

Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FAI

Strategi pemasaran deposito mudharabah pada PT. Bank Syariah Mega Indonesia cabang Kuningan

Aulia

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/uhamka-1/detail.jsp?id=45697&lokasi=lokal>

Abstrak

Strategi pemasaran merupakan suatu hal penting yang harus diperhatikan oleh suatu perusahaan agar memperoleh target yang diharapkan. Pemasaran dapat berhasil apabila didukung oleh manajemen yang baik pula.

Bank Syariah Mega Indonesia (BSMI) adalah salah satu bank syariah yang berdiri sekitar 6 tahun lalu. Di tahun pertamanya, pemasaran untuk produk deposito yang dilakukan BSMI cukup baik, yaitu memperoleh sekitar 80% dari DPK (Dana Pihak Ketiga).

Strategi pemasaran yang dipakai oleh BSMI adalah marketing mix oleh Philip Kotler. Sedangkan analisis yang dipakai oleh penulis adalah analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunities dan Threat). Dengan menggunakan analisis tersebut, dapat disimpulkan beberapa strategi yang diharapkan dapat menjadi masukan bagi BSMI.