

ABSTRAK

Strategi Pemasaran Bank Syariah pada Bank BRI Syariah Wilayah Surabaya

Perbankan syariah pada beberapa tahun belakangan ini mengalami perkembangan yang sangat pesat menyebabkan terjadinya persaingan antar bank syariah. Bank syariah harus melakukan berbagai strategi dan upaya pembaharuan untuk dapat menjadi pemain utama pada segmennya, sehingga dapat menjadi preferensi utama pelanggan. Bank syariah terus berusaha melakukan inovasi-inovasi terhadap suatu produk dan jasa yang menjadi pendukung utama keberhasilan perusahaan untuk tetap dapat tumbuh dalam persaingan antar bank syariah, terutama dalam hal pangsa pasar dan pertumbuhan pasar. Studi ini menggunakan pendekatan kualitatif, metode yang digunakan adalah metode studi kasus yang bersifat eksplanatoris. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran yang dijalankan oleh Bank BRISyariah KC Surabaya Gubeng dalam menghadapi persaingan yang dianalisis menggunakan BCG Matriks, dimana menggunakan pangsa pasar relatif dan pertumbuhan pasar yang dilihat dari jumlah aset, DPK, pembiayaan, dan porsi pembiayaan sektor UMKM yang diperoleh bank syariah tersebut untuk mengetahui posisi BCG Matriks Bank BRISyariah dan strategi pemasaran yang digunakan apakah sudah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Penelitian ini dilakukan sebagai bahan evaluasi dari strategi yang telah dilakukan oleh bank BRISyariah KC Surabaya Gubeng.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Strategi yang digunakan oleh BRISyariah adalah strategi penetrasi pasar, pengembangan pasar dan pengembangan produk, sehingga posisi matrik BCG untuk aset, DPK dan pembiayaan bank BRISyariah KC Surabaya Gubeng berada pada kuadran I yaitu *question marks*. Sedangkan untuk porsi pembiayaan UMKM berada pada kuadran II yaitu *stars*. Strategi yang dijalankan oleh BRISyariah KC Surabaya Gubeng dapat meningkatkan pangsa pasar dan pertumbuhan pasar yang dilihat dari jumlah aset, DPK, pembiayaan dan porsi pembiayaan pada sektor UMKM meningkat meskipun masih relatif rendah dibandingkan pesaing utamanya akan tetapi masih tetap bertahan dan tumbuh walaupun banyak bank syariah bermunculan. Bahkan, terdapat kemungkinan BRISyariah akan berada pada kuadran II yaitu *stars* untuk aset, DPK dan pembiayaannya dengan segala kekuatan yang dimiliki oleh BRISyariah.

Kata kunci : Strategi Pemasaran, Bank BRISyariah, Pangsa Pasar, Pertumbuhan Pasar, dan Matriks BCG.