Studies* (Vol. 1, No. 1, Pp. 291-298).
- Pinem, R. K. B., Amini, N. R., & Nasution, I. Z. (2021). Bimbingan Perkawinan Pranikah Bagi Usia Remaja Dalam Upaya Mencegah Pernikahan Anak. *Maslahah: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 138-150.
- Pinem, R. K. B., Mavianti, M., & Harfiani, R. (2019). Pkpm Pelatihan Public Speaking Dan Styles Dakwah Dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Mubalighat Pimpinan Wilayah 'Aisyiyah Sumatera Utara. *Ihsan: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 176-195.
- Pinem, R. K. B., Mavianti, M., & Harfiani, R. (2019, October). Upaya Peningkatan Kualitas Mubalighat Melalui Pelatihan Public Speaking & Styles Dakwah Pada Pimpinan Wilayah 'Aisyiyah Sumatera Utara. In *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan* (Vol. 1, No. 1, Pp. 187-193).
- Rakhmadi, A. J., Raisal, A. Y., Hidayat, M., Putraga, H., & Hayati, I. (2021, February). The Falak Science Observatory Of University Of Muhammadiyah North Sumatra (Oif Umsu) And The Contribution In Fajr Time Research. In *Proceeding International Seminar Of Islamic Studies* (Vol. 2, No. 1, Pp. 851-858).
- Silalahi, P. R., Hafizh, M., Nasution, S., & Sugianto, S. (2021). Psychology Of Muslim Investors In Stock Investment During Covid-19 Pandemic. *Tazkia Islamic Finance And Business Review*, 14(1).
- Sitompul, D. N., & Hayati, I. (2019). Pengaruh Model Pembelajaran Direct Instruction Berbasis Games Terhadap Minatbelajar Mahasiswa Pada Mata Kuliah Akuntansi Pasiva Program Studi Pendidikan Akuntansi Fkip Umsu Ta 2017/2018. *Liabilities (Jurnal Pendidikan Akuntansi)*, 2(3), 243-253.
- Utami, C., Hayati, I., & Indrayani, I. (2019). Pemanfaatan Kaleng Bekas Menjadi Celengan Di Desa Kotasan. In *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan* (Vol. 1, No. 1, Pp. 332-336).