

**ANALISIS STRATEGI SMART MARKETING DALAM MENINGKATKAN  
PENJUALAN PRODUK PEMBIYAAAN PADA PERBANKAN SYARIAH  
(Studi Kasus PT. Bank Sumut Syariah Kcp RantauPrapat)**

**SKRIPSI**

Oleh:

**RAFI TAMA SIREGAR**

**NIM. 0503173280**



**PRODI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2022 M/1443 H**

**ANALISIS STRATEGI SMART MARKETING DALAM MENINGKATKAN  
PENJUALAN PRODUK PEMBIYAAAN PADA PERBANKAN SYARIAH  
(Studi Kasus PT. Bank Sumut Syariah Kcp RantauPrapat)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana(S1) Pada Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Islam UIN Sumatera Utara**

**Oleh:**

**RAFI TAMA SIREGAR**

**NIM. 0503173280**

**Program Studi**

**PERBANKAN SYARIAH**

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

SUMATERA

MEDAN



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA**

**MEDAN**

**2022 M/1443 H**

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rafi Tama Siregar  
NIM : 0503173280  
Tempat/Tgl.Lahir : RantauPrapat,10 Oktober 1998  
Program Studi : Perbankan Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul “ANALISIS STRATEGI SMART MARKETING DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK PEMBIAAYAN PADA PERBANKAN SYARIAH” benar karya asli dari saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, sepenuhnya menjadi tanggung saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya .

Medan, 10 Mei 2022

Yang Membuat Pernyataan



Rafi Tama Siregar  
NIM. 0503173280

**PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Skripsi Berjudul :

**ANALISIS STRATEGI SMART MARKETING DALAM  
MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK PEMBIAYAAN  
PADA PERBANKAN SYARIAH (STUDI KASUS PT. BANK  
SUMUT SYARIAH KCP RANTAU PRAPAT)**

Oleh :

**RAFI TAMA SIREGAR**

**Nim. 0503173280**

Dapat disetujui sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar  
Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Perbankan Syariah

Medan, 14 Februari 2022

**Pembimbing I**



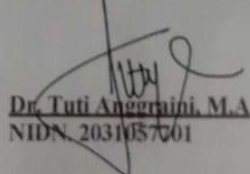
**Dr. Zuhriah M. Nawawi MA**  
NIDN.2018087601

**Pembimbing II**



**Nurwani M.Si**  
NIDN.0126038901

**Mengetahui**  
**Ketua Jurusan Perbankan Syariah**



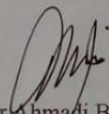
**Dr. Tuti Anggraini M.A**  
NIDN. 2031057001

## LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi berjudul "ANALIS STRATEGI SMART MARKETING DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK PEMBIAYAAN PADA PERBANKAN SYARIAH (STUDI KASUS PT. BANK SUMUT SYARIAH KCP RANTAUPRAPAT)" atas nama Rafi Tama Siregar, NIM 0503173280 Program Studi Perbankan Syariah telah di sidangkan pada tanggal 24 februari 2022. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi gelar Serjana Ekonomi (S,E) pada program studi perbankan syariah.

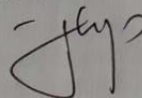
Medan, 24 Februari 2022  
Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi  
Program Studi Perbankan Syariah

**Ketua**



Dr. Nur Ahmadi Bi Rahmani, M.SI  
NIDN. 2028129001

**Sekretaris**




Muhammad Ikhsan Harahap M.E.I  
NIDN. 0105018901

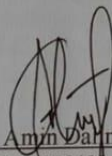
**Anggota**



Dr. Zuhri M. Nawawi, M.A  
NIDN. 2018087601



Nurwani, M.Si  
NIDN. 0126038901

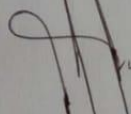


Ahmad Anyn Darmunthe, Ph.D  
NIDN. 2012078401



Nuri Asfami, M.Si  
NIDN. 2019029303

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Sumatera Utara



Dr. Muhammad Yafiz, M.Ag  
NIDN: 2023047602

## ABSTRAK

**RAFI TAMA SIREGAR, NIM. 0503173280, "Analisis Strategi Smart Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Pembiayaan Pada Perbankan Syariah (Studi Kasus PT. Bank Sumut Syariah KCP. RantauPrapat)" Dibawah Bimbingan Pembimbing Skripsi I Oleh Bapak Dr. Zuhrinal, M.Nawawi M.A dan Pembimbing Skripsi II Oleh Ibuk Nurwani, M.Si.**

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui bentuk strategi smart marketing dalam pemasaran produk untuk menarik nasabah di Bank PT.Bank Sumut Syariah KCP RantauPrapat. Dan hasil analisis SWOT Smart marketing pada produk Bank Sumut Syariah RantauPrapat untuk meningkatkan penjualan produk Pembiayaan. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif. Subjek penelitian ini adalah kepala dan wakil kepala pimpinan, serta pegawai PT.Bank Sumut Syariah KCP.RantauPrapat, dan objek penelitian ini adalah Strategi smart marketing dalam meningkatkan penjualan produk pembiayaan pada perbankan syariah. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, menyebarkan angket dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bentuk strategi pemasaran yang dilakukan PT.Bank Sumut Syariah KCP.RantauPrapat adalah dalam bentuk SMART Marketing yaitu *Specific, Measurable, Achievable/Attainable, Realistic atau Relevan, dan Time Bound*. Dimana SMART marketing yang dilakukan menggunakan spesifikasi sebuah program ASN. Kemudian berdasarkan hasil analisis SWOT yang dilakukan melalui *Strengths, weaknesses, opportunity*, serta *Threats* yang dihadapi PT.Bank Sumut Syariah KCP.RantauPrapat sesuai dengan faktor kekuatan mempunyai nilai skor 1,00 faktor kelemahan mempunyai nilai skor 0,9 dan peluang memiliki nilai skor 1,00 dan ancaman memiliki skor 0,9. Hal ini menunjukkan bahwa PT.Bank Sumut Syariah KCP.RantauPrapat mempunyai kekuatan yang lebih tinggi dibanding kelemahan dalam menentukan strategi pemasaran.

**Kata kunci : SMART Marketing, SWOT, Penjualan Produk.**



## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Puji dan syukur peneliti sampaikan atas nikmat yang diberikan Allah SWT, sehingga dapat diberikan kesehatan dan kesempatan hingga saat ini. Atas rahmat, dan hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat berangkaikan salam kepada Nabi besar Muhammad SAW atas syafaat-Nya yang dapat membawa kita menuju zaman yang penuh ilmu pengetahuan dunia dan akhirat.

Untuk memenuhi tugas-tugas dan melengkapi syarat-syarat dalam mencapai gelar sarjana Ekonomi (S.E), pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara maka peneliti mengajukan skripsi dengan judul **“Analisis Strategi Smart Marketing dalam Meningkatkan Penjualan Produk Pembiayaan Pada Perbankan Syariah”**. Dalam menyelesaikan skripsi ini, peneliti akui masih banyak kekurangan dan kelemahan serta jauh dari kata kesempurnaan, karena dalam hal ini peneliti banyak menemui berbagai macam hambatan dan kesulitan, karena kurangnya pengalaman dan kemampuan dalam merangkai kata demi kata, begitu juga dengan mengemukakan pokok-pokok pikiran dalam skripsi ini.

Peneliti mengucapkan banyak terimakasih kepada pihak-pihak yang memberikan bantuan, semangat dan juga doa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Syahrin Harahap, M.A selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
2. Bapak Dr. Muhammad Yafiz, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
3. Ibu Dr.H. Marliyah M.Ag selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

4. Bapak Dr. Fauzi Arif Lubis, MA selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
5. Bapak Dr. Mustapa Kamal Rokan, M.H selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
6. Ibu Dr. Tuti Anggraini, M.A selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
7. Bapak M. Lathief Ilhamy Nasution, M.E.I selaku Sekretaris Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
8. Bapak Dr. Andri Soemitra, MA selaku Dosen Penasehat Akademik yang banyak memberikan masukan dan arahan dalam masa perkuliahan.
9. Bapak Dr. Zuhrial, M.Nawawi M.A selaku dosen Pembimbing I yang telah bersedia memberikan waktu, bimbingan serta nasihat dan masukannya dari awal.
10. Ibu Nurwani, M.Si selaku dosen Pembimbing II yang telah bersedia memberikan waktu, bimbingan serta nasihat dan masukannya dari awal.
11. Segenap dosen fakultas Ekonomi Bisnis Islam Universitas Negeri Sumatera Utara. Terimakasih atas segala ilmu yang telah diberikan kepada penulis.
12. Terkhusus kepada kedua orang tua saya horkoni siregar dan Helmina Harahap yang telah memberikan kasih sayang kepada saya dan membiayai saya sampai kuliah , doa dan semangat yang tiada henti sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
13. Pratini darisman yang telah membantu saya dan juga memberi saya semangat dalam pengerjaan skripsi ini.



14. Ucapan terima kasih kepada Dandi Pratama Siregar yang sudah mengajari saya menggunakan aplikasi mandeley dan membantu saya dalam pengerjaan skripsi .
15. Ucapan terima kasih, Fachrul Rozy, Habib Naufal, Aditya Ilham Gunawan, Fikri Haikal , Pratini Darisman, Rahmad Syahputra Tobing dan teman-teman seperjuangan PS-A stambuk 2017 yang dengan kebersamaan masa-masa perkuliahan yang penuh dengan kenangan suka dan duka. Semoga kita semua bisa menjadi orang-orang yang sukses amin yarobbal alamin.

Dengan menyadari sepenuhnya bahwa penulisan skripsi ini tentunya masih terdapat ketidaksempurnaannya. Oleh karena itu peneliti mengharapkan kritikan dan saran yang sifatnya membangun demi perbaikan dan kesempurnaan skripsi ini.

Akhirnya dengan menyerahkan diri kepada Allah SWT. Semoga Allah memberikan balasan yang setimpal kepada para pihak yang turut berpartisipasi dalam penulisan skripsi. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat untuk kita semua., terutama untuk peneliti sendiri sebagai sebuah karya yang pertama. Aamiin Yaa.... Rabbal'alamin.

Medan, 2 Febuari 2022

Penulis

Rafi Tama Siregar

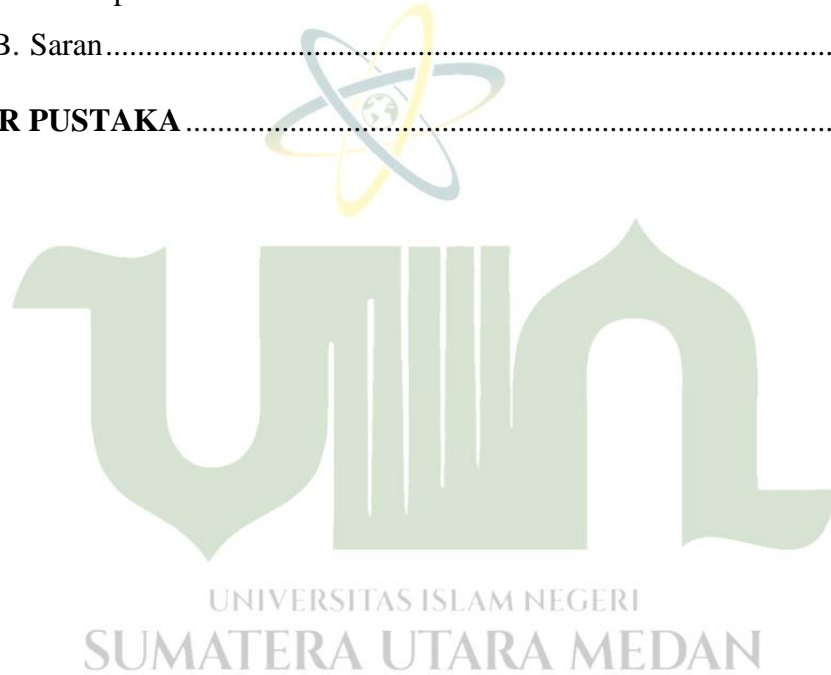
NIM. 0503173380

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah .....	7
C. Rumusan Masalah .....	7
D. Batasan Masalah.....	8
E. Tujuan Penelitian.....	8
F. Manfaat Penelitian.....	8
<b>BAB II KAJIAN TEORITIS.....</b>	<b>10</b>
A. Strategi .....	10
1. Pengertian Strategi .....	10
2. Macam-macam Strategi .....	12
3. Fungsi Strategi Pemasaran.....	13
4. Faktor Yang Mempengaruhi Pemasaran.....	14
B. Strategi Smart Marketing .....	17
1. Pengertian Smart Marketing.....	17
2. Keuntungan Menggunakan Metode Smart Marketing.....	21
3. Kelebihan dan Kelemahan Smart Marketing .....	23
C. Penjualan .....	24
1. Pengertian Penjualan .....	24
2. Bentuk Penjualan.....	25
3. Fungsi dan Tujuan Penjualan .....	26
D. Produk.....	27

E. Pembiayaan .....	29
1. Pengertian Pembiayaan .....	29
2. Tujuan Pembiayaan .....	29
3. Produk-Produk Pembiayaan .....	30
F. Perbankan Syariah .....	33
1. Pengertian Perbankan Syariah .....	33
2. Prinsip-Prinsip Perbankan Syariah .....	36
3. Dasar Hukum Perbankan Syariah .....	37
4. Tujuan dan Fungsi Bank Syariah .....	38
G. Kajian Terdahulu .....	40
H. Kerangka Pemikiran .....	53
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>55</b>
A. Pendekatan Penelitian .....	55
B. Lokasi dan Tempat Penelitian .....	55
C. Subjektif dan Objektif Penelitian .....	56
D. Jenis dan Sumber Data .....	57
E. Teknik Pengumpulan Data .....	58
F. Teknik Analisis Data .....	58
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>63</b>
A. Sejarah Perusahaan .....	62
1. Sejarah Singkat PT. Bank Sumut Syariah .....	63
2. Arti Lambang Bank Sumut .....	63
3. Visi dan Misi PT. Bank Sumut .....	64
4. Struktur Organisasi .....	65
5. Lokasi PT. Bank Syariah Sumut .....	69
B. Hasil Penelitian .....	69
1. Deskriptif Objek Penelitian .....	69
C. Hasil Penelitian .....	79

1. Strategi Smart Marketing .....	79
2. Kekuatan,Kelemahan,Peluang,Ancaman .....	85
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>88</b>
A. Kesimpulan.....	88
B. Saran.....	89
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>90</b>



## DAFTAR TABEL

2.1 Penelitian Terdahulu .....	40
2.2 Rincian Kegiatan Waktu .....	56
4.1 Internal Factor Analysis Summary .....	80
4.2 Eksternal Factor Analysis Summary .....	81
4.3 Rekap Skor IFAS dan EFAS .....	82
4.4 Pilihan Strategi .....	83



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	53
Gambar 2.2 Struktur Organisasi.....	65
Gambar 2.3 gambar kuadran.....	83





## DAFTAR LAMPIRAN

Angket .....	94
Hasil Wawancara .....	96
Dokumentasi .....	97

