

ANALISIS STRATEGI DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS*

DI ERA DIGITAL

(Studi Kasus BPRS Al Salaam)

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh

Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh

Noviana Nur Rahman

41182933190007

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS AGAMA ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM 45 BEKASI

2024 M / 1445 H

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING
ANALISIS STRATEGI DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS*
DI ERA DIGITAL

(Studi Kasus BPRS Al Salaam)

Skripsi

Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana
Program Studi Perbankan Syariah

Disusun Oleh :

Noviana Nur Rahman

41182933190007

Pembimbing :



Fajri Ryan Isnandar, S.E., M.M.

NIDN. 0408078806

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM 45 BEKASI
2024 M / 1445 H

LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI

Skripsi berjudul “Analisis Strategi dalam Meningkatkan *Brand Awareness* di Era Digital (Studi Kasus BPRS Al Salaam)” telah diujikan Sidang *Munaqosah* Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Islam 45 Bekasi pada tanggal 12 Januari 2024. Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah.

Bekasi, 12 Januari 2024

Sidang *Munaqosah*

Dekan/ Ketua Sidang



Dr. Rabbihanur Lubis, M.M

NIDN. 0430076902

Ketua Program Studi/ Sekretaris

Merangkap Penguji I

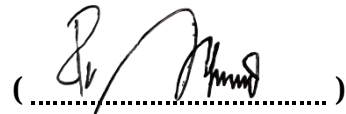


Rafika Rahmawati, S.E.I., M.Si

NIDN. 0418128801

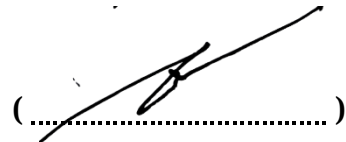
Penguji II : **Isfandayani, S.S., M.Si**

NIDN. 0419107401



Penguji III : **Purnama Putra, S.Akt., M.Si**

NIDN. 0405108102



Penguji IV : **Fajri Ryan Isnandar, S.E., M.M.**

NIDN. 0408078806



PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Noviana Nur Rahman

NPM : 41182933190007

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul, “**Analisis Strategi dalam Meningkatkan *Brand Awareness* di Era Digital (Studi Kasus BPRS Al Salaam)**” adalah benar merupakan karya saya sendiri dan tidak melakukan plagiat dalam penyusunannya. Adapun kutipan yang ada dalam penyusunan karya ini telah saya cantumkan sumber kutipannya dalam skripsi. Saya bersedia melakukan proses yang semestinya sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku jika ternyata skripsi ini keseluruhan merupakan plagiat dari karya orang lain.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Bekasi, 12 Januari 2024



Noviana Nur Rahman

41182933190007

ABSTRAK

Penelitian bertujuan untuk menganalisa strategi dalam meningkatkan *brand awareness* di era digital studi kasus pada BPRS Al Salaam. Penelitian ini berfokus pada strategi untuk mengetahui sejauh mana kesadaran masyarakat akan adanya lembaga keuangan BPRS Al Salaam, sehingga dapat menarik calon nasabah untuk mengenal lebih dalam terkait BPRS Al Salaam.

Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis matriks IFE dan matriks EFE melalui wawancara kepada departemen pengembangan bisnis di BPRS Al Salaam. Tahapan selanjutnya adalah melakukan tahap pencocokan yaitu menganalisanya dengan menggunakan matriks IE (*Internal-External*) untuk mengevaluasi posisi strategi perusahaan.

Hasil menunjukkan bahwa BPRS Al Salaam dalam strategi *brand awareness* berada pada posisi sel I dengan nilai IFE = 3,42 dan nilai EFE = 3,77 sehingga dapat direkomendasikan bahwa BPRS Al Salaam berada pada posisi pertumbuhan dan membangun. Alternatif strategi *brand awareness* yang dapat direkomendasikan bagi BPRS Al Salaam adalah, Strategi Penetrasi Pasar dan Strategi Pengembangan Pasar.

Kata Kunci: Strategi, *Brand Awareness*, Digitalisasi, BPRS Al Salaam.

ABSTRACT

The research aims to analyze strategies to enhance brand awareness in the digital era, with a case study on BPRS Al Salaam. The focus of this study is to determine the extent of public awareness regarding the existence of the financial institution BPRS Al Salaam, aiming to attract prospective customers to gain a deeper understanding of BPRS Al Salaam.

The data analysis method employed in this research involves the use of IFE (Internal Factor Evaluation) and EFE (External Factor Evaluation) matrices through interviews with the Business Development department at BPRS Al Salaam. The subsequent step involves matching the data by analyzing it using the IE (Internal-External) matrix to evaluate the company's strategic position.

The results indicate that BPRS Al Salaam, in its brand awareness strategy, is positioned in quadrant I with an IFE score of 3.42 and an EFE score of 3.77. This suggests that BPRS Al Salaam is in a growth and development phase. Recommended alternative strategies for brand awareness at BPRS Al Salaam include Market Penetration Strategy and Market Development Strategy.

Keywords: *Strategy, Brand Awareness, Digitalization, BPRS Al Salaam.*

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “**Analisis Strategi dalam Meningkatkan *Brand Awareness* di Era Digital (Studi Kasus BPRS Al Salaam)**”. Shalawat serta salam kita sanjungkan kepada baginda kita Nabi Muhammad SAW beserta keluarganya, sahabatnya dan para pengikutnya. Melalui penyusunan skripsi ini penulis sadar akan banyaknya kekurangan yang ditemukan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran, masukan bahkan kritik dari berbagai pihak yang dapat membangun kesadaran penulis. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak khususnya dalam bidang Perbankan Syariah.

Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada segenap pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, doa, maupun dorongan untuk penulis dalam penyelesaian penulisan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa tidak akan ada kelancaran dan kesuksesan dalam perkuliahan tanpa dukungan dari orang lain. Untuk itu, pada kesempatan ini, penulis mengucapkan rasa terima kasih sebesar-besarnya secara khusus kepada:

1. Bapak Dr. Amin, S.Pd., M.Si., selaku Rektor Universitas Islam 45 Bekasi.
2. Ibu Dr. Rabbiyanur Lubis, M.M., selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Islam 45 Bekasi.

3. Ibu Rafika Rahmawati, S.E.,I., M.Si., selaku Kepala Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Islam 45 Bekasi.
4. Bapak Fajri Ryan Isnandar, S.E, M.M., selaku Dosen Pembimbing yang telah sabar dan ikhlas dalam memberikan arahan, bimbingan, motivasi serta nasihat kepada penulis hingga skripsi ini selesai.
5. Ibu Isfandayani, S.S., M.Si., Bapak Purnama Putra, S.Akt. M.Si., dan Bapak Rizal Fahlevi, Lc., M.Si., selaku Dosen Program Studi Perbankan Syariah Universitas Islam 45 Bekasi yang telah memberikan ilmu dan arahan kepada penulis dengan penuh perhatian untuk menyempurnakan penelitian ini.
6. Seluruh dosen Fakultas Agama Islam Universitas Islam 45 Bekasi
7. Seluruh Staff dan Karyawan Fakultas Agama Islam Universitas Islam 45 Bekasi.
8. Mas Andriansyah, selaku karyawan BPRS Al Salaam yang telah membantu dalam keberlangsungan penelitian ini.
9. Mas Agung Wicaksono, Mas Muhamad Kafi, dan Mba Yunita Rahmawati BPRS Al Salaam atas waktu dan kesediaannya membantu penulis menjadi narasumber sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.
10. Kedua orang tua, Bapak H. Sumala dan Ibu Hj. Amih yang telah memberikan segala dekungna baik moril maupun materi serta doa yang tiada hentinya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan ini.

11. Kakak-kakak saya, Masrifah dan Ari Tyani yang selalu memberikan semangat serta dekungan dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.
12. Sahabat-sahabatku tercinta, Adhifa Fitri Dhestara, Anggiriani Dwi Utari, dan Nabila Kasyifa Putri yang mendampingi, menasehati, dan mendukung penulis selama masa perkuliahan dan seterusnya.
13. Alif Bagus Prastyo, yang selalu mendoakan, memberikan dukungan dan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
14. Dan seluruh teman-teman seperjuangan Program Studi Perbankan Syariah angkatan 2019 yang selalu memberikan dukungan dan semangat.
Terimakasih atas kebaikan serta keikhlasan yang telah diberikan.

Penulis menyadari bahwa penelitian yang penulis lakukan dalam skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, diperlukan masukan yang bersifat membangun guna menyempurnakan penelitian ini. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan, Aamiin.

Bekasi, 12 Januari 2024

Penulis

Noviana Nur Rahman

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Batasan Masalah.....	10
1.3 Rumusan Masalah	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Manfaat Penelitian.....	12
1.6 Sistematika Penulisan.....	13
BAB II KAJIAN TEORI	15
2.1 Landasan Teori	15
2.1.1 Bank Perekonomian Rakyat syariah (BPRS).....	15
2.1.2 Strategi	16

2.1.3 <i>Brand Awareness</i>	19
2.1.4 Digitalisasi	22
2.2 Review Studi Terdahulu	24
2.3 Kerangka Pemikiran	27
BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	29
3.2 Jenis Penelitian	29
3.3 Sumber Data	30
3.3.1 Data Primer	30
3.3.2 Data Sekunder	31
3.4 Teknik Pengumpulan Data	31
3.4.1 Wawancara	31
3.4.2 Observasi	32
3.4.3 Dokumentasi	33
3.4.4 Kuesioner/ Angket	33
3.5 Analisis Matriks IFE dan EFE	34
3.5.1 Matriks IFE (<i>Internal Factor Evaluation</i>)	34
3.5.2 Matriks EFE (<i>External Factor Evaluation</i>)	37
3.6 Metode Analisis Data	39
3.7 Analisis Matriks IE (<i>Internal-Eksternal</i>)	40
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Aktivitas <i>Brand Awareness</i> yang telah dilakukan BPRS Al Salaam	43

4.2 Hasil Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal pada <i>Brand Awareness</i> di Era Digital Bank Perekonomian Rakyat Syariah (BPRS) Al Salaam.....	48
4.3 Perumusan dan Penetapan Alternatif Strategi di BPRS Al Salaam dalam meningkatkan <i>Brand Awareness</i> di Era Digital	51
4.4.1 Analisis Matriks IFE dan EFE	52
4.4.2 Analisis Matriks IE (<i>Internal-Eksternal</i>)	57
BAB V PENUTUP	65
5.1 Kesimpulan.....	65
5.2 Saran	67
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN.....	xx

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Perkembangan Industri Perbankan Syariah.....	3
Tabel 2. Riview Studi Terdahulu.....	24
Tabel 3. Matriks IFE (<i>Internal Factor Evaluation</i>).....	36
Tabel 4. Faktor Internal Penelitian Terdahulu.....	36
Tabel 5. Matriks EFE (<i>External Factor Evaluation</i>)	38
Tabel 6. Faktor Eksternal Penelitian Terdahulu	39
Tabel 7. Faktor Internal Brand Awareness BPRS Al Salaam	49
Tabel 8. Faktor Eksternal Brand Awareness BPRS Al Salaam.....	50
Tabel 9. Analisis Matriks IFE (<i>Internal Factor Evaluation</i>)	53
Tabel 10. Analisis Matriks EFE (<i>External Factor Evaluation</i>)	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Jumlah Pengguna Internet di indonesia	6
Gambar 2. Kerangka Pemikiran	27
Gambar 3. Matriks IE (<i>Internal-External</i>)	41
Gambar 4. Halaman Website BPRS Al Salaam	44
Gambar 5. Halaman Instagram BPRS Al Salaam	45
Gambar 6. Halaman Facebook BPRS Al Salaam.....	46
Gambar 7. Analisis Matriks IE (<i>Internal-External</i>)	58

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Sekilas BPRS Al Salaam	xx
Lampiran 2 Data Hasil Wawancara.....	xxix
Lampiran 3 Kuesioner Responden	xl
Lampiran 4 Rata-rata Pembobotan Hasil Faktor Internal dan Eksternal.....	xlix
Lampiran 5 Foto Bersama Narasumber.....	li
Lampiran 6 Surat Pengantar Bimbingan	liii
Lampiran 7 Surat Keterangan BPRS Al Salaam	liv
Lampiran 8 Surat Keputusan (SK)	lv
Lampiran 9 Frekuensi Bimbingan.....	lvi