BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dunia telah memasuki zaman globalisasi, yaitu zaman yang di mana persaingan sangat ketat. Globalisasi merupakan kekuatan pemicu perubahan pada semua aspek kehidupan, dampaknya seperti persaingan perekonomian yang sangat meningkat. Dengan berkembangnya Perbankan Syariah di Indonesia ini, merupakan suatu respon dari kelompok ekonom dan praktisi Perbankan Syariah yang berupaya untuk mewujudkan keinginan banyak pihak untuk menyediakan jasa transaksi keuangan yang dilaksanakan sejalan dengan nilai moral dan prinsip-prinsip Syariah Islam.[1]

Seiring dengan pertumbuhan Bank Syariah di Indonesia, maka kompetisi di antara pelaku Bank Syariah dalam upaya memasarkan produknya semakin tinggi, harus ada beberapa macam strategi yang dilakukan untuk menarik simpati masyarakat sehingga masyarakat mau untuk menggunakan produk tersebut. Strategi pemasaran menjadi alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan tujuan bersaing.[2]

Selain itu, dalam kegiatan muamalah juga diperlukan akhlak dalam memasarkan produk kepada masyarakat dari sudut pandangan Islam, religius, beretika, realistis, dan menjunjung nilai-nilai kemanusiaan. Prinsip para ekonom Syariah dalam kegiatan pemasaran yang berbasis Syariah harus

[1] Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2002), 7.
[2] Fandi Jiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi Yogyakarta, 2008), 6.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

diterapkan. Jika nilai-nilai akhlak, moral, dan etika diabaikan, maka sangat dikhawatirkan dapat berhubungan dengan minat nasabah untuk menggunakan produk yang kita pasarkan.

Salah satu Bank yang memiliki strategi untuk menghadapi persaingan adalah Bank Syariah Mandiri Cabang Jemur Handayani. Bank Syariah Mandiri Cabang Jemur Handayani adalah sebuah Bank Non Konvensional yang akan melayani kebutuhan perbankan masyarakat Indonesia dengan menggunakan prinsip-prinsip Syariah.[3]

Ada beberapa produk yang dimiliki oleh Bank Syariah Mandiri Cabang Jemur Handayani ini adalah tabungan, deposito, giro, pembiayaan konsumen, produk jasa, emas, dan haji umroh. Dalam menunjukkan produk-produk yang ada di Bank Syariah Mandiri Cabang Jemur Handayani tentu membutuhkan strategi-strategi yang tepat agar dapat memenuhi sasaran yang efektif.

Pada saat ini, kebanyakan seorang pengusaha atau masyarakat dalam memenuhi kebutuhan ekonominya melakukan persaingan usaha untuk mencapai tujuan yang diinginkan untuk lebih unggul dengan yang lainnya. Dengan adanya persaingan, maka pelaku usaha akan berlomba-lomba untuk terus memperbaiki produk ataupun jasa yang dihasilkan sehingga pelaku usaha terus menerus melakukan inovasi dan berupaya keras memberi produk atau jasa yang terbaik untuk konsumen.

Pada surat An-Nisa ayat 29 menjelaskan bahwa bersainglah usaha dengan cara yang sehat.

[3] http://www.syariahmandiri.co.id, diakses pada 02 Maret 2016.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ لَا تَأۡكُلُوٓاْ أَمۡوَٰلَكُم بَيۡنَكُم بِٱلۡبَٰطِلِ إِلَّآ أَن تَكُونَ تِجَٰرَةً عَن تَرَاضٖ مِّنكُمۡۚ وَلَا تَقۡتُلُوٓاْ أَنفُسَكُمۡۚ إِنَّ ٱللَّهَ كَانَ بِكُمۡ رَحِيمٗا ٢٩

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (QS. An-Nisa: 29)[4]

Pada ayat tersebut menjelaskan tentang bukti bahwa Allah melarang persaingan usaha yang menjatuhkan orang lain karena hal tersebut tergolong kedalam pengambilan harta sesama dengan jalan yang batil. Harus ada prinsip bahwa persaingan bukanlah usaha untuk menjatuhkan pebisnis lainnya, melainkan sebagai usaha untuk memberikan yang terbaik dari usahanya. Maka dengan adanya prinsip tersebut diharapkan akan tumbuhnya persaingan usaha yang berbasis Syariah.

Untuk lebih memperjelas masalah strategi pemasaran Bank Syariah Mandiri Cabang Jemur Handayani dalam menghadapi persaingan usaha didunia ekonomi, maka pada skripsi ini kami akan membahas tentang **Analisis Strategi Pemasaran Bank Syariah Mandiri Cabang Jemur Handayani dan Implementasinya Dalam Menghadapi Persaingan Usaha di Wilayah Surabaya.**

[4] Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya Special For Women*, (Bogor: Sygma, 2007), 83.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Identifikasi dan Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis akan mengidentifikasi masalah yang muncul di Bank Syariah Mandiri Cabang Jemur Handayani adalah:

1. Identifikasi Masalah
   a. Banyaknya pesaing bank-bank syariah dan bank konvensional lain yang terletak disekitar lokasi Bank Syariah Mandiri Cabang Jemur Andayani.
   b. Adanya kesamaan produk dengan yang dipasarkan dengan bank-bank lain sehingga membuat nasabah bingung memilih.
   c. Mengukur keefektifan tim Pemasar Bank Syariah Mandiri Cabang Jemur Handayani dalam mengimplementasikan strategi pemasaran untuk memenangkan pengsa pasar.
2. Batasan masalahnya adalah:

   Agar penelitian ini lebih terfokus pada inti pembahasan, maka dibutuhkan adanya batasan masalah karena ada keterbatasan tenaga, waktu, dan biaya untuk menyelesaikan semua masalah. Penelitian ini terfokus pada beberapa masalah sebagai berikut:

   a. Strategi pemasaran Bank Syariah Mandiri Cabang Jemur Handayani.
   b. Implementasi Strategi pemasaran Bank Syariah Mandiri Cabang Jemur Handayani dalam menghadapi persaingan usaha diwilayah Surabaya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, identifikasi dan batasan masalah diatas, maka penulis menyimpulkan dari beberapa masalah menjadi 2 masalah untuk dijadikan rumusan masalah adalah :

1. Bagaimana strategi pemasaran Bank Syariah Mandiri Cabang Jemur Handayani?
2. Bagaimana implementasi strategi pemasaran Bank Syariah Mandiri Cabang Jemur Handayani dalam menghadapi persaingan usaha di wilayah Surabaya?

D. Kajian Pustaka

Kajian pustaka dipaparkan bertujuan untuk mendapatkan gambaran hubungan tema yang akan diteliti dengan penelitian sejenis yang pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya, sehingga tidak ada pengulangan atau duplikasi dari kajian atau peneliti tersebut. Adapun kajian pustaka yang digunakan dari penulis ini adalah:

1. Kartika Rahmawati, peneliti yang berjudul, Strategi Pemasaran Bank BRI Kantor Cabang Syari'ah Kalirungkut Surabaya, 2009. Jurusan Managemen Dakwah Fakultas Dakwah UIN Sunan Ampel Surabaya.[5]

   Persamaan antara peneliti terdahulu dengan peneliti sekarang adalah sama-sama membahas tentang strategi pemasaran yang digunakan untuk

[5] Kartika Rahmawati, "Strategi Pemasaran Bank BRI Kantor Cabang Syari'ah Kalirungkut Surabaya" (Skripsi--Jurusan Managemen Dakwah Fakultas Dakwah UIN Sunan Ampel Surabaya, 2009).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mencapai tujuan tertentu pada sebuah perusahaan. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek yang diteliti, peneliti terdahulu meneliti di BRI Kantor Cabang Syariah Kalirungkut Surabaya sedangkan peneliti sekarang meneliti di Bank Syariah Mandiri Cabang Jemur Handayani.

2. Mellynda Dewi Imansari, peneliti yang berjudul Analisis Strategi Pemasaran Perumahan Syariah Ditinjau Dari Segi Marketing Mix (7P'S) Di D'Ahsana Property Pusat Malang, 2016. Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya. [6]

   Persamaan antara peneliti terdahulu dengan peneliti sekarang adalah sama membahas tentang strategi pemasaran untuk mencapai suatu tujuan perusahaan. Sedangkan perbedaan antara peneliti terdahulu dengan peneliti sekarang adalah objek yang diteliti. Mellynda Dewi Imansari meneliti di D'Ahsana Property Pusat Malang, sedangkan peneliti sekarang di Bank Syariah Mandiri Cabang Jemur Handayani.

3. Ilvy Nur Diana, meneliti tentang Analisis Strategi Pemasaran Travel And Tour Universitas Negeri Sunan Ampel Surabaya, Study kasus UIN Sunan Ampel Surabaya, 2015. Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya. [7]

   Persamaan antara skripsi terdahulu dengan skripsi sekarang adalah dalam hal pembahasan yaitu membahas tentang strategi pemasaran untuk

[6] Mellynda Dewi Imansari, "Analisis Strategi Pemasaran Perumahan Syariah Ditinjau Dari Segi Marketing Mix (7P'S) Di D'Ahsana PropertyPusat Malang", (Skripsi--Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ample Surabaya, 2016)

[7] Ilvy Nur Diana, "Analisis Strategi Pemasaran Travel And Tour Universitas Negeri Sunan Ampel Surabaya", (Skripsi--Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya, 2015).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mencapai suatu tujuan perusahaan yang diinginkan untuk mengembangkan produk pada perusahaan. Sedangkan perbedaannya adalah objek yang diteliti, Ilvy meneliti tentang Strategi Pemasaran Tour And Travel yang ada di UIN Sunan Ampel Surabaya, peneliti sekarang meneliti tentang Strategi Bank Syariah Mandiri Cabang Jemur Handayani.

4. Sahrum, peneliti yang berjudul Strategi Pemasaran Bank Syariah menggunakan Momerandum Of Understanding, Study pada Bank BRI Syariah Bukopin Cabang pada Yayasan Al Falah Assalam Sidoarjo, 2016. Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya).[8]

   Persamaan peneliti terdahulu dengan peneliti sekarang adalah pembahasan tentang strategi pemasaran untuk mencapai tujuan suatu perusahaan. Perbedaannya adalah dalam segi objeknya, Sahrum meneliti tentang Strategi Pemasaran Bank Syariah menggunakan Momerandum Of Understanding, sedangkan peneliti sekarang meneliti tentang strategi pemasaran Bank Syariah Mandiri Cabang Jemur Handayani.

5. Dwi Bagus Satria Utama, meneliti skripsi yang berjudul "Strategi Pemasaran Produk Simpanan Mudarabah Pendidikan (SIMUDA) pada Koperasi Jasa Keuangan Syariah Harapan Surabaya", 2016. Jurusan

[8] Sahrum, "Strategi Pemasaran Bank Syariah menggunakan Momerandum Of Understanding", (Skripsi--Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya, 2016).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya. [9]

Persamaan dari skripsi terdahulu dengan skripsi sekarang adalah sama membahas tentang Strategi Pemasaran perusahaan dalam mencapai suatu tujuan tertentu. Perbedaannya adalah objek yang diteliti, Dwi Bagus meneliti tentang Strategi Pemasaran Produk Simpanan Mudarabah Pendidikan Pada Koperasi Jasa Keuangan Syariah Harapan Surabaya, sedangkan peneliti sekarang membahas tentang strategi pemasaran Bank Syariah Mandiri Cabang Jemur Handayani dalam menghadapi persaingan usaha.

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis strategi pemasaran Bank Syariah Mandiri Cabang Jemur Handayani.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis implementasi strategi pemasaran Bank Syariah Mandiri Cabang Jemur Handayani dalam menghadapi persaingan usaha di wilayah Surabaya.

[9] Dwi Bagus Satria Utama, "Strategi Pemasaran Produk Simpanan Mudarabah Pendidikan (SIMUDA) pada Koperasi Jasa Keuangan Syariah Harapan Surabaya", (Skripsi--Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya, 2016).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

F. Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini, penulis berharap agar dapat memberikan kegunaan :

1. Kegunaan teoritis

   a. Bagi peneliti

      Peneliti ini dapat dijadikan pengetahuan sebagai sumber ilmu yang penting terhadap aplikasi langsung yang terjadi dilapangan atas pengetahuan secara teori yang didapat selama di bangku kuliah.

   b. Bagi lembaga pendidikan

      Sebagai sebuah hasil karya yang dapat dijadikan sebagai salah satu bahan wacana dan bahan acuan bagi mahasiswa atau pihak lain yang memiliki ketertarikan meneliti di bidang peneliti sejenis.

2. Kegunaan Praktis

   Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan informasi dan masukan bagi pihak bank yang bersangkutan. Pihak bank juga dapat mengetahui sejauh mana deskripsi penerapan strategi pemasaran yang ada di Bank Syariah Mandiri Cabang Jemur Handayani Surabaya.

G. Definisi Operasional

Agar lebih memudahkan dalam memahami laporan penelitian ini, maka peneliti mendefinisikan beberapa istilah dari penelitian ini yang berjudul "Analisis Strategi Pemasaran Bank Syariah Mandiri Cabang Jemur Handayani

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dan Implementasinya Dalam Menghadapi Persaingan Usaha Di Wilayah Surabaya", antara lain :

1. Strategi pemasaran adalah suatu rencana yang menyeluruh, terpadu, dan menyatu dibidang pemasaran untuk memberikan arah dan tujuan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat mencapai tujuan pemasaran suatu perusahaan.[10]
2. Implementasi adalah suatu tindakan atau pelaksanaan dari suatu strategi yang telah disusun dengan cermat dan rinci untuk di terapkan dengan cara yang efektif dan efisien sehingga dapat berjalan sesuai dengan apa yang di inginkan mencapai tujuan suatu perusahaan untuk memajukan perusahaan menjadi lebih baik.
3. Persaingan usaha adalah perusahaan yang menghasilkan atau menjual barang atau jasa yang sama atau mirip dengan produk yang kita tawarkan yang bergerak dalam bidang bisnis usaha.[11] Persaingan usaha di sini berlomba-lomba untuk memenangkan pangsa pasar di dunia ekonomi dengan membuat strategi kemudian mengimpelemtasikannya. Persaingan usaha yang dilakukan oleh bank syariah mandiri saat ini adalah dalam poduk pembiayaan Griya.

[10] Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004), 168.
[11] Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), 258.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

H. Metode Penelitian

Agar sksipsi ini dapat tersusun secara sistematis, jelas, dan benar, maka perlu dijelaskan tentang metode penelitian sebagai berikut:

1. Data yang Dikumpulkan

   Sesuai dengan tujuan yang telah dirumuskan, maka data yang dikumpulkan dalam penelitian ini antara lain:

   a. Data Primer

      Yaitu data yang bersifat utama dan terkait langsung dengan masalah yang dibahas dan diperoleh di lapangan.[12] Data primer disini berupa wawancara kepada nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Jemur Handayani mengenai sejarah menjadi nasabah, produk yang digunakan, motivasinya menjadi nasabah setia, statemen nasabah seputar strategi pemasaran Bank Syariah Mandiri Cabang Jemur Handayani dan implementasinya. Kemudian kepada karyawan Bank Syariah Mandiri Cabang Jemur Handayani tentang produk-produk yang dipasarkan, strategi pemasarannya, hingga keefektifan dalam mengimplementasikannya. Yang terakhir kepada tim pemasar Bank Syariah Mandiri Cabang Jemur Handayani dalam mengefektifkan penerapan strategi-strategi pemasaran yang ada di Bank Syariah Mandiri Cabang Jemur Handayani agar meningkatkan jumlah nasabah dan menghadapi persaingan Bank Syariah di Surabaya.

[12] Bambang Sungkono, *Metodeologi Penelitian Hukum*, (Jakarta: Raja Grafindo, 1997), 116.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Data Sekunder

Yaitu data yang diperoleh dari buku, karya ilmiyah yang berbicara tentang strategi pemasaran, strategi pemasaran Rasulullah, dan hal-hal lain yang berpengaruh didalamnya. Data sekunder yang didapatkan di Bank Syariah Mandiri Cabang Jemur Handayani ini tentang latar belakang dan sejarah, prinsip kerja, profil perusahaan, visi-misi, struktur organisasi, produk-produk Bank Syariah Mandiri, strategi pemasaran bank syariah mandiri, evaluasi kerja, serta persaiangan usahanya.

2. Sumber Data

Penelitian ini adalah penelitian lapangan, maka sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu:

a. Sumber Primer

Pada penelitian ini, sumber primernya berupa wawancara yang dilakukan kepada manajer, tim pemasar, karyawan, dan nasabah Bank Syariah Mandiri.

b. Sumber Sekunder

Pada penelitian ini, data sekunder diperoleh dari sumber pustaka yang tertulis untuk mendukung dan melengkapi validasi data. Sumber sekunder untuk melengkapi data informasi yang kami dapatkan yaitu berupa kajian tentang strategi pemasaran Bank Syariah Mandiri Cabang Jemur Handayani seperti laporan penelitian ilmiah, Juklak, profil, brosur, dan lain sebagainya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik sebagai berikut:

a. Observasi adalah pengamatan yang dilakukan tanpa mengajukan pertanyaan. Subjek sebagai responden dalam wawancara atau *quisioner* dapat diamati dalam lingkungan kerja sehari-hari.[13] Dalam hal ini penulis akan melakukan observasi di Bank Syariah Mandiri Cabang Jemur Handayani untuk mengetahui secara langsung kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh para pemasar.

b. Wawancara, yaitu suatu percakapan yang diarahkan pada suatu masalah tertentu dengan proses tanya jawab lansgung yang bertujuan untuk mendapatkan suatu informasi masalah tertentu.[14] Sasaran wawancara penelitian dalam skripsi ini di tujukan kepada tim pemasar seputar strategi pemasaran yang digunakan Bank Syariah Mandiri Cabang Jemur Handayani dalam menghadapi persaingan usaha di wilayah Surabaya.

c. Dokumentasi, yaitu metode pengumpulan data yang diperoleh melalui buku-buku, dokumen, dan lain-lain yang berkaitan dengan masalah penelitian.[15] Penggalian data ini dengan cara menelaah dokumen-dokumen, catatan-catatan, brosur-brosur, laporan-laporan, dan

[13] Puguh Suharso, *Metodeologi Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis: Pendekatan Filosofi dan Praktis*, (Jakarta: PT Indeks, 2009), 83.
[14] Masruhan, *Metodeologi Penelitian Hukum*, (Surabaya: Hilal Pustaka, 2013), 235.
[15] Tatang M. Amin, *Menyusun Rencana Penelitian*, (Jakarta: Rajawali, 1999), 135.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sebagainya yang berhubungan dengan strategi pemasaran di Bank Syariah Mandiri Cabang Jemur Handayani.

4. Teknik Pengolahan Data

Setelah data berhasil dihimpun dari lapangan atau penulisan, maka penulis menggunakan teknik pengolahan data dengan tahapan sebagai berikut:

a. *Editing*, yaitu pemeriksaan kembali dari semua data yang diperoleh terutama dari segi kelengkapannya, kejelasan makna, keselarasan antara data yang ada dan relevansi dengan penelitian.[16] Dalam penelitian ini penulis akan mengambil data dari Bank Syariah Mandiri Cabang Jemur Handayani yang akan dianalisis dengan cara memilah data untuk menjawab rumusan masalah saja.

b. *Organizing*, yaitu menyusun kembali data yang telah didapat dalam penelitian yang diperlukan dalam kerangka paparan yang sudah direncanakan dengan rumusan masalah secara sistematis.

c. *Analizing*, yaitu dengan menganalisis data yang telah diperoleh dari penelitian untuk memperoleh kesimpulan mengenai kebenaran fakta yang ditemukan, yang akhirnya merupakan sebuah jawaban dari rumusan masalah.[17] Dalam penelitian ini setelah semua data terkelompok maka langkah selanjutnya data tersebut dianalisis untuk menghasilkan temuan untuk menjawab rumusan masalah yang ada.

---

[16] Ibid., 253.
[17] Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D*, (Bandung: Alfa Beta, 2008), 243-246.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

5. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kualitatif, yaitu suatu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif dari wawancara atau sumber-sumber tertulis. Sehingga teknis analisis data yang digunakan adalah deskriptif analisis yaitu penelitian yang bertujuan mengumpulkan data, kemudian diinterpretasikan dari data tersebut untuk diambil kesimpulan.[18]

Setelah data yang berkaitan dengan Strategi Pemasaran Produk Bank Syariah Mandiri Cabang Jemur Handayani terkumpul, selanjutnya akan dianalisis secara deskriptif kualitatif, yaitu suatu prosedur penelitian yang menggunakan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan pelaku yang dapat diamati.

Tujuan dari metode ini adalah untuk membuat deskripsi atau gambaran mengenai objek penelitian secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki. Kemudian data tersebut diolah dan dianalisis dengan pola pikir induktif yang berarti pola pikir yang berpijak pada fakta-fakta yang bersifat khusus kemudian diteliti, dianalisis dan disimpulkan sehingga pemecahan persoalan atau solusi tersebut dapat berlaku secara umum.

[18] Winarno Surakhmad, *Pengantar Penelitian Ilmiyah, Dasar Metode dan Teknik,* (Bandung: Mizan, 1999), 139.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

I. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan ini dipaparkan dengan tujuan untuk memudahkan penulisan dan pemahaman. Oleh karena itu, penulisan skripsi ini dibagi dalam beberapa bab, pada tiap-tiap bab terdiri dari beberapa sub bab, sehingga pembaca dapat memahami dengan mudah. Adapun sistematika pembahasannya adalah:

Bab pertama adalah pendahuluan. Dalam bab ini terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi dan batasan masalah, rumusan masalah, kajian pustaka, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, definisi operasional, metodologi penelitian (meliputi data yang dikumpulkan, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data dan teknik analisis data) serta sistematika pembahasan.

Bab kedua adalah kerangka teoritis yang memuat tentang strategi pemasaran Bank Syariah. Terdiri dari Strategi Pemasaran Syariah (pengertian, strategi pemasaran, strategi pemasaran Rasulullah), dan persaingan usaha.

Bab ketiga adalah data penelitian yang memuat tentang deskripsi hasil yang meliputi gambaran umum tentang Bank Syariah Mandiri Cabang Jemur Handayani Surabaya (meliputi latar belakang dan sejarah berdirinya, prinsip kerja, profil perusahaan, visi misi, struktur organisasi, produk-produk), strategi pemasaran Bank Syariah Mandiri Cabang Jemur Handayani dan implementasinya, kemudian evaluasi kerja, dan selanjutnya persaingan usaha.

Bab keempat adalah analisis data yang memuat tentang analisis implementasi strategi pemasaran Bank Syariah Mandiri Cabang Jemur

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Handayani Surabaya dan persaingan usahanya dalam menghadapi pangsa pasar di wilayah Surabaya.

Bab kelima adalah bab penutup yang berisi kesimpulan dan saran dari hasil penelitian.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id