

## Aspek produk sebagai suatu kekuatan pemasaran bank muamalat Indonesia dalam pemasaran di Indonesia

Istiadi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20319739&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

Kehadiran berbagai paket deregulasi akhir-akhir ini telah memberikan peluang yang cukup baik bagi munculnya sistem perbankan Islam yang memang telah lama dinantikan oleh sebagian masyarakat Islam di Indonesia. Disamping karena produk bank Islam menggunakan sistem bagi hasil (yang dibolehkan secara syariah Islam), juga produk-produk Bank Islam ini memiliki keunikan yang tidak dimiliki oleh produk bank konvensional. Atas dasar hal tersebut diatas maka tujuan utama dari penulisan skripsi ini adalah melihat kelebihan yang dimiliki oleh produk bank Islam yang dapat menjadi suatu kekuatan pemasaran perusahaan, dimana penulis mengambil Bank Muamalat Indonesia (BMI) sebagai sumber penelitian oleh karena Bank ini merupakan Bank Islam Bank Umum pertama yang ada di Indonesia saat ini. Dalam menganalisis usaha-usaha pemasaran BMI, penulis membatasi tinjauan aspek produk ini pada kebijakan produk penyaluran dan penarikan dananya saja serta melihat potensi kekuatan pemasaran yang ada pada produk-produk tersebut. Analisis sebagian besar dilakukan secara kualitatif. Analisis dilakukan dengan cara membandingkannya dengan produk-produk bank konvensional. Hasil analisis menunjukkan bahwa secara kualitatif menunjukkan bahwa produk-produk BMI memiliki berbagai kelebihan yang dapat menjadi suatu kekuatan pemasaran suatu seperti adanya aspek diferensiasi, loyalitas konsumen yang kuat dsb. Penulis berkesimpulan bahwa kebijakan produk yang dilakukan BMI akan dapat menciptakan suatu kekuatan yang lebih baik lagi bagi perkembangan bank Islam tersebut dimasa mendatang. Sehingga akan dapat meletakkan dasar yang kuat bagi perusahaan dalam menghadapi persaingan yang tajam. Penulis menyarankan BMI untuk meningkatkan hasil guna dari keefektifan produknya melalui penyediaan kotak saran, promosi yang lebih gencar lagi, perlunya merekrut tenaga-tenaga yang profesional dst.