

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul, "Analisis Target Marketing Funding Dalam Meningkatkan Etos Kerja Pada PT. BPR Syariah Ampek Angkek Candung." Yang disusun oleh Ramzil Huda NIM: 3314.056 Program Studi S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi tahun 2021. Maksud judul ini adalah untuk melihat Analisis Target Marketing Funding Dalam Meningkatkan Etos Kerja Pada PT. BPR Syariah Ampek Angkek Candung.

Skripsi ini dilatar belakangi dengan adanya jumlah target marketing funding namun dengan jumlah nasabah dari 5 tahun terakhir peningkatannya yang tidak signifikan, dengan itu penulis ingin meneliti lebih lanjut mengenai Target Marketing Funding Dalam Meningkatkan Etos Kerja Pada PT. BPR Syariah Ampek Angkek Candung.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif dengan sumber data yang digunakan berupa data primer dan data sekunder. Sedangkan metode yang digunakan adalah metode kualitatif dengan teknik observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi. Metode analisis yang digunakan yaitu metode deskriptif kualitatif, Pengumpulan Data, Reduksi Data (menganalisis data), Penyajian Data (display data), Verifikasi (penyimpulan data).

Hasil penelitian menyimpulkan berdasarkan analisis dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif serta pada target marketing funding dalam meningkatkan etos kerja pada PT. BPR Syariah Ampek Angkek Candung. Target marketing funding setiap tahunnya meningkat dan marketing sangat berperan penting dalam mempertahankan jumlah target tabungan nasabah di PT. BPR Syariah Ampek Angkek Candung. Ketika jumlah nasabah menurun, sebagai marketing harus mempunyai cara untuk menarik minat nasabah yang bisa dilakukan dengan cara memberikan bonus atau meningkatkan promosi untuk meluluhkan hati nasabah, supaya target marketing funding yang diinginkan tercapai. Hal yang mendukung dalam meningkatkan etos kerja, menentukan lokasi yang strategis salah satu cara dalam meningkatkan etos kerja, memiliki mitra kerja dalam jangkauan luas, kondisi daerah yang merupakan mayoritas muslim, memiliki wilayah segmen pasar yang luas, semakin banyak masyarakat yang menginginkan transaksi cepat dan praktis, masyarakat mempunyai banyak pilihan produk syariah.

Kata Kunci: Target, Marketing Funding, Etos Kerja.