

**“ANALISIS SWOT DALAM PERENCANAAN STRATEGI PEMASARAN
PADA BMT HASANAH JABUNG”**



SKRIPSI

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

Nama : Irma Fest Nita Riski
NIM : 12412865
Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2016

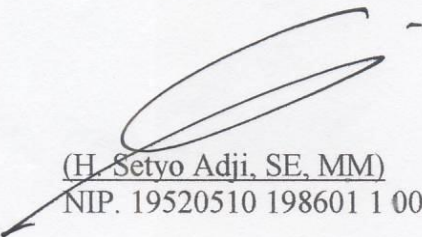
HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Analisis SWOT Dalam Perencanaan Strategi Pemasaran Pada BMT
Hasanah Jabung
Nama : Irma Fest Nita Riski
Nim : 12412865
Program Studi : Ekonomi Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk
Diuji guna memperoleh gelar sarjana program strata satu (S-1)
Program. Studi Ekonomi Manajemen fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Ponorogo,.....

Pembimbing I


(H. Setyo Adji, SE, MM)
NIP. 19520510 198601 1 001

Pembimbing II


(Hadi Sumarsono, SE, M.Si)
NIP. 19760508 200501 1 002

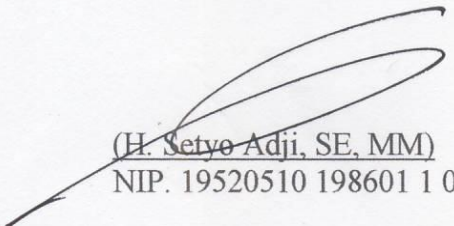
Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

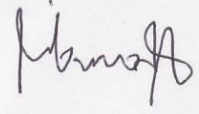
(Titi Ropini, SE, MM)

NIP. 19630505 199003 2 003

Dosen Penguji :


(H. Setyo Adji, SE, MM)
NIP. 19520510 198601 1 001


(Dra. Umi Farida, MM)
NIK. 19610110 199112 13


(Siti Chamidah, SE, MM)
NIK. 19710519 20141 11

DENGAN RASA SYUKUR DARI LUBUK HATI YANG DALAM

SKRIPSI INI KUPERSEMBAHKAN UNTUK

- ❖ Ibunda ibu Sriyatun serta ayahanda bapak Hartoyo dengan do'a dan restu beliau skripsi ini bisa terselesaikan dengan lancar.
- ❖ Buat orang yang aku sayangi Eko Wahyu Cahyanto yang selalu mengingatkan untuk segera menyelesaikan skripsi ini, dan juga memberi semangat, dukungan dan mengantar bimbingan kerumah bapak dosen.
- ❖ Adekku Eva yang sudah menemani penelitian ke BMT Jabung.
- ❖ Mbak Dwi yang banyak sekali membantu dengan penggalan data pada skripsi ini.
- ❖ Teman-teman seperjuangan Manajemen angkatan 2012 yang selalu mensupport dan memberi masukan dalam penulisan ini.
- ❖ Teman-teman Manajemen C, yang selama ini berjuang bersama.
- ❖ Mas Ahmad yang sudah membantu mengajari dan membantu dalam skripsi ini.

MOTTO

Kesuksesan hanya dapat diraih dengan segala
upaya dan usaha

Yang disertai dengan do'a, kerana sesungguhnya

Nasib seseorang manusia tidak akan berubah
dengan sendirinya

Tanpa berusaha.....

RINGKASAN

Penelitian ini dibuat dengan tujuan Untuk mengetahui strategi pemasaran yang diterapkan BMT Hasanah Jabung dalam memasarkan produk-produknya serta untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan BMT Hasanah berdasarkan analisis SWOT. Rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah bagaimanakah strategi pemasaran yang dilakukan BMT Hasanah dan strategi pemasaran yang dilakukan BMT Hasanah berdasarkan analisis SWOT. Guna untuk memaksimalkan pemasaran produk dari BMT Hasanah. dengan menganalisis faktor eksternal yang terdiri dari peluang dan ancaman serta faktor internal yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan.

Berdasarkan hasil penelitian dengan metode analisis SWOT diketahui bahwa faktor kekuatan dan peluang dari produk, harga, lokasi, dan promosi BMT Hasanah lebih kuat dibanding faktor kelemahan dan ancaman. Oleh karena itu BMT Hasanah mempunyai peluang yang sangat besar untuk dikembangkan, namun disisi lain pihak BMT Hasanah menghadapi beberapa kendala internal, Seperti halnya kurangnya promosi, 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 BMT Hasanah Jabung.

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena dengan rahmat-Nya, maka penelitian yang berjudul : ANALISIS SWOT DALAM PERENCANAAN STRATEGI PEMASARAN PADA BMT HASANAH JABUNG, dapat selesai dengan baik.

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

1. Drs. H. Setyo Adji, MM. Selaku pembimbing 1.
2. Hadi Sumarsono, SE, M.Si, selaku Ketua Jurusan Manajemen UNMUH Ponorogo, serta selaku pembimbing II.
3. Jajaran Direksi dan Pegawai BMT Hasanah Jabung 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 2016

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 nasabah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka

Ponorogo, September 2016



Irma Fest Nita Riski
12412865

DAFTAR ISI

Halaman Pengesahan	i
Persembahan	ii
Motto.....	iv
Ringkasan	iii
Kata Pengantar	vi
Pernyataan Tidak Menyimpang Kode Etik Penelitian.....	vii
Daftar Isi	viii
Daftar Lampiran	xii
BAB I	PENDAHULUAN
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Batasan Masalah.....	5
1.3 Permusan Masalah.....	6
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Tujuan Penelitian.....	6
1.4.2 Manfaat Penelitian.....	6-7
BAB II	TINJAUAN PUSTAKA
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	8
2.1.2 Tujuan Pemasaran.....	13

2.1.3 Lingkungan Yang Mempengaruhi Pemasaran.....	14
2.1.4 Strategi.....	19
2.1.5 Pengertian Strategi Pemasaran.....	22
2.1.6 Jenis Strategi Pemasaran.....	23
2.1.7 Perencanaan Strategi Pemasaran.....	26
2.1.8 Manajemen Strategi.....	27
2.1.9 Perumusan Strategi.....	29
2.1.10 Analisis SWOT.....	30

BAB 111 METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian.....	35
3.1.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	35
3.1.2 Sifat Penelitian.....	36
3.1.3 Jenis Penelitian.....	36
3.1.4 Metode Pengumpulan Data.....	36
3.2 Metode Analisis Data.....	38
3.2.1 Analisis SWOT.....	38-39
3.2.2 Matrik SWOT.....	41
3.2.3 Grand Strategi.....	43

Bab IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian.....	45
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	45
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	46
4.1.3 Bagan Struktur Organisasi.....	47
4.1.4 Produk-produk BMT Hasanah.....	52
4.1.5 Strategi Pemasaran BMT Hasanah.....	56
4.1.6 Masalah BMT Hasanah.....	58
4.2 Segmenting, Targeting, Positioning.....	59
4.3 Faktor Internal dan Eksternal.....	61
4.3.1 Analisi SWOT Produk, Price, Place, Promotion.....	62
4.3.2 Matrik SWOT.....	69
4.3.3 Grand Strategi.....	74
4.3.4 Alternatif Strategi Bauran Pemasaran.....	74

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan..... 80

5.2 Saran..... 81

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Penggalian Data Dengan Teknik Wawancara

Lampiran 2 Foto-Foto Pendukung