

DAFTAR PUSTAKA

AL-QUR'AN

BUKU:

- Abdurrahman, Nana Herdiana. 2015. *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: Pustaka Setia.
- Angipura. 2002. *Dasar-dasar Pemasaran Jilid 2*. Jakarta: Grafindo Persada.
- Assauri, Sofjan. 2014. *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Bumi Aksara.
- Hasibuan, Malayu. 2007. *Manajemen: Dasar, Pengertian dan Masalah*. Jakarta:
- Huda, Nurul, *et al.*, eds. 2017. *Kharisma Putra Utama: Pemasaran Syariah Teori dan Aplikasinya*. Depok: Kencana.
- Kasmir. 2004. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Perenada Media.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ketiga belas. n.p.: Person Education, Inc.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Edisi kedua belas. n.p.: Person Education, Inc.
- Kotler, Philip. 2001. *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rangkuti, Freddy. 2006. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sabariah. 2016-2017. *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Saladin, Djaslim. 2003. *Unsur-unsur Inti Pemasaran dan Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Grafindo Persada.
- Subardi, Agus. 2001. *Manajemen Pengantar*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Akademi Manajemen Perusahaan YKPN

Susyanti, Jeni. 2016. *Pengelolaan lembaga keuangan syariah*. Malang: Empat Dua.

Swastha. 2005. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty. Wahyuni, Sri. 1996. *Manajemen Strategi Pengantar Proses Berfikir Strategi*. Jakarta: Bina rupa aksara.

SKRIPSI:

Aji, Cipta Kurnia. 2008. “Pendekatan Analisis SWOT Terhadap Produk Tabungan Haji Arafah (Studi Kasus pada Bank Muamalat Indonesia)”. Skripsi Sarjana; Fakultas Syariah dan Hukum; Jakarta.

Jazuli, Syauqi. 2016. “Analisis SWOT Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pada BMT EL-SYIFA Ciganjur”. Skripsi Sarjana; Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi; Jakarta.

Pratama, Teo Bagus. 2016. “Analisis SWOT Terhadap Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah Pada Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) al-Aqobah Pusri Palembang”. Skripsi Sarjana; Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah: Palembang.

Fatnah, Khayatul. 2017. “Strategi Pemasaran di PT. Hadji Kalla Kota Parepare”. Skripsi Sarjana; Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam STAIN: Parepare.

JURNAL:

Dahlan, Rahmat. 2014. “Pengaruh Tingkat Bonus Sertifikat Bank Indonesia Syariah dan Tingkat Inflasi Terhadap Pembiayaan Bank Syariah di Indonesia,” *Tinjauan terhadap buku Jurnal Ekonomi dan Bisnis Etikonomi*, oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta Vol. 13 no. 2.

Wilardjo, Setia Budhi. “Pengertian, Peranan dan Perkembangan Bank Syariah di Indonesia,” *Value Added*, vol. 2 no. 1 (September 2004 – Maret 2005). <http://jurnal.unimus.ac.id>. (Diakses 26 September).

WEBSITE:

Bank Indonesia (BI), *Petunjuk Pelaksanaan Pembukaan Kantor Bank Syariah*, (Jakarta: Bank Indonesia).

Bank Muamalat Indonesia, 2019. “Produk dan Layanan Bank Muamalat Indonesia,” *Situs Resmi Bank Muamalat Indonesia*. <http://bankmuamalat.co.id/produk-layanan-consumer> (18 April 2019)

Pengertian Para Ahli. 2019. “Pengertian Analisis: Apa itu analisis?” *Situs Resmi*. <http://pengertianahli.id/2014/08/pengertian-analisis-apa-itu-analisis.html/> (18 April 2019).

“Analisis SWOT.” 2010. *Wikipedia bahasa Indonesia, Ensiklopedia Bebas*. https://id.wikipedia.org/wiki/Analisis_SWOT (21 Januari 2010).

“Strategi Pemasaran” 2019. *Wikipedia Bahasa Indonesia, Ensiklopedia Bebas*. http://id.m.wikipedia.org/wiki/Strategi_Pemasaran (6 Mei 2019).





LAMPIRAN

PAREPARE

PEDOMAN WAWANCARA

1. Apa saja Produk yang ditawarkan pada Bank Muamalat Indonesia KCP Parepare?
2. Jelaskan Apakah semua produk di Bank Muamalat Indonesia KCP Parepare benar dijalankan berdasarkan prinsip syariah?
3. Strategi pemasaran apa yang digunakan untuk memasarkan produk pada Bank Muamalat Indonesia KCP Parepare?
4. Apakah strategi pemasaran yang digunakan sudah efektif membuat nasabah tertarik untuk menabung di Bank Muamalat Indonesia KCP Parepare?
5. Jelaskan apa saja kekuatan (*Strenghts*) yang dimiliki pada pemasaran produk di Bank Muamalat Indonesia KCP Parepare?
6. Jelaskan apa saja kelemahan (*Weaknesses*) yang dimiliki pada pemasaran produk di Bank Muamalat Indonesia KCP Parepare?
7. Jelaskan apa saja peluang (*Opportunities*) yang dimiliki pada pemasaran produk di Bank Muamalat Indonesia KCP Parepare?
8. Jelaskan apa saja ancaman (*Threats*) yang dimiliki pada pemasaran produk di Bank Muamalat Indonesia KCP Parepare?
9. Bagaimana cara Bank Muamalat KCP Parepare memanfaatkan peluang yang ada sehingga produk yang ditawarkan bisa dikenal dan diminati oleh nasabah?
10. Bagaimana cara Bank Muamalat Indonesia KCP Parepare mengatasi ancaman yang ada?

TRANSKIP WAWANCARA

Nama : Abu Ali Farmadi

Pekerjaan : Customer Service

Alamat : Parepare

1. Apa saja Produk yang ditawarkan pada Bank Muamalat Indonesia KCP Parepare?

Jawaban: Produk yang ada di Bank Muamalat Indonesia KCP Parepare yaitu: iB Hijrah, iB Hijrah Prima, iB Hijrah Prima Berhadiah, iB Hijrah Rencana, iB Hijrah Rencana Berhadiah, iB Hijrah Haji, Tabunganku, Giro iB Hijrah Attijary, Giro iB Hijrah Ultima dan Deposito iB Hijrah.

2. Jelaskan Apakah semua produk di Bank Muamalat Indonesia KCP Parepare benar dijalankan berdasarkan prinsip syariah?

Jawaban: Iya, semua produk di Bank Muamalat Indonesia KCP Parepare benar dijalankan berdasarkan prinsip syariah.

3. Strategi pemasaran apa yang digunakan untuk memasarkan produk pada Bank Muamalat Indonesia KCP Parepare?

Jawaban: Strateginya itu dengan mendatangi calon nasabah untuk ditawarkan bergabung di Bank Muamalat Indonesia KCP Parepare. Calon-calon nasabah tersebut didekati dengan cara menjaga hubungan baik dengan nasabah agar di dalam diri nasabah timbul kepercayaan terhadap Bank Muamalat Indonesia KCP Parepare, melayani nasabah dengan baik dan memberikan fasilitas yang nyaman kepada nasabah.

4. Apakah strategi pemasaran yang digunakan sudah efektif membuat nasabah tertarik untuk menabung di Bank Muamalat Indonesia KCP Parepare?

Jawaban: Sudah efektif, karena sudah banyak nasabah yang bergabung di Bank Muamalat Indonesia KCP Parepare.

5. Jelaskan apa saja kekuatan (*Strenghts*) yang dimiliki pada pemasaran produk di Bank Muamalat Indonesia KCP Parepare?

Jawaban: Tentunya banyak sekali yang bisa dijadikan sebagai kekuatan dari pemasaran produk Bank Muamalat yaitu: 1. Transaksi yang digunakan bebas dari bunga dan menggunakan sistem Bagi Hasil; 2. *Brand Image* Bank Muamalat Indonesia yang merupakan Bank Syariah pertama di Indonesia; 3. Nyaman, karena dana nasabah dikelola secara syariah; 4. Salah satu Bank Penerima Setoran Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji (BPS-BPIH) yang terdaftar di SSKOHAT (Sistem Komputerisasi Haji Terpadu) Kementerian Agama Republik Indonesia; 5. Bebas biaya *realtime* transfer melalui *mobile/Internet Banking* dengan menggunakan aplikasi Muamalat DIN; dan 6. Bebas biaya administrasi pada produk Tabunganku.

6. Jelaskan apa saja kelemahan (*Weaknesses*) yang dimiliki pada pemasaran produk di Bank Muamalat Indonesia KCP Parepare?

Jawaban: kelemahan dari Bank Muamalat itu tidak terlalu banyak di bandingkan dengan kekuatannya, kelemahannya disini yaitu kurangnya promosi dan sosialisasi ke masyarakat, produknya yang masih belum dikenal dan kurangnya SDM yaitu tenaga pemasaran.

7. Jelaskan apa saja peluang (*Opportunities*) yang dimiliki pada pemasaran produk di Bank Muamalat Indonesia KCP Parepare?

Jawaban: Bank Muamalat sangat memiliki peluang dalam memasarkan produknya di Indonesia karena mayoritas penduduk Indonesia merupakan umat muslim, masih banyaknya dana masyarakat yang belum terpakai, dan juga tentu saja lokasi Bank Muamalat Indonesia KCP Parepare yang strategis.

8. Jelaskan apa saja ancaman (*Threats*) yang dimiliki pada pemasaran produk di Bank Muamalat Indonesia KCP Parepare?

Jawaban: Ancamannya yaitu banyaknya pesaing baik dari bank konvensional maupun dari sesama bank syariah, keadaan ekonomi dan politik yang buruk di masa depan.

9. Bagaimana cara Bank Muamalat Indonesia KCP Parepare memanfaatkan peluang yang ada sehingga produk yang pasarkan bisa dikenal dan diminati oleh nasabah?

Jawaban: Dengan cara promosi dan sosialisasi yang lebih gencar, meningkatkan pelayanan kepada nasabah, meningkatkan kualitas produk dan juga memperluas pangsa pasar.

10. Bagaimana cara Bank Muamalat Indonesia KCP Parepare mengatasi ancaman yang ada?

Jawaban: Kembali lagi tentunya melakukan promosi dan sosialisasi yang lebih di berbagai media baik itu media cetak, elektronik maupun secara langsung, meningkatkan kualitas pelayanan agar nasabah merasa nyaman di Bank Muamalat dan menetapkan strategi pemasaran yang efektif dan efisien.

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : *Abu Ali Fannadi*

Umur :

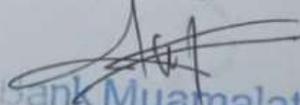
Alamat : *Jln. Sultan Hasanuddin*

Pekerjaan : *Costumer Service di Bank Muamalat KCP Parepare*

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari **Dian Angriani** yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan “**Analisis SWOT Terhadap Strategi Pemasaran Produk Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Parepare**”. Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 22 Januari 2020

Yang Bersangkutan


Bank Muamalat
KABANG PEMBANTU PARE - PARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Andi Nini Setiawati

Umur : 31 Tahun.

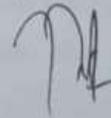
Alamat : Jl. Sultan Hasanuddin

Pekerjaan : Marketing di Bank Muamalat KCP Parepare

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari Dian Angriani yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan "Analisis SWOT Terhadap Strategi Pemasaran Produk Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Parepare". Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 22 Januari 2020

Yang Bersangkutan





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Amal Bakti No. 8 Soreang, Kota Parepare 91132 Telepon (0421) 21307, Fax. (0421) 24404
PO Box 909 Parepare 91100, website: www.iainpare.ac.id, email: mail@iainpare.ac.id

Nomor : B. 22 /In.39.8/PP.00.9/01/2020
Lampiran : -
Hal : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

Yth. WALIKOTA PAREPARE
Cq. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu
Di
KOTA PAREPARE

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare :

Nama : DIAN ANGRANI
Tempat/ Tgl. Lahir : PAREPARE, 10 SEPTEMBER 1997
NIM : 15.2300.148
Fakultas/ Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
Semester : IX (Sembilan)
Alamat : JL. SYAMSUL BAHRI, KELURAHAN LABUKKANG,
KECAMATAN UJUNG, KOTA PAREPARE

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah KOTA PAREPARE dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :

ANALISIS SWOT TERHADAP STRATEGI PEMASARAN PRODUK PADA BANK MUAMALAT INDONESIA KANTOR CABANG PEMBANTU PAREPARE

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada bulan Januari sampai selesai.

Demikian permohonan ini disampaikan atas perkenaan dan kerjasama diucapkan terima kasih.

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

3 Januari 2020

Dekan,



Muhammad Kamal Zubair

SRN IP0000023



PEMERINTAH KOTA PAREPARE
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Jalan Veteran Nomor 28 Telp (0421) 23594 Faksimile (0421) 27719 Kode Pos 91111, Email : dpmptsp@pareparekota.go.id

REKOMENDASI PENELITIAN
Nomor : 11/IP/DPM-PTSP/1/2020

Dasar : 1. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan, dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi.
2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian.
3. Peraturan Walikota Parepare No. 7 Tahun 2019 Tentang Pendelegasian Wewenang Pelayanan Perizinan dan Non Perizinan Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu.

Setelah memperhatikan hal tersebut, maka Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu :

MENGIZINKAN

KEPADA
NAMA : DIAN ANGRIZANI
UNIVERSITAS/ LEMBAGA : INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
Jurusan : PERBANKAN SYARIAH
ALAMAT : JL. SYAMSUL BAHRI PAREPARE
UNTUK : melaksanakan Penelitian/wawancara dalam Kota Parepare dengan keterangan sebagai berikut :

JUDUL PENELITIAN : ANALISIS SWOT TERHADAP STRATEGI PEMASARAN PRODUK PADA BANK MUAMALAT INDONESIA KANTOR CABANG PEMBANTU PAREPARE

LOKASI PENELITIAN : BANK MUAMALAT INDONESIA KANTOR CABANG PEMBANTU KOTA PAREPARE

LAMA PENELITIAN : 15 Januari 2020 s.d 15 Februari 2020

a. Rekomendasi Penelitian berlaku selama penelitian berlangsung
b. Rekomendasi ini dapat dicabut apabila terbukti melakukan pelanggaran sesuai ketentuan perundang - undangan

Dikeluarkan di: Parepare
Pada Tanggal: 16 Januari 2020

**KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL
DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
KOTA PAREPARE**



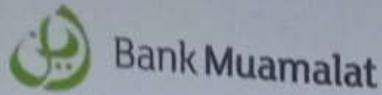
Hj. ANDI RUSIA, SH.MH
Pangkat : Pembina Utama Muda, (IV/c)
NIP : 19620915 198101 2 001

Biaya : Rp. 0.00

- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1
- Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetakannya merupakan alat bukti hukum yang sah
- Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan Sertifikat Elektronik yang diterbitkan BSR
- Dokumen ini dapat dibuktikan keasliannya dengan terdaftar di database DPMPSTP Kota Parepare (scan QRCode)







بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

No. : /EXT/BMI/KCPPARE/II/2020

Parepare, 18 Februari 2020 M
Jumadil Akhir 1441 H

SURAT KETERANGAN TELAH MENELITI

Assalaamu'alaikum Warahmatullaahi Wabarakaatuh,

Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua. *Amin* menjalankan aktivitas sehari-hari, Aamin.

Manajemen PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Pembantu Parepare, menyatakan bahwa:

- Nama : Dian Angriani
- Nim : 15.2300.148
- Jenis Kelamin : Perempuan
- Pekerjaan : Mahasiswa IAIN Parepare

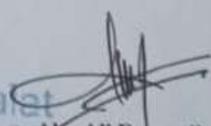
Benar telah melakukan kegiatan Penelitian dengan judul "ANALISIS SWOT TERHADAP STRATEGI PEMASARAN PRODUK PADA BANK MUAMALAT INDONESIA KANTOR CABANG PEMBANTU PAREPARE" di kantor kami PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Pembantu Parepare sejak tanggal 22 Januari 2020 sampai 10 februari 2020.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Warahmatullaahi Wabarakaatuh,

**PT. BANK MUAMALAT INDONESIA, Tbk.
CAPEM PAREPARE**


Ilham Salim
Sub Branch Operation Supervisor


Abu Ali Farmadi
Customer Service

Gedung Muamalat
Jl. Sultan Hassanudin Blok No.3
Telp. 0421 27972
Fas. 0421 28048
Parepare - Sulut

DOKUMENTASI



Wawancara dengan Bapak Abu Ali Farmadi selaku *Customer Service* di Bank Muamalat Indonesia KCP Parepare.



Wawancara dengan Ibu Andi Nini Setiawati selaku *Marketing* di Bank Muamalat Indonesia KCP Parepare.

BIOGRAFI PENULIS



Dian Angriani, lahir di Parepare pada tanggal 10 September 1997, Kelurahan Labukkang, Kecamatan Ujung, Kota Parepare Provinsi Sulawesi Selatan. Anak tunggal dari pasangan Bapak Adamu dan Ibu Mariani. M. Penulis berkebangsaan Indonesia dan beragama Islam.

Riwayat pendidikan penulis memulai pendidikan di Taman Kanak-kanak di SKB pada tahun 2002, kemudian melanjutkan pendidikan sekolah dasar di SDN 15 Parepare pada tahun 2003 dan Tamat pada tahun 2009, kemudian melanjutkan pendidikan di sekolah menengah pertama di SMP Negeri 9 Parepare pada tahun 2009 dan tamat pada tahun 2012, kemudian melanjutkan ditingkat Sekolah Menengah Atas di SMA Negeri 2 Parepare pada tahun 2012 dan tamat pada tahun 2015 dan Pada tahun 2015 melanjutkan pendidikan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare.

Untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) penulis menyelesaikan pendidikan sebagaimana mestinya tugas akhir berupa skripsi yang berjudul (Analisis SWOT Terhadap Strategi Pemasaran Produk pada Bank Muamalat Indonesia KCP Parepare).