

**PENERAPAN ANALISIS SWOT DALAM STRATEGI PEMASARAN
PADA BPR SYARIAH AL-MABRUR**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Ahmad Mafzani
NIM : 11412658
Program Studi : Manajemen Perusahaan

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO
Jl. Budi Utomo No.10 Ponorogo
2015**

**PENERAPAN ANALISIS SWOT DALAM STRATEGI PEMASARAN
PADA BPR SYARIAH AL-MABRUR**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Ahmad Mafzani
NIM : 11412658
Program Studi : Manajemen Perusahaan

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO
Jl. Budi Utomo No.10 Ponorogo
2015**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Penerapan Analisis SWOT Dalam Strategi Pemasaran Pada
BPR Syariah Al-Mabrur
Nama : Ahmad Mafzani
N I M : 11412658
Program Studi : Ekonomi Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk
diujikan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)
Program Studi Ekonomi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Dosen Pembimbing I,



TITI RAPINI, SE, MM
NIP. 196305051990032003

Ponorogo, September 2015
Dosen Pembimbing II,



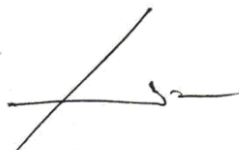
HADI SUMARSONO, SE, M.Si
NIP. 197605082005011002

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi,



TITI RAPINI, SE, MM
NIP. 196305051990032003

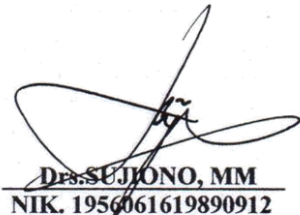
Dosen Penguji :



HADI SUMARSONO, SE, M.Si
NIP. 197605082005011002



EDI SANTOSO, SE, MM
NIK. 1974031120010312



Drs. SUJONO, MM
NIK. 1956061619890912

DENGAN RASA SYUKUR YANG MENDALAM SKRIPSI INI

KUPERSEMBAHKAN UNTUK :

- Ibunda Ibu Siti Arofah serta Ayahnda Bapak Suratman karena dengan doa dan restu beliau skripsi ini bisa terselesaikan.
- Rekan – Rekan Seperjuangan MANAJEMEN Perusahaan angkatan 2011 yang selalu mensupport dan memberi masukan dalam penulisan skripsi ini.
- Buat kamu, iya kamu (**Sebut Saja Bunga**) yang tidak ada bosan-bosannya mengingatkanku untuk segera menyelesaikan skripsi ini :*
- Mas Zainal yang telah bersedia meminjamkan printernya.
- Mas Agung Priandoko yang banyak sekali membantu kaitannya dengan penggalan data pada skripsi ini.
- Dan Seluruh pihak pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu.

RINGKASAN

Dari berbagai lembaga perbankan syariah yang ada di Ponorogo, BPR AL-Mabrur adalah salah satu bank syariah yang berdiri pertama kali, kurangnya sarana prasarana, tenaga kerja serta strategi promosi yang masih kurang merupakan beberapa kendala yang perlu diupayakan untuk segera diatasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi yang efektif yang kaitanya dengan *Product, Price, Place, Promotion* melalui langkah analisis SWOT. Guna untuk memaksimalkan pemasaran produk dari BPR Syariah AL-Mabrur. dengan menganalisis faktor eksternal yang terdiri dari peluang dan ancaman serta faktor internal yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan.

Penelitian ini dilakukan dengan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi yaitu dari data primer dan data sekunder pada BPR Syariah AL-Mabrur.

Hasilnya kemudian dianalisis menggunakan metode Analisis SWOT, Berdasarkan hasil penelitian dengan metode analisis SWOT diketahui bahwa faktor kekuatan dan peluang dari produk, harga, lokasi, dan promosi BPR Syariah AL-Mabrur lebih kuat dibanding faktor kelemahan dan ancaman. Oleh karena itu BPR Syariah AL-Mabrur mempunyai peluang yang sangat besar untuk dikembangkan, namun disisi lain pihak BPR Syariah AL-Mabrur menghadapi beberapa kendala internal, Seperti halnya kurangnya sarana dan prasarana, kurangnya tenaga khususnya di dalam pemasaran. Berdasarkan Strategi Pengembangan tersebut, strategi yang sangat mendesak untuk segera dilaksanakan adalah Strategi Pengembangan Promosi, strategi ini dapat dilaksanakan melalui kegiatan atau event-event yang digelar secara rutin atau periodik dengan mengadakan kegiatan sosialisasi di tempat aktifitas masyarakat, Hal ini juga dimaksudkan untuk meningkatkan jumlah nasabah di BPR Syariah AL-Mabrur.

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena dengan rahmat-Nya, maka penelitian yang berjudul : PENERAPAN ANALISIS SWOT DALAM STRATEGI PEMASARAN PADA BPR SYARIAH AL-MABRUR, dapat selesai dengan baik.

Terwujudnya penelitian ini atas dukungan berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini kami mengucapkan terima kasih kepada :

1. Titi Rapini, SE.MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi UNMUH Ponorogo serta selaku pembimbing I.
2. Hadi Sumarsono, SE, M.Si, selaku Ketua Jurusan Manajemen UNMUH Ponorogo, serta selaku pembimbing II.
3. Jajaran Direksi dan Pegawai BPR Syariah AL-Mabrur yang menjadi informan dalam penelitian ini.

Kami menyadari bahwa penelitian ini masih belum sempurna, karena itu kritik dan saran untuk penyempurnaan dari berbagai pihak sangat kami harapkan.

Ponorogo, September 2015

Peneliti

**PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR
KODE ETIK PENELITIAN**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis disuatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/ atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, September 2015



Ahmad Mafzani
NIM.1141268

DAFTAR ISI

Halaman Pengesahan	i
Persembahan	ii
Ringkasan	iii
Kata Pengantar	vi
Pernyataan Tidak Menyimpang Kode Etik Penelitian.....	v
Daftar Isi	vi
Daftar Lampiran	ix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Batasan Masalah	4
1.3 Perumusan Masalah	4
1.4 Tujuan Dan Manfaat Penelitian	5
1.4.1 Tujuan Penelitian	5
1.4.2 Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	7
2.1.2 Tujuan Pemasaran.....	11
2.1.3 Lingkungan Yang Mempengaruhi Pemasaran	12
2.1.4 Strategi	17
2.1.5 Pengertian Strategi Pemasaran.....	19

	2.1.6	Jenis-Jenis Strategi Pemasaran	19
	2.1.7	Manajemen Strategi	23
	2.2	Penelitian Terdahulu	25
	2.3	Analisis SWOT	27
BAB III		METODE PENELITIAN	
	3.1	Ruang Lingkup Penelitian	29
	3.2	Populasi Dan Sampel	29
	3.3	Metode Pengumpulan Data	30
	3.4	Metode Analisa Data	32
	3.4.1.1	Matrik SWOT	34
	3.4.1.2	Matrik Grand Strategi	36
	3.4.1.3	Kerangka Pemikiran	37
BAB IV		HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
	4.1	Hasil Penelitian	38
	4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan	38
	4.1.2	Visi Dan Misi Perusahaan.....	39
	4.1.3	Struktur Organisasi perusahaan	40
	4.1.4	Produk-Produk BPR Syariah AL-Mabrur	43
	4.1.5	Strategi Pemasaran BPR Syariah AL-Mabrur	45
	4.1.6	Strategi Raya (<i>Grand Strategy</i>)	48
	4.1.7	Problematika BPR Syariah Al-Mabrur	49
	4.2	Pembahasan	50

4.2.1	Analisis SWOT <i>Product, Price, Place, Promotion</i>	50
4.2.2	Analisis Budaya Manajer, Komisaris, dan Manajemen	58
4.2.3	Matrik SWOT BPR Syariah AL-Mabrur	60
4.2.4	Matrik Grand Strategi BPR Syariah AL-Mabrur	68
4.2.5	<i>Segmenting, Targeting, Positioning</i>	68
4.2.6	Alternatif Strategi Bauran Pemasaran berdasarkan Analisis SWOT	69
4.2.7	Penerapan Strategi Berdasarkan Waktu	75
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Kesimpulan	78
5.2	Saran	79
DAFTAR PUSTAKA.....		81
LAMPIRAN		

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Penggalian Data Dengan Teknik Wawancara	8
Lampiran 2 Foto-Foto Pendukung	8

