

PERSETUJUAN PEMBIMBING

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN
KEUNGGULAN BERSAING DI INDUSTRI E-COMMERCE
PADA SEKTOR PERBANKAN DI KOTA PAREPARE**

**YULIANA DEWI
220 350 068**

Berdasarkan SK Penetapan Pembimbing Nomor :
587/KEP/III.3.AU/B/1445H/2023M Telah di Pertahankan dihadapan Tim Penguji
Pada Tanggal 22 November 2023 dan telah diperbaiki

PEMBIMBING I


Dr. Nirwana Sampara, M.Si
NBM : 1085 274

PEMBIMBING II


Darmawan, SE., M.Si., M.Ak
NBM : 986 846

Mengetahui :

**Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Parepare
Dekan,**

Program Studi Manajemen


Dr. Syarifuddin Yusuf, M.Si
NBM : 784 726


Dr. H. Irwan, MM
NBM : 1148 468

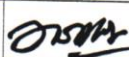
PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN
KEUNGGULAN BERSAING DI INDUSTRI E-COMMERCE
PADA SEKTOR PERBANKAN DI KOTA PAREPARE**

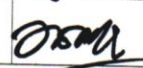
YULIANA DEWI
220 350 068

Berdasarkan SK Penetapan Penguji Nomor:
366/KEP/III.3.AU/FEB/1446H/2024M Telah diujikan Pada Tanggal 31 Agustus
2024 dan dinyatakan memenuhi syarat

I. PANITIA UJIAN

1	Ketua Pelaksana	Dr. H. Irwan, MM	
---	-----------------	------------------	---

II. PENGUJI

1	Ketua Penguji	Dr. Nirwana Sampara, M.Si	
2	Anggota Penguji	Darmawan, SE., M.Si., M.Ak	
3	Anggota Penguji	Dr. Arham, SE., M.Ak	
4	Anggota Penguji	Dr. H. Irwan, MM	

Mengesahkan :
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Parepare
Dekan,



Dr. Syarifuddin Yusuf, M.Si
NBM : 784 726

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

NAMA : Yuliana Dewi

NIM : 220 350 068

JUDUL : Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan
Keunggulan Bersaing di Industri *E-Commerce* pada
Sektor Perbankan di Kota Parepare

Dosen Pembimbing : 1. Dr. Nirwana Sampara , M.Si

2. Darmawan, SE., M.Si., M.Ak

Dengan ini menyatakan sesungguhnya bahwa Skripsi dengan judul tersebut diatas, saya tulis sebagai Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Parepare yang seluruhnya adalah hasil karya saya sendiri.

Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi yang saya kutip dan hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan karya ilmiah.

Apabila kemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian skripsi ini bukan hasil karya saya sendiri atau adanya plagiat tertentu, saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik yang saya sandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Parepare, 1 Agustus 2024

Yang membuat pernyataan,



Yuliana Dewi

NIM. 220 350 068

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji Syukur terpanjatkan kehadiran Allah SWT, Dia-lah pengatur segalanya Dimana tiada kehidupandan kematian ada dibawah genggamannya, segala gerak dan diam di bawah pengaturannya segenap ketundukan adalah haknya, sehingga atas izinnya jualah Skripsi dengan Judul “**Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing Di Industri E-Commerce Pada Sektor Perbankan Di Kota Parepare.**” Mampu terselesaikan. Serta Sholawat dan Salam tersembahkan kepada Nabiullah Muhammad SAW, tiada manusia semulia dirinya ada keteladana yang sedemikian tinggi, menghantarkan segala kelemahan dan kekurangan sehingga tidak ada rasa bosan para pengikutnya untuk melepaskan ikatan yang rendah menuju ikatan yang tinggi.

Sepenggel Doa yang selalu dijabah oleh Allah yakni Doa Orang Tua tercinta, yang tak sepenggal dan bakti menyamai nilai kasih sayang mereka, sembah sujud selalu tersembahkan kepada Ayahanda Haruni dan Ibunda Murni, yang sepanjang waktu mengirimkan doa tak pernah putus kiranya buah hatinya mampu meraih kesuksesan dalam menjalani biduk kehidupan.

Langkah tak akan mampu meraih akhir studi tanpa dukungan dan motivasi yang tak terhenti seperti air mengalir, dengan segala kerendahan hati terhaturkan terimakasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Jamaluddin Ahmad, S.Sos.,M.Si. Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Parepare.
2. Bapak Dr. Syarifuddin Yusuf, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Parepare.
3. Bapak Dr. Irwan Idris, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Parepare.

4. Ibu Dr. Nirwana Sampara, M.Si selaku Pembimbing I yang senantiasa meluangkan waktu untuk membimbing dan memberikan saran-saran hingga akhir penulisan skripsi ini.
5. Bapak Darmawan, SE., M.Si. selaku Pembimbing II yang senantiasa meluangkan waktu untuk membimbing dan memberikan petunjuk dalam penyusunan skripsi ini.
6. Keluarga tercinta yang selama ini menjadi bagian terpenting dari penyusun yang selalu memberikan support.
7. Teman-teman seperjuangan Angkatan 2020
8. Sahabat saya Khofifah Indar, Putri Syafiqah, terkhusus teman spesial saya Muh.Viqran dan teman teman lainnya yang telah membantu memberikan semangat dan dukungan dalam menyelesaikan penyusunan skripsi dengan memberikan motivasi, sara, dan kritik serta masukannya.
9. Pak Tirta selaku karyawan Bank SulselBar, Pak Ali selaku karyawan Bank Muamalat, dan Ibu Hardianti selaku karyawan Bank Mega yang telah memberikan penyusun kesempatan untuk dapat melakukan penelitian dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, penulis hanyalah makhluk biasa yang tak luput dari kesalahan. Oleh karena itu dengan segenap kerendahan hati penulis membuka diri untuk menerima kritik dan saran konstruktif guna perbaikan dan kesempurnaan karya tulis ini kedepannya.

Parepare, 1 Agustus 2024

Yuliana Dewi

ABSTRAK

Yuliana Dewi, 2024. dengan judul penelitian “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing Di Industri E-Commerce Pada Sektor Perbankan Di Kota Parepare”. Pembimbing I Ibu Nirwana Sampara Dan Pembimbing II Bapak Darmawan. Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Parepare (UMPAR)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran dalam meningkatkan keunggulan bersaing pada sektor perbankan di kota Parepare, dan kendala dalam strategi pemasaran pada industri *e-commerce* pada sektor perbankan di kota Parepare. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 3(tiga) orang narasumber yang terlibat dalam perbankan tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas e-perbankan merupakan layanan yang ditingkatkan dengan optimalisasi penggunaan data konsumen perihal memberikan pelayanan konsumen dengan cepat, lancar dan sama dengan keperluan (*customer experience*). Meningkatkan kualitas dan keunggulan pada sektor perbankan menggunakan strategi pemasaran yang merujuk kepada *promotion* karena tentunya masyarakat lebih banyak mencari fitur *online*, jadi selain edukasi dan promosi secara langsung juga diperlukan secara *online*.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Keunggulan Bersaing, E-Commerce.

ABSTRACT

Yuliana Dewi, 2024. with the title of research “Analysis of Marketing Strategy in Increasing Competitive Advantage in the E-Commerce Industry in the Banking Sector in Parepare City”. Supervisor I Nirwana Sampara and Supervisor II Darmawan, Thesis for the Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University of Parepare (UMPAR)

This study aims to determine the marketing strategy in increasing competitive advantage in the banking sector in the city of Parepare, and the obstacles in marketing strategies in the e-commerce industry in the banking sector in the city of Parepare. This study uses a qualitative research type as a research procedure that produces descriptive data in the form of written words. The data collection techniques used in this study are interviews, observations and documentation. The sample in this study amounted to 3 (three) informants involved in the banking. research results show that E-banking facilities are services that are improved by optimizing the use of consumer data regarding providing fast, smooth and the same consumer service as needed (customer experience). Improving quality and excellence in the banking sector using a marketing strategy that refers to promotion because of course people are looking for more online features, so in addition to direct education and promotion, online is also needed.

Keywords : Marketing Strategy, Competitive Advantage, E-Commerce.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat penelitian.....	4
BAB II.....	5
TINJAUAN PUSTAKA	5
A. Kajian Teori	5
B. Penelitian Terdahulu	38
C. Kerangka Konseptual.....	44
BAB III.....	45
METODE PENELITIAN	45
A. Jenis Penelitian	45
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	45
C. Informan Penelitian	46
D. Definisi Operasional Variabel.....	46
E. Jenis dan Sumber Data	48
F. Teknik Pengumpulan Data	48
BAB IV	51
GAMBARAN UMUM TEMPAT PENELITIAN.....	51
A. Bank Muamalat	51
B. Bank Mega	52
C. Bank Sulselbar	53

BAB V	56
HASIL PENELITIAN	56
A. Hasil Penelitian	56
1. Strategi Pemasaran.....	57
2. Hasil Wawancara Bank Muamalat	59
3. Hasil Wawancara Bank Mega	63
4. Hasil Wawancara Bank SULSELBAR Kota Parepare	66
B. Pembahasan	70
BAB VI	78
PENUTUP	78
A. Kesimpulan	78
B. Saran.....	79