

**ANALISIS SWOT DALAM STRATEGI PEMASARAN BRILINK PADA
PT. BANK RAKYAT INDONESIA TBK. KANTOR CABANG
PONOROGO**



Nama : Yulian Dianti

NIM : 13413286

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2018

**ANALISIS SWOT DALAM STRATEGI PEMASARAN BRILINK PADA
PT. BANK RAKYAT INDONESIA TBK. KANTOR CABANG
PONOROGO**



Diajukan sebagai syarat untuk menyusun skripsi
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Yulian Dianti

NIM : 13413286

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2018

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Analisis SWOT Dalam Strategi Pemasaran *BRILink* Pada
PT.Bank Rakyat Indonesia Tbk. Kantor Cabang Ponorogo
Nama : Yulian Dianti
NIM : 13413286
Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat
untuk menyusun skripsi pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Ponorogo,

Pembimbing

Pembimbing II



Titi Rapini, SE., MM.
NIDN. 0005056301



Dra. Umi Farida, MM.
NIDN. 0710016101

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi



Titi Rapini, SE., MM.
NIDN. 0005056301

DEWAN PENGUJI

Ketua

Sekretaris

Anggota



Titi Rapini, SE., MM.
NIDN. 0005056301



Hadi Sumarsono, SE., M.Si
NIDN. 0008057601

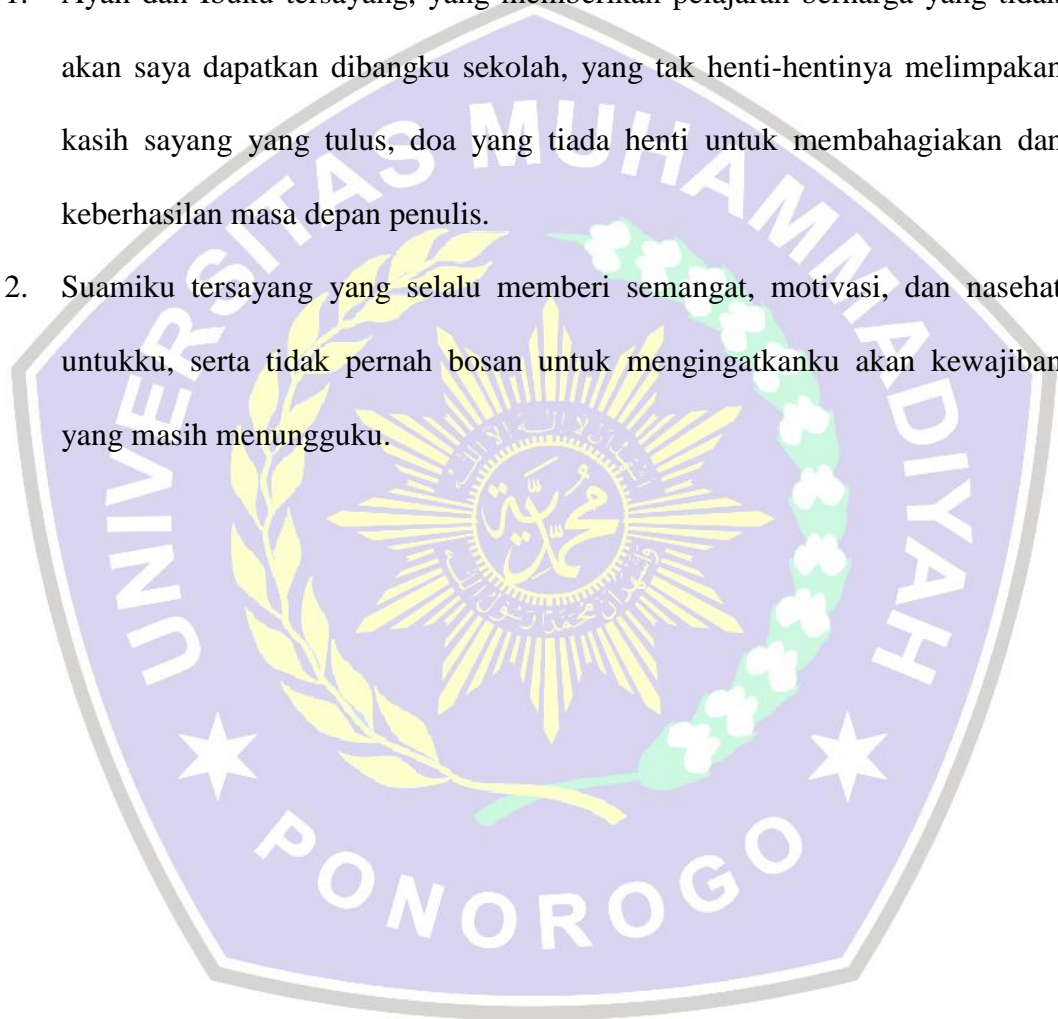


Edi Santoso, SE., MM.
NIDN. 0711037401

PERSEMBAHAN

Dengan mengucap puji syukur kepada Allah SWT sang pencipta kehidupan dan dengan penuh ketulusan hati, skripsi ini penulis persembahkan untuk :

1. Ayah dan Ibuku tersayang, yang memberikan pelajaran berharga yang tidak akan saya dapatkan dibangku sekolah, yang tak henti-hentinya melimpakan kasih sayang yang tulus, doa yang tiada henti untuk membahagiakan dan keberhasilan masa depan penulis.
2. Suamiku tersayang yang selalu memberi semangat, motivasi, dan nasehat untukku, serta tidak pernah bosan untuk mengingatkanku akan kewajiban yang masih menungguku.



MOTTO

Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai (dari satu urusan) kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain dan hanya kepada Tuhanlah hendaknya kamu berharap

(QS. Al-Insyirah : 6-8)



RINGKASAN

Penelitian yang mengambil judul Analisis SWOT Dalam Strategi Pemasaran Brilink Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk. Kantor Cabang Ponorogo dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang diterapkan Bank BRI Cabang Ponorogo pada produk BRILink dalam memasarkan produknya serta untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan Bank BRI Cabang Ponorogo berdasarkan Analisis SWOT. Rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah bagaimanakah strategi pemasaran yang dilakukan Bank BRI Cabang Ponorogo pada produk BRILink dan strategi pemasaran yang dilakukan Bank BRI Ponorogo pada produk BRILink berdasarkan analisis SWOT. Guna untuk memaksimalkan pemasaran produk BRILink, dengan menganalisis factor eksternal yang terdiri dari peluang dan ancaman serta factor internal yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan.

Berdasarkan hasil penelitian dengan metode analisis SWOT diketahui bahwa faktor kekuatan dan peluang dari produk, harga, dan lokasi lebih kuat dibanding dengan faktor kelemahan dan ancaman. Oleh karena itu, Bank BRI cabang Ponorogo mempunyai peluang yang sangat besar untuk dikembangkan, namun disisi lain pihak Bank BRI Cabang Ponorogo menghadapi beberapa kendala internal, seperti halnya promosi besar besaran dan reward untuk agen BRILink yang melakukan transaksi melebihi target yang nantinya akan meningkatkan loyalitas agen terhadap Bank BRI itu sendiri. Berdasarkan Strategi Pengembangan tersebut, strategi yang sangat mendesak untuk segera dilakukan adalah strategi pengembangan promosi, strategi ini dapat dilakukan melalui media cetak dan online dengan melihat brand image Bank BRI yang sudah sangat besar serta memberikan hadiah/reward kepada agen yang melakukan transaksi melebihi target. Hal ini juga dimaksudkan untuk meningkatkan jumlah agen serta konsumen yang bertransaksi menggunakan BRILink.

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena dengan rahmat-Nya maka penelitian yang berjudul Analisis SWOT Dalam Strategi Pemasaran Brilink Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk. Kantor Cabang Ponorogo, dapat selesai dengan baik

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

1. Ibu Titi Rapini, SE. MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Dosen Pembimbing I
2. Ibu Dra. Umi Farida, MM selaku Dosen Pembimbing II
3. Jajaran Direksi PT. BRI Cabang Ponorogo dan semua yang terlibat 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, Juli 2018

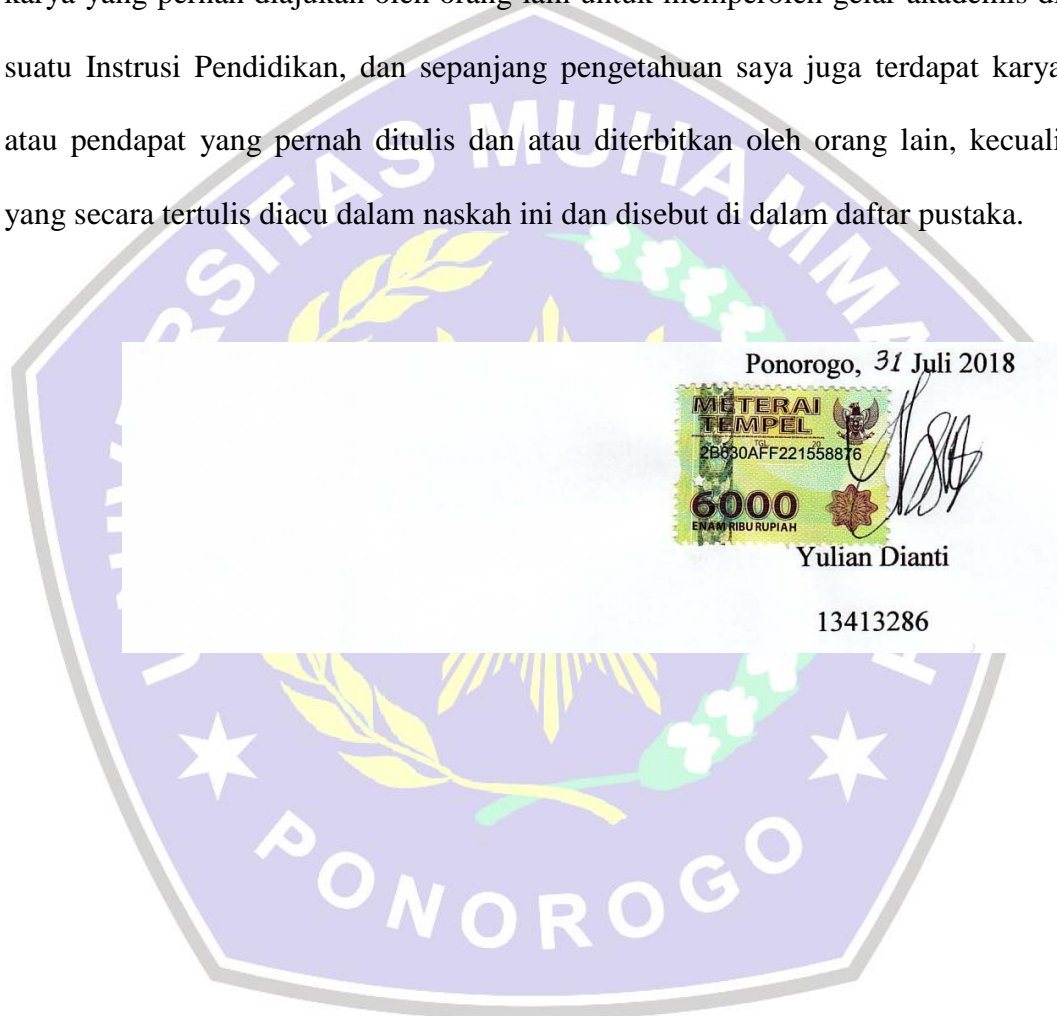
Yulian Dianti

13413286

PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR

KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (Asli), dan isi di dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Instrusi 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 disebut di dalam daftar pustaka.



DAFTAR ISI

| | |
|--|----------|
| Halaman Pengesahan | i |
| Persembahan | ii |
| Motto | iii |
| Ringkasan | iv |
| Kata Pengantar | v |
| Pernyataan Tidak Menyimpang Kode Etik Penelitian | vi |
| Daftar Isi | vii |
| Daftar Gambar | x |
| Daftar Tabel | xi |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Perumusan Masalah | 5 |
| 1.3 Batasan Masalah | 5 |
| 1.4 Tujuan dan Manfaat | 6 |
| 1.4.1 Tujuan Penelitian | 6 |
| 1.4.2 Manfaat Penelitian | 6 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 8 |
| 2.1 Landasan Teori | 8 |
| 2.1.1 Manajemen Pemasaran | 8 |
| 2.1.1.1 Pemasaran | 9 |
| 2.1.1.2 Bauran Pemasaran | 9 |
| 2.1.2 Keputusan Pembelian | 11 |

| | |
|---|-----------|
| 2.1.3 Strategi | 13 |
| 2.1.3.1 Manajemen Strategi..... | 13 |
| 2.1.3.2 Pengertian Strategi..... | 15 |
| 2.1.3.3 Strategi Pemasaran | 16 |
| 2.1.3.4 Jenis Strategi Pemasaran | 17 |
| 2.1.3.5 Perencanaan Strategi Pemasaran | 19 |
| 2.1.3.6 Perumusan Strategi..... | 21 |
| 2.1.4 Analisis SWOT | 22 |
| 2.1.4.1 Analisis Internal..... | 22 |
| 2.1.4.2 Analisis Eksternal..... | 23 |
| 2.1.5 Macam-Macam SWOT..... | 23 |
| 2.1.5.1 Matriks SPACE | 24 |
| 2.1.5.2. Matriks Posisi Strategis dan Evaluasi Tindakan (<i>Strategic Position and Action Evaluation-SPACE</i>) | 25 |
| 2.1.5.3 Matriks BCG | 25 |
| 2.1.5.4 Matriks IE..... | 26 |
| 2.1.5.5 Matriks Grand Strategi | 27 |
| BAB III METODE PENELITIAN..... | 29 |
| 3.1 Ruang Lingkup Penelitian..... | 29 |
| 3.2 Metode Pengumpulan Data..... | 30 |
| 3.3 Metode Analisis Data..... | 31 |
| 3.3.1 Analisis Kondisi Eksternal dan Internal | 33 |
| 3.3.2 Matriks EFE dan IFE..... | 34 |
| 3.3.3 Matriks SWOT | 36 |
| 3.3.4 Matriks Grand Strategi | 38 |

| | |
|--|----|
| BAB IV Hasil dan Pembahasan | 42 |
| 4.1 Hasil Penelitian | 42 |
| 4.1.1 Sejarah Perusahaan | 42 |
| 4.1.2 Visi dan Misi..... | 44 |
| 4.1.3 Struktur Organisasi | 45 |
| 4.1.4 BRILink | 63 |
| 4.1.4.1 Fitur dan Fasilitas | 65 |
| 4.1.4.2 Manfaat | 67 |
| 4.1.4.3 Keunggulan Agen BRILink..... | 68 |
| 4.1.4.4 Ketentuan Agen | 69 |
| 4.2 Analisis SWOT | 70 |
| 4.2.1 Identifikasi Kondisi Saai Ini | 70 |
| 4.2.2 Strategi BRILink..... | 71 |
| 4.2.3 Akomodasi Kepentingan Pihak yang Terkait | 73 |
| 4.2.4 Problematika BRILink | 76 |
| 4.2.5 Kondisi Eksternal Internal | 76 |
| 4.2.6 Matriks EFE IFE | 78 |
| 4.2.7 Matriks SWOT BRILink..... | 80 |
| 4.2.8 Matriks Grand Strategi..... | 86 |
| 4.2.9 Analisis Strategi SO | 87 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN..... | 90 |
| 5.1 Kesimpulan | 90 |
| 5.2 Saran..... | 91 |
| DAFTAR PUSTAKA | |
| LAMPIRAN | |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1 : Proses Keputusan Pembelian | 11 |
| Gambar 2 : Matriks Grand Strategi | 38 |
| Gambar 3 : Struktur Organisasi..... | 45 |



DAFTAR TABEL

| | |
|--|-----|
| Tabel 1 : Matriks SWOT..... | .37 |
| Tabel 2 : Total Agen BRILink Tahun 2016..... | 74 |
| Tabel 3 : Total Agen BRILink Tahun 2017..... | 75 |
| Tabel 4 : Matriks SWOT BRILink | 80 |

