

**DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
INDERALAYA**

SKRIPSI

**“ ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK
BANK SYARIAH PADA
PT. BANK MUAMALAT INDONESIA (Tbk)
CABANG PALEMBANG
DITINJAU DARI ANALISIS SWOT “**



Oleh :

**FIRMANSYAH
01013110059**

**Untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat-Syarat
Guna Mencapai Gelar
Sarjana Ekonomi
2008**

S)
658.80207
FIR
Q
2008.

**DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
INDERALAYA**



SKRIPSI

**“ ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK
BANK SYARIAH PADA
PT. BANK MUAMALAT INDONESIA (Tbk)
CABANG PALEMBANG
DITINJAU DARI ANALISIS SWOT “**

16639
17011.



Oleh :

**FIRMANSYAH
01013110059**

**Untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat-Syarat
Guna Mencapai Gelar
Sarjana Ekonomi
2008**

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

NAMA : Firmansyah
NIM : 01013110059
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan :

1. Skripsi yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik di lingkungan Universitas Sriwijaya maupun perguruan tinggi lain.
2. Skripsi ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari Tim Pembimbing Skripsi dan pengolahan data yang ditentukan oleh Program Studi Strata 1 Universitas Sriwijaya.
3. Dalam Skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali yang secara jelas dicantumkan sebagai referensi dengan menyebutkan nama pengarang sebagaimana tercantum sebagaimana tercantum dalam kutipan dari daftar kepustakaan.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan bila dikemudian hari terdapat hal-hal yang tidak sesuai dengan pernyataan, maka saya telah bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini dan sanksi lain sesuai dengan aturanyang berlaku di Universitas Sriwijaya.

Palembang, 10 MEI 2008



FIRMANSYAH

NIM. 01013110059

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

NAMA : Firmansyah
NIM : 01013110059
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan :

1. Skripsi yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik di lingkungan Universitas Sriwijaya maupun perguruan tinggi lain.
2. Skripsi ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari Tim Pembimbing Skripsi dan pengolahan data yang ditentukan oleh Program Studi Strata 1 Universitas Sriwijaya.
3. Dalam Skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali yang secara jelas dicantumkan sebagai referensi dengan menyebutkan nama pengarang sebagaimana tercantum sebagaimana tercantum dalam kutipan dari daftar kepustakaan.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan bila dikemudian hari terdapat hal-hal yang tidak sesuai dengan pernyataan, maka saya telah bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini dan sanksi lain sesuai dengan aturanyang berlaku di Universitas Sriwijaya.

Palembang, 10 MEI 2008

FIRMANSYAH
NIM. 01013110059

**UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
INDERALAYA**

TANDA PERSETUJUAN DRAFT SKRIPSI

NAMA : FIRMANSYAH
NIM : 01013110059
JURUSAN : MANAJEMEN
MATA KULIAH : MANAJEMEN PEMASARAN
**JUDUL : ANALISA STRATEGI PEMASARAN PRODUK
BANK SYARIAH PADA PT. BANK MUAMALAT
INDONESIA (TBK) CABANG PALEMBANG
DITINJAU DARI ANALISIS SWOT**

PANITIA PEMBIMBING SKRIPSI

TANGGAL PERSETUJUAN

DOSEN PEMBIMBING

Tanggal

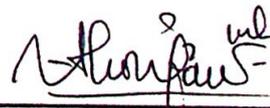
Ketua :



Drs. Yuliansyah M. Diah, MM

Tanggal

Anggota :



Nofiawati SE, MM

**DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
INDERALAYA**

TANDA PERSETUJUAN PANITIA UJIAN KOMPREHENSIF

**NAMA : FIRMANSYAH
NIM : 01013110059
JURUSAN : MANAJEMEN
MATA KULIAH : MANAJEMEN PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI : ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK BANK
SYARIAH PADA PT. BANK MUAMALAT INDONESIA
(Tbk) CABANG PALEMBANG DITINJAU DARI
ANALISIS SWOT**

Telah diuji di depan panitia ujian komprehensif pada tanggal 14 Mei 2008 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

**Panitia Ujian Komprehensif
Inderalaya, 14 Mei 2008**

Ketua,



Drs Yuliansyah M. Diah, MM

NIP. 131 474 902

Anggota I,



Hj. Nofiauwaty SE, MM

NIP. 132083431

Anggota II,



Drs. H. Dian Eka, MM

NIP. 131 885 906

**Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen**



Drs. Yuliansyah M. Diah, MM

NIP. 131 474 902

MOTTO :

BUKAN

"TIDAK ADA KEMAJUAN JARAN & TEKNOLOGI. SEMUA ITU HANYALAH PERUBAHAN YANG SIFATNYA TETAP. KEKUALI PERUBAHAN SIKAP & KEDIRIAN KITA UNTUK TERUS MENCERBAHKAN DIRI SENDIRI DAN MEBANTU SESAMA" (CL_BILAL)

KUPERCAYAKAN KEPADA:

RABBUL IZZATI

IBUNDA TERCINTA
(MA GREAT MAAM)

AYAHANDA

KAKAK² DAN ADIK²KU

TEMAN² TERBAIK

AY LOSTING NYAMA

ALAMATOKU

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena dengan rahmat dan ridho-Nya telah memberi petunjuk kepada penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini. Skripsi ini membahas tentang analisa staretegi pemasaran produk bank syariah pada PT. Bank Muamalat Indonesia (Tbk) Cabang Palembang Ditinjau dari Analisis SWOT.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui strategi pemasaran produk bank syariah pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, apakah sudah cukup efektif dalam menghadapi pesaing-pesaingnya dan mendapatkan gambaran yang jelas mengenai strategi pemasaran menurut teori-teori yang terdapat dalam buku-buku literatur ditambah dengan yang diperoleh penulis selama dalam perkuliahan

Penulis menyadari benar bahwasannya masih banyak kesalahan-kesalahan dan kekurangan-kekurangan dalam penulisan ini, maka dari itu penulis mengharapkan saran dan kritik dari para pembaca guna mendukung penulisan-penulisan penulis yang akan datang. Akhirnya penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca sekalian.

Palembang, Mei 2008

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Tiada kata yang dapat penulis ucapkan untuk menghaturkan rasa syukur yang teramat dalam atas kehadiran Allah SWT, karena hanya berkat Rahmat dan Karunia-Nya penulis akhirnya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa semua ini tidak terlepas dari peranan semua pihak yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini. Untuk itu pada lembar berikut ini penulis mengucapkan syukur dan terima kasih kepada:

1. Bapak DR. Syamsurizal, AK, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
2. Bapak Drs. Yuliansyah M. Diah, MM, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya. dan Ketua Pembimbing Skripsi.
3. Bapak Drs. M. Kosasih Zen, selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya. "The Carest Man, Academic Father for Mgt' Society". Thx for Your advice & help"
4. Ibu Hj. Nofiwaty SE, MM selaku Pembimbing II Skripsi (Actually she's the 1st) telah bersedia meluangkan waktu di sela kesibukannya untuk bimbingan, dan ilmu yang bernilai. (Pardon me.. it's too far to be perfect)
5. Ibunda Tercinta Hj. Zubaedah HM Ma Beloved-Great & StrongMam!! Forgive Me, I'm too late... dan Ayahanda H.Supriyadi H.N. yang telah memberikan kasih sayang, perhatian, dukungan, do'a dan pengorbanannya.Seluruh Bapak dan Ibu Dosen beserta Asisten Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya yang telah memberikan bimbingan selama ini.

6. Mbak Ninilku, Mbak Tutik, Kak Hendrix, Mbak Ita, Pak Tuttur, beserta seluruh staf Tata Usaha dan Karyawan di lingkungan Fakultas Ekonomi.
7. Guru² diseluruh penjuru bumi atas setiap bimbingan dan semua ilmu yang telah diberikan kepada seluruh anak didiknya. Terpujilah Engkau!
8. Kakanda Nanang Zarkowi S.T. & Istri Dr. Lily... for Great advice.
9. Ananda Aan Asmaul Husna & Suami Mukmin Habibi for the Care
10. Kakanda Syaiful Anwar Syadad & Istri
11. Seluruh Keluarga Besar H. Mahbub H.S & H. Naran di Bekasi.
12. Keluarga Besar Bpk Zaghlul Darwis & Ibu [Ma 2nd Family in Plg]
13. Bung Anton (thanks ojekannya ☺) Muammar khaDafy [tx utk nasihat-nasihatnya], Dedi Kosmen [Jangan ragu-ragu untuk tetap bergabung bersama kami, kami ni SPMB jugo.ha... ☺] Edo [Guru besar FS ☺ ?] Emon [Thanks atas bantuannya. Thank U berat mon], Feliciano+Crist [Jgn lupo b klo sukses, aq ado bukti otentik klo qt pernah berkawan ☺] (Jronk-q..dak galak nian lagi kykx gabung samo mahasiswa?? ☺) (Ninggo, dzaiat, kojat, riko, zoudi, kapan super liga kt gelar lagi di san Saro??) Bung Obay (Selamat menempuh hidup baru ☺), Bung oyi [Luar biasa....! Full of spirit..], Rajes [Memperbaiki gizi anak asrama] Bung Riki (be a Good State Worker), Septa [Kapan begadang bareng lagi?], Udinho (Kegantenganmu akan slalu ku ingat.hehe..) Wira (Suatu saat, aku pasti akan merindukan motivasi2 darimu ☺), Bung Yudi (kapan qt nge add bareng?? ☺) Yus Gant [Undang-undang b klo mau married dengan budak beruntung itu ☺]..tidak mungkin bagiku menyebutkan satu persatu seluruhnya..sorry nian bagi yang lupo di sebutin ☺ ☺ ☺

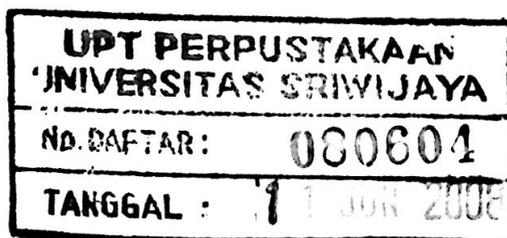
14. Ma Babeland Frenz: "*D Silent & My Resting Island*" Tercinta atas bantuan n supportx. Ichal TGPrs' [akhirx Bro... tx 4 d spirit], Malique Oemar & Keluarga [Update trus ur Moslem HomeLibrary] segera qta menuju Puncak & Mega Mendung, Bung Willy [Rental PS gratisx], Fikri {be a Gentle husband}, Mr Zack'oji {Pliss Get Married}, Nuniqueku [Jd kan Taroan Wisudax ☺], Naia & Mam' Gmn Si kecilx?]
15. Seluruh Staff Tata Usaha dan Karyawan di lingkungan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
16. Anak2 Blok Be (, Udinho {Ma Lovely Striker} Tx Vega-RxFreddy Blue, Kamplenk, Tommy, Erwan Zex{d Gubul}, Rachmat, Guntour, Kiki,Rorry and " Pak De Penjual Nasi ").
17. Seluruh pihak yang baik yang tidak dapat disebutkan satu persatu, TERIMA KASIH dan PENGHARGAAN yg setinggi-tingginya buat kalian semua, semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan Rahmat dan Karunia-Nya kepada kita semua, Amin...

Palembang, 17 May 2008

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PANITIA UJIAN SKRIPSI.....	ix
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
1.5. Metode Penelitian.....	6
1.5.1. Objek Penelitian	6
1.5.2. Metode Pengumpulan Data	6
1.5.2.1. Riset Kepustakaan (<i>Library Research</i>)	6
1.5.2.2. Riset Lapangan (<i>Field Research</i>).....	7
1.5.3. Metode Analisis Data	7



BAB II STUDI PUSTAKA

2.1. Landasan Teori.....	8
2.1.1 Pemasaran.....	8
2.1.1.1 Produk.....	10
2.1.1.2 Harga.....	13
2.1.1.3 Distribusi.....	13
2.1.1.4 Promosi.....	14
2.2 Analisa SWOT.....	17
Pengertian Analisa SWOT.....	17
2.1.2 Jenis, Fungsi, dan Tujuan SWOT.....	18
a) Jenis Analisa SWOT	18
b) Fungsi Analisis SWOT.....	21
c) Manfaat Analisis SWOT	22
d) Tujuan analisis SWOT	22
2.1.3 Matrik SWOT	23
a) Matrik TOWS atau SWOT.....	23
b) Mekanisme SWOT	24
2.3 Kerangka Konseptual.....	32

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

3.1. Sejarah Perkembangan Bank Muamalat	33
3.2. Visi, Misi, dan Strategi Bank Muamalat	35
3.3. Identitas dan Logo Perusahaan	37

3.4. Struktur Organisasi PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk,	38
3.5. Badan Pengurus Bank Muamalat.....	43
3.6 . Produk-produk Bank Muamalat Indonesia, Tbk.....	44
3.6.1 Produk Penghimpunan Dana.....	44
3.6.2 Produk Penanaman Dana.....	46
3.6.3 Jasa Layanan.....	50

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1. Penentuan Faktor-Faktor Strategis.....	58
4.1.2. Faktor-faktor Strategis Internal	58
1). Kekuatan (<i>Strength</i>)	58
2). Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)	58
4.1.3. Faktor Strategis Eksternal	60
1) Peluang (<i>Opportunity</i>)	60
2) Ancaman (<i>Threats</i>).....	62
4.2. Analisis Strategi SWOT	63
1) Strategi SO (Strenght- Opportunity).....	63
2) Strategi ST (Strenght-Threats).....	64
3) Strategi WO (Weaknesses-Opportunity).....	65
4) Strategi WT (Weaknesses-Threats).....	65

BAB V PENUTUP

5.1. Kesimpulan.....	66
5.2. Saran.....	68

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul Tabel	Halaman
1.1.	Perkembangan Perbankan Syari'ah di Indonesia.....	2
2.1	Contoh pasangan Kekuatan dan Kelemahan.....	19
2.2	Contoh pasangan Kesempatan dan Ancaman.....	20
2.3	Contoh pasangan Kesempatan dan Ancaman.....	21
2.4	Aspek SWOT.....	27

DAFTAR GAMBAR

Tabel	Judul Gambar	Halaman
2.1	Matrik SWOT.....	24
2.2	Matrik SWOT (Kearn).....	29
2.3	Diagram Posisi Perusahaan	30
2.4	Proses Analisis Kasus.....	32
3.1	Logo Bank Muamalat	37
3.2	Struktur Organisasi Bank Muamalat Pusat.....	38
3.3	Struktur Organisasi BMI Cabang Palembang.....	53

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perbankan syariah sebagai bagian dari sistem perbankan nasional mempunyai peranan penting dalam perekonomian. Peranan perbankan syariah dalam aktivitas ekonomi Indonesia tidak jauh berbeda dengan perbankan konvensional. Perbedaan mendasar antara keduanya adalah prinsip-prinsip dalam transaksi keuangan/operasional. Salah satu prinsip dalam operasional perbankan syariah adalah penerapan bagi hasil dan risiko (*profit and loss sharing*). Prinsip ini tidak berlaku di perbankan konvensional yang menerapkan sistem bunga.

Keberadaan perbankan syariah diharapkan dapat mendorong perkembangan perekonomian suatu negara. Tujuan dan fungsi perbankan syariah dalam perekonomian adalah (Setiawan, 2006): 1) kemakmuran ekonomi yang meluas, tingkat kerja penuh dan tingkat pertumbuhan ekonomi yang optimum, 2) keadilan sosial-ekonomi dan distribusi pendapatan serta kekayaan yang merata, 3) stabilitas nilai uang, 4) mobilisasi dan investasi tabungan yang menjamin adanya pengembalian yang adil, dan 5) pelayanan yang efektif.

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia di mulai tahun 1992 dengan berdiri Bank Muamalat Indonesia (BMI). Kemudian lahir suatu UU No 7 Tahun 1992 tentang perbankan lalu mengalami perubahan sehingga keluar UU No 10 Tahun 1998. Perkembangan dari sisi perundangan tersebut adalah wujud pengakuan Bank Indonesia akan keberadaan bank syariah. Secara rinci dapat dilihat pada tabel 1.1 berikut :

Tabel 1.1. Perkembangan Perbankan Syariah di Indonesia

Kelompok Bank	1992	1999	2004	2007
Bank Umum Syariah	1	2	3	3
BUK yang mempunyai UUS	0	1	15	25
Bank Perkreditan Rakyat Syariah	9	78	86	109
Jumlah Kantor BUS & UUS	1	40	401	577

Sumber : Statistik Perkembangan Bank Syariah Bank Indonesia (data diolah)

Keterangan : BUK (Bank Umum Konvensional)

Sedangkan pertumbuhan aset perbankan syariah di Indonesia menunjukkan arah peningkatan. Peningkatan tersebut dapat dilihat dari beberapa indikator, yaitu: aset, dana pihak ketiga (DPK), dan pembiayaan. Berdasarkan statistik perbankan syariah-Bank Indonesia dapat diketahui bahwa pertumbuhan aset bulan Desember 2001 dan 2006 masing-masing sebesar 51,87% dan 22,07%. Jumlah aset perbankan syariah pada bulan Maret 2007, yaitu Rp 28,45 triliun.

Pada bulan Desember 2001 dan 2006 pertumbuhan dana pihak ketiga (DPK) masing-masing adalah sebesar 75,56% dan 24,16%. Sedangkan pada tahun yang sama pertumbuhan bagi hasil dan jual beli masing-masing, yaitu: 11,18% (45,23%) dan 86,84% (35,16%). Nilai pertumbuhan aset, DPK dan pembiayaan perbankan syariah cenderung menurun. Akan tetapi, dilihat dari nilai nominalnya cenderung meningkat.

Bank Indonesia memprediksi perkembangan perbankan syariah pada tahun 2005 cukup baik. Volume usaha diperkirakan mencapai 24 triliun atau 1,8% dari industri perbankan nasional. Sedangkan DPK dan pembiayaan masing-masing diperkirakan sebesar 20 triliun dan 21 triliun.

Dalam memasarkan produknya, seorang pemasar harus cermat membaca situasi pasar sekarang dan di masa yang akan datang. Artinya pemasar harus cepat tanggap apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen, kapan dan dimana dibutuhkannya. Dalam hal ini produsen harus mampu menciptakan produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen secara tepat waktu.¹

Dalam melakukan pemasaran, bank memiliki beberapa sasaran yang hendak dicapai. Artinya, nilai penting pemasaran bank terletak dari tujuan yang ingin dicapai tersebut seperti dalam hal meningkatkan mutu pelayanan dan menyediakan ragam produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan masyarakat. Untuk mencapai sasaran tersebut maka bank perlu:

1. menciptakan produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan masyarakat.
2. memberikan nilai lebih terhadap produk yang di tawarkan dibandingkan dengan produk pesaing.
3. menciptakan produk yang memberikan keuntungan dan keamanan terhadap produknya .
4. memberikan informasi yang benar-benar dibutuhkan oleh nasabah dalam hal keuangannya pada saat dibutuhkan.
5. memberikan pelayanan yang maksimal mulai dari calon nasabah menjadi nasabah bank yang bersangkutan.
6. berusaha menarik minat konsumen untuk menjadi nasabah bank.
7. berusaha untuk mempertahankan nasabah yang lama dan berusaha mencari nasabah baru.

¹ Kasmir, S.E., M.M., *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2004), hal. 2

8. berusaha terus-menerus meningkatkan kualitas produk dan kepuasan pelanggan/nasabah.²

Setiap produk yang dikeluarkan oleh PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, pasti mempunyai keunggulan dan kelemahan tersendiri, untuk menilai keunggulan dan kelemahan tersebut biasanya menggunakan analisis atau penelitian. Analisis SWOT dianggap mampu menilai produk dan menjadi acuan perusahaan atau bank dalam memasarkan produknya. Tujuan dilakukannya analisis SWOT ini, adalah untuk melakukan diagnosa produk sehingga bisa dilakukan analisis dan strategi yang tepat terhadap produk yang akan dipasarkan.

Dengan menggunakan analisis SWOT ini dapat dirumuskan *key point* yang dimiliki oleh PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. *Key point* ini penting sekali sebab akan memberikan informasi bagaimana profil keunggulan bersaing (Comparative Advantage Profil) yang dimilikinya. Tidak hanya itu, dalam analisis SWOT dilakukan juga inventarisasi faktor internal maupun eksternal perusahaan, sehingga kompleksitas persaingan yang ada mampu dihadapi dan disikapi dengan baik dan optimal. Tantangan itu berupa ketatnya pada persaingan bisnis mendatang karena selain diperlukan modal yang tidak sedikit langkah pengembangan produk akan berhadapan langsung dengan perbankan konvensional yang lebih berpengalaman.

Dengan demikian bila kita lihat dari acuan apa yang dituangkan oleh penulis diatas kita memerlukan perencanaan bisnis yang akurat dengan analisis SWOT di dalam memasarkan produknya sehingga dapat memusatkan perhatian

² *Ibid.* h. 3-4

posisi dalam bisnis tersebut. Mengetahui kearah mana dan bagaimana mencapainya serta tindakan apa yang perlu dilakukan agar dapat memaksimalkan kekuatan dan merebut peluang yang ada.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka yang menjadi perumusan masalah dalam penelitian ini adalah “*Strategi apa saja yang digunakan PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, Cabang Palembang dalam memasarkan produk-produknya ditinjau dari analisis SWOT?*”

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah yang ada, maka tujuan dari penelitian adalah :

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran produk bank syariah pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, apakah sudah cukup efektif dalam menghadapi pesaing-pesaingnya.
2. Mendapatkan gambaran yang jelas mengenai strategi pemasaran menurut teori-teori yang terdapat dalam buku-buku literatur ditambah dengan yang diperoleh penulis selama dalam perkuliahan. Dengan adanya gambaran ini dimaksudkan dapat dijadikan perbandingan antara teoritis dengan aplikasi didalam perusahaan, sehingga diketahui apakah strategi pemasaran jasa yang diterapkan perusahaan telah sesuai dengan teori-teori yang telah dipelajari.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini diantaranya



1. Bagi perusahaan, hasil dari penelitian ini nantinya dapat digunakan sebagai salah satu bahan acuan dalam pengambilan keputusan, terutama dalam penentuan strategi pemasaran yang tepat dan efektif pada produk-produknya untuk dapat meningkatkan daya saing dan mencapai sasaran pasar yang ditargetkan.
2. Bagi penulis, merupakan latihan penerapan teori-teori dan merupakan latihan penerapan teori-teori dan pengetahuan yang telah diterima dan dipelajari selama ini terutama dalam mata kuliah manajemen pemasaran.
3. Agar bisa digunakan oleh pihak-pihak yang berkepentingan dalam penelitian selanjutnya.

1.5 Metode Penelitian

1.5.1 Objek Penelitian

Objek penelitian dalam penulisan skripsi ini adalah PT.Bank Muamalat Kantor Cabang Palembang yang berlokasi di Komplek Ilir Barat Depan Palembang Indah Mall.

1.5.2 Metode Pengumpulan Data

a. Riset Kepustakaan (*Library research*)

Dalam Riset Kepustakaan ini penulis membaca, meneliti, mempelajari bahan-bahan tertulis seperti majalah-majalah, buku-buku, artikel, jurnal dan informasi-informasi tertulis lainnya yang berhubungan dengan pembahasan dalam skripsi ini. Melalui riset ini akan didapat konsep, teori, dan definisi-definisi yang akan penulis pergunakan

sebagai landasan berpikir dan analisa dalam proses penulisan. Data yang diperoleh melalui ini adalah data sekunder.

b. Riset Lapangan (*Field research*)

Dalam riset lapangan ini, penulis bermaksud untuk mendapatkan data primer dengan menggunakan 2 cara :

1. **Wawancara**, cara ini dilakukan untuk menggali data melalui interview atau percakapan langsung dengan pihak-pihak yang berwenang pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk yang terkait dan berwenang untuk menjelaskan strategi pemasarannya.
2. **Observasi**, yaitu mengadakan pengamatan secara langsung terhadap obyek yang diteliti yaitu bagaimana kegiatan perusahaan dalam melaksanakan pemasaran. Pelaksanaan observasi ini diharapkan dapat diperoleh gambaran yang lebih jelas tentang kegiatan pemasaran yang dilakukan PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Observasi dalam penelitian ini dilakukan dengan melakukan kunjungan langsung ke tempat penelitian.

1.5.3 Metode Analisa Data

Teknik Analisa dan Pengolahan Data

Untuk mengetahui strategi pemasaran produk-produk PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, maka penulis menggunakan Metode Deskriptif Kualitatif, dengan metode ini, data dari hasil wawancara akan dideskripsikan untuk mengetahui gambaran strategi pemasaran produk-produk bank syariah pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, secara sistematis.

DAFTAR PUSTAKA

James F. Engel, Roger D. Blackwell, dan Paul W. Miniard, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Binarupa Aksara, 1994), cet. Ke-1, h. 15

Kasmir, S.E., M.M., *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2004), hal. 2

Kotler, Philip.2000. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Millenium. Jilid 2. Jakarta: PT Prenhallindo.

M.Karebet Widjajakusuma,M.Ismail Yusanto, *Pengantar Manajemen Syariah*, (Jakarta: Khairul Bayan) h, 82

Muhammad Ismail Yusanto, Muhammad Karebet Widjajakusuma,*Menggagas Bisnis Islami*. (Jakarta : GIP) h,78

Murti Sumarni, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta : Liberty, 2002), cet. Ke-1, h. 246

Rangkuti, Freddy. 1997. *Riset Pemasaran..* Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama

Sofyan Saauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta : PT. RajaGrafindo Persada, 2004), Edisi Ke-1, Cet. 7, h. 198

www.organisasi.org. 2007.pengertian pemasaran menurut para ahli manajemen pemasaran/marketing dasar. organisasi.org dan perpustakaan online Indonesia.diambil pada tanggal 22 september 2007 dari [Http://www.organisasi.org](http://www.organisasi.org)

[www. Goodgovernance.co.id](http://www.Goodgovernance.co.id) / Dokumentasi / A02

www.chednais.or.id

[www. Delivery.org/Guidelines/how/hm](http://www.Delivery.org/Guidelines/how/hm), *Analisis Cepat SWOT*.pdf

www.perform.or.id / files / Modul prosumbd04_Find.pdf, h. 3