

STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK CICIL EMAS BANK SYARIAH INDONESIA KC JAKARTA PEMUDA

ADILAH DIFA AFRIDA



**DEPARTEMEN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Produk Cicil Emas Bank Syariah Indonesia KC Jakarta Pemuda” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juni 2025

Adilah Difa Afrida
H2401211049

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

ABSTRAK

ADILAH DIFA AFRIDA. Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Produk Cicil Emas Bank Syariah Indonesia KC Jakarta Pemuda. Dibimbing oleh WITA JUWITA ERMAWATI.

Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan prioritas strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan produk cicil emas karena adanya fluktuasi penjualan di Bank Syariah Indonesia KC Jakarta Pemuda yang memerlukan strategi pemasaran yang lebih efektif, di tengah potensi besar pasar. Analisis lingkungan internal dan eksternal menggunakan analisis VRIO, *Porter's Five Forces*, dan PESTEL, dilanjutkan perumusan strategi menggunakan matriks IFE, EFE, IE, dan SWOT. Metode utama pengambilan keputusan strategi adalah *Analytical Hierarchy Process* (AHP) yang menentukan faktor, tujuan, dan alternatif strategi utama. Hasil AHP menunjukkan kualitas layanan (0,436) sebagai faktor berpengaruh, perluasan pangsa pasar (0,463) sebagai tujuan prioritas, serta peningkatan promosi dan *brand awareness* (0,256) sebagai alternatif strategi utama. Alternatif strategi lainnya yaitu meningkatkan promosi dan *brand awareness*, edukasi produk syariah, optimalisasi program akuisisi cicil emas, meningkatkan kompetensi karyawan, kolaborasi dengan berbagai stakeholder, menjalin kerjasama dengan mitra syariah lain.

Kata kunci: AHP, Bank Syariah Indonesia, cicil emas, pemasaran, strategi

ABSTRACT

ADILAH DIFA AFRIDA. Marketing Strategy in Increasing Sales of Cicil Emas Products Bank Syariah Indonesia KC Jakarta Pemuda. Supervised by WITA JUWITA ERMAWATI.

This study aims to formulate marketing strategy priorities to increase sales of cicil emas products due to fluctuations in sales of cicil emas products at Bank Syariah Indonesia KC Jakarta Pemuda, which requires a more effective marketing strategy amid the huge market potential. Internal and external environmental analysis was conducted using VRIO analysis, Porter's Five Forces, and PESTEL analysis, followed by strategy formulation using the IFE, EFE, IE, and SWOT matrices. The primary method for strategic decision-making is the Analytical Hierarchy Process (AHP), which determines the factors, objectives, and primary strategic alternatives. The AHP results indicate that service quality (0.436) is the most influential factor, market share expansion (0.463) is the priority objective, and enhancing promotion and brand awareness (0.256) is the primary strategic alternative. Other alternative strategies include increasing promotion and brand awareness, educating consumers about sharia products, optimizing cicil emas acquisition programs, improving employee competencies, collaborating with various stakeholders, and establishing partnerships with other sharia partners.

Keywords: AHP, Bank Syariah Indonesia, cicil emas, marketing, strategy

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2025
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK CICIL EMAS BANK SYARIAH INDONESIA KC JAKARTA PEMUDA

ADILAH DIFA AFRIDA

Skripsi
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana pada
Program Studi Manajemen

**DEPARTEMEN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Tim Penguji pada Ujian Skripsi:

- 1 Ali Mutasowifin, S.E., M.Ak.
- 2 Diki Akhwan Mulya, S.E., M.Si

Judul Skripsi : Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Produk Cicil
Emas Bank Syariah Indonesia KC Jakarta Pemuda

Nama : Adilah Difa Afrida

NIM : H2401211049

Disetujui oleh

Pembimbing 1:

Dr. Wita Juwita Ermawati, S.T.P., M.M.

Diketahui oleh

Ketua Departemen Manajemen:

Dr. Eko Ruddy Cahyadi, S.Hut., M.M.

NIP. 19781213006041001

Tanggal Ujian:
26 Juni 2025

Tanggal Lulus:



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Judul yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Januari ini adalah “Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Produk Cicil Emas Bank Syariah Indonesia KC Jakarta Pemuda”.

Penulis mengucapkan terima kasih sedalam-dalamnya kepada pihak-pihak yang telah mendukung penulis selama pembuatan karya ilmiah ini, di antaranya:

1. Ibu Dr. Wita Juwita Ermawati, S.T.P., M.M selaku dosen pembimbing skripsi atas perhatian dalam membimbing dan memberi arahan serta saran terkait penelitian ini.
2. Pembimbing akademik, moderator seminar, dan penguji luar komisi pembimbing, penulis ucapkan terima kasih juga telah membantu dalam penyelesaian karya ilmiah ini.
3. Pihak Bank Syariah Indonesia KC Jakarta Pemuda yang telah banyak membantu selama pengumpulan data untuk menyelesaikan penelitian ini.
4. Bapak dan Mamah, terima kasih atas segala pengorbanan, tulus kasih sayang, doa dan dukungan yang diberikan. Terima kasih telah menjadi alasan penulis untuk tetap semangat berjuang meraih gelar sarjana.
5. Mas Ega, Mas Hanif dan Mamas, terima kasih telah memberi dukungan dan menemani serta mendoakan sehingga karya ilmiah ini dapat diselesaikan.
6. Seluruh keluarga serta teman-teman yang tidak dapat disebutkan satu-persatu, terima kasih telah memberi dukungan selama pengerjaan karya ilmiah ini.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Juni 2025

Adilah Difa Afrida



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xii
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan	4
1.4 Manfaat	5
1.5 Ruang Lingkup	5
II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Strategi	6
2.2 Pemasaran	6
2.3 Strategi Pemasaran	6
2.4 VRIO <i>Analysis</i>	7
2.5 <i>Porter's Five Forces</i>	7
2.6 PESTEL <i>Analysis</i>	7
2.7 <i>Strategy Formulation Framework</i>	8
2.8 Penelitian Terdahulu	10
III METODE	13
3.1 Kerangka Penelitian	13
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	14
3.3 Jenis dan Sumber Data	14
3.4 Metode Pengolahan dan Analisis Data	14
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	20
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	20
4.2 Analisis Kondisi Internal dan Eksternal Bank Syariah Indonesia KC Jakarta Pemuda	20
4.3 Perumusan Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Produk Cicil Emas Bank Syariah Indonesia KC Jakarta Pemuda	26
4.4 Rekomendasi Prioritas Alternatif Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Produk Cicil Emas Bank Syariah Indonesia KC Jakarta Pemuda	43
V SIMPULAN DAN SARAN	47
5.1 Simpulan	47
5.2 Saran	48
DAFTAR PUSTAKA	49
LAMPIRAN	52
RIWAYAT HIDUP	56

DAFTAR TABEL

1	Penelitian terdahulu	10
2	PESTEL <i>analysis</i>	16
3	Matriks IFE	16
4	Matriks EFE	17
5	Skala perbandingan berpasangan	18
6	<i>Index Random Consistency</i>	19
7	Hasil matriks IFE	29
8	Hasil matriks EFE	32
9	Matriks SWOT	34
10	Hasil prioritas dan bobot level faktor terhadap fokus	38
11	Hasil prioritas dan bobot level tujuan terhadap faktor	39
12	Hasil prioritas dan bobot level alternatif strategi terhadap tujuan	42

DAFTAR GAMBAR

1	Aset Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah tahun 2020 - 2024	1
2	Aset Bank Syariah Indonesia tahun 2021 – 2024	1
3	Permintaan emas di Indonesia tahun 2024	3
4	Penjualan produk cicil emas Bank Syariah Indonesia KC Jakarta Pemuda periode September 2024 – Februari 2025	3
5	<i>Strategy formulation framework</i>	8
6	Kerangka penelitian	13
7	VRIO <i>framework</i>	15
8	<i>Porter's Five Forces framework</i>	15
9	Hasil matriks IE	33
10	Hierarki <i>Analytical Hierarchy Process</i>	37
11	Hierarki hasil <i>Analytical Hierarchy Process</i>	44
12	Implikasi manajerial dengan <i>The House Model</i>	46

DAFTAR LAMPIRAN

1	Surat izin penelitian	53
2	Perhitungan hasil bobot dan <i>rating</i> faktor internal	54
3	Perhitungan hasil bobot dan <i>rating</i> faktor eksternal	55