

**DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS AIRLANGGA
PROGRAM STUDI : EKONOMI ISLAM
DAFTAR No. :**

ABSTRAK

SKRIPSI SARJANA EKONOMI ISLAM

NAMA : APRILIA KINASIH PUTRI RAMADHANI
NIM : 041014117
TAHUN PENYUSUNAN : 2014

JUDUL :

Penerapan *Strategic Marketing* pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jemur Handayani Surabaya

ISI :

Perbankan syariah di Indonesia mengalami perkembangan yang sangat pesat. Hal ini dapat dilihat dari jumlah kantor dan pegawai yang bertambah di setiap tahunnya. Perkembangan dari perbankan syariah ini dapat menimbulkan persaingan. Oleh karena itu, dalam menghadapi persaingan yang sangat ketat, bank syariah membutuhkan strategi pemasaran yang tepat dan sesuai dengan prinsip syariah. *Strategic marketing* terdiri dari tiga unsur, yakni segmentasi, *targeting*, dan *positioning*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerapan *strategic marketing* pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jemur Handayani, dilihat dari tiga aspek, yakni segmentasi, *targeting*, dan *positioning*.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan strategi studi kasus. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara langsung kepada subyek penelitian, yakni pegawai Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jemur Handayani Surabaya. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan analisis kualitatif deskriptif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *strategic marketing* pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jemur Handayani sudah sesuai dengan prinsip syariah. Segmen pasar Bank Syariah Mandiri adalah dilihat dari dua aspek, yakni pembiayaan dan pendanaan. Sedangkan untuk *targeting*, Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jemur Handayani menggunakan pola cakupan pasar penuh, karena perusahaan berusaha melayani semua nasabah sesuai dengan keinginan dan kebutuhan. *Positioning* dilakukan dengan mengedepankan kualitas pelayanan.

Kata Kunci : *Strategic Marketing*, Segmentasi, *Targeting*, *Positioning*.

**MINISTRY OF EDUCATION AND CULTURE NATIONAL
ECONOMIC AND BUSINESS FACULTY OF AIRLANGGA UNIVERSITY
STUDY PROGRAM : ISLAMIC ECONOMICS
LIST No. :**

**ABSTRACT
THESIS OF ISLAMIC ECONOMICS BACHELOR**

NAMA : APRILIA KINASIH PUTRI RAMADHANI
NIM : 041014117
TAHUN PENYUSUNAN : 2014

TITLE :

The Application of Strategic Marketing in Bank Syariah Mandiri
Branch Office of Jemur Handayani Surabaya

DESCRIPTION :

Islamic Banking in Indonesia are developing rapidly. it can be seen by the number of offices that increase from year to year. This development of islamic banking can make a competition between the islamic banking. Therefore, to face the tight competition, islamic banking needs the right strategic marketing that compatible with sharia principle. The strategic marketing consists of three components. They are segmenting, targeting, and positioning. This research aims to know how the application of strategic marketing in Bank Syariah Mandiri Branch Office of Jemur Handayani Surabaya.

This research is using qulitative approach with case study strategy. The data collecting method is using direct interview with Bank Syariah Mandiri Branch Office of Jemur Handayani's office workers. The data analysis method is using descriptive qualitative approach.

The result of this research shows that strategic marketing which is applied in Bank Syariah Mandiri Branch Office of Jemur Handayani are compatible with sharia principle. Market segments in Bank Syariah Mandiri Branch Office of Jemur Handayani are from lending and funding. For targeting, Bank Syariah Mandiri Branch Office of Jemur Handayani is using the full market coverage pattern. And the positioning is done by raising the quality of service.

Keywords : Strategic Marketing, Segmenting, Targeting, Positioning.

وزارة التربية الوطنية

كلية الإقتصادية والأعمال جامعة إرلانغا

شعبة : الإقتصاد الإسلامي

رقم التسجيل :

الملخص

بحث علمي خريج الإقتصاد الإسلامي

اسم : إبريل كناسيه بوتري رمضان

رقم القيد : ٠٤١٠١٤١١٧

سنة الإعداد : ٢٠١٤

الموضوع:

تطبيق استراتيجية التسويق في بنك شريعة "مانديري" مكتب الفرع "جمور هنداياني" سورابايا

المحتويات:

وكانت المصرفية الإسلامية في إندونيسيا تقدماً سريعاً. ظهر إليه بعدد المكاتب والموظفين زيادة كل عام. بسبب التقدم من المصرفية الإسلامية منافسة. فلذلك، بمواجهة المنافسة الشرسة، تحتاج المصرفية الإسلامية إلى استراتيجية التسويق الصحيح وفقاً لقواعد الشريعة. تتكون استراتيجية التسويق الشرعية من ثلاثة عناصر، وهي التجزئة والاستهداف والوضع. وتهدف هذا البحث لمعرفة كيفية تطبيق استراتيجية التسويق في بنك شريعة "مانديري" مكتب الفرع "جمور هنداياني" سورابايا بنسبة ثلاثة عناصر. وهي التجزئة، والاستهداف، والوضع.

المنهج المستخدم لهذا البحث هو البحث الوصفي النوعي مع طريقة دراسة الحالة. ولجمع البيانات يستخدم بالمقابلة المباشرة لمواضيع البحث (موظف بنك شريعة "مانديري" مكتب الفرع "جمور هنداياني" سورابايا). أما طريقة التحليل لهذا البحث باستعمال منهج التحليل النوعي الوصفي.

وفيما يلي نتائج البحث أنّ استراتيجية التسويق في بنك شريعة "مانديري" مكتب الفرع "جمور هنداياني" سورابايا هي وفقاً للقواعد الشرعية. الشريحة من تسويق بنك شريعة "مانديري" بنسبة عنصرين، وهي الكلفة والتمويل. أما بالنسبة لاستهداف، يستخدم بنك شريعة "مانديري" مكتب الفرع "جمور هنداياني" بنموذج تغطية السوق الكاملة لأنّ المصرفية الإسلامية في محاولة الخدمة لجميع العملاء وفقاً لرغبات واحتياجات. ويتم الوضع مع تقديم المزية من الخدمة.

كلمات المرور: استراتيجية التسويق، استراتيجية التسويق الشرعية، التجزئة، الاستهداف، الوضع.