

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul “**Analisis Strategi Nagari Cash Management (NCM) dalam Mencapai Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar)**”. Disusun oleh **Nova Indah Sari (3315.178)**. Jurusan SI Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana Analisis Strategi *Nagari Cash Management (NCM)* dalam mencapai keunggulan bersaing pada Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis strategi *nagari cash management (NCM)* dalam mencapai keunggulan bersaing dengan kompetitor lainnya pada Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar. Metode penelitian yang dilakukan bersifat analisis kualitatif dan teknik pengumpulan data melakukan wawancara, observasi dan dokumentasi. Metode yang dipakai penelitian ini adalah Analisis SWOT, Analisis Faktor Internal dan Eksternal, Analisis Matrik SWOT, dan Analisis Tabel Bobot Skor.

Hasil dari penelitian menjelaskan bahwa strategi *Nagari Cash Management (NCM)* dalam mencapai keunggulan bersaing dengan menggunakan **Strategi S-O (Strangth-Opportunities)**, yaitu strategi yang mengandalkan kekuatan perusahaan dalam mengantisipasi berbagai peluang bisnis yang ada oleh Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar, yang terdiri dari: 1) Jenis produk yang memiliki nilai unggul, peminat akan produk akan menjadi banyak, 2) Dengan adanya cara yang unik yang dilakukan oleh pihak bank produk ini dapat diterima oleh nasabah, 3) Banyaknya strategi yang dilakukan oleh bank dengan jangkauan jaringan yang luas akan memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi, 4) Karna penggunaan yang mudah dipahami nasabah produk ini memiliki kesempatan bersaing yang besar dalam mencapai keunggulan bersaing, 5) Banyak manfaat yang diterima nasabah dengan mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi produk meningkatkan jumlah peminatnya, 6) Karna penggunaan yang mudah dipahami produk ini Menjadi gaya hidup nasabah yang memiliki peluang yang besar dalam bersaing, 7) Meningkatkan jumlah nasabah yang menggunakan produk ini yang memiliki peluang yang besar dalam memncapai keunggulan bersaing dengan kompetitor, dan 8) Dengan kualitas produk yang baik banyak nasabah yang menyukai produk ini untuk digunakan.