

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang telah dilaksanakan pada Perusahaan Daerah Bank Perkreditan Rakyat Gresik dengan judul Implementasi Strategi Pemasaran Melalui Analisis SWOT Pada Perusahaan Daerah Bank Perkreditan Rakyat Gresik. Skripsi ini merupakan salah satu tugas akhir yang diajukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Gresik.

Ucapan terimakasih, atas dukungan serta bantuan moral maupun material penulis sampaikan kepada :

1. Kedua orang tua yang telah memberikan banyak Pengorbanan untuk mewujudkan harapan masa depan. Adik-adikku terima kasih atas dukungannya.
2. Bapak Tri Ariprowo dan Ibu Roziana Ainul H. SE,.M.SI. Trima kasih atas bimbingan dan motifasi yang diberikan.
3. Ibu Dr. Nur Laily, M,.SI Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Gresik
4. Bapak Al Kusani Sebagai Direktur Utama PD BPR. Trimakasih telah memberikan izin untuk penelitian diperusahaan
5. Teman-teman semua yang telah banyak mmberikan warna selama kuliah di Universitas Muhammadiyah Gresik

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari sempurna, oleh karena itu kritik saran yang cerdas dan sifatnya membangun sangat diharapkan penulis sebagai perbaikan, mudah-mudahan tulisan ini dapat berguna bagi kita semua Amin.

Gresik, Juli 2009

Penulis

## DAFTAR ISI

Halaman

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b>	
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABTRAKSI.....</b>	<b>vii</b>

### **BAB I : PENDAHULUAN**

1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	3
1.3. Tujuan Penelitian.....	3
1.4. Manfaat Penelitian.....	4

### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

2.1. Penelitian Terdahulu.....	5
2.2. Tinjauan Pustaka.....	6
2.2.1. Pengertian Pemasaran.....	6
2.2.2. Pengertian Konsep Pemasaran.....	8
2.2.3. Pengertian Strategi.....	9
2.2.4. Pengertian Strategi Pemasaran.....	10
2.2.5. Bauran Pemasaran.....	11
2.2.6. Pengertian dan ciri-ciri jasa.....	15
2.2.7. Strategi pemasaran jasa.....	17
2.2.8. Analisa Lingkungan.....	20
2.2.9. Analisa SWOT.....	25
2.2.10. Metode IFAS dan EFAS.....	27
2.2.11. Internal Eksternal Matrik.....	29
2.3. Kerangka Berfikir.....	31

<b>BAB III</b>	<b>: METODE PENELITIAN</b>	
3.1.	Jenis Penelitian.....	32
3.2.	Lokasi Penelitian.....	32
3.3.	Populasi dan Sampel.....	32
3.4.	Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel.....	33
3.5.	Jenis Dan Sumber Data.....	39
3.6.	Teknik Pengambilan Data.....	39
3.7.	Teknik Analisis Data.....	40
<b>BAB IV</b>	<b>: ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	41
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan.....	41
4.1.2.	Visi dan Misi Perusahaan.....	42
4.1.3.	Stuktur Organisasi.....	42
4.1.4.	Kapasitas Produksi/jasa.....	44
4.2.	Deskripsi Hasil Penelitian.....	45
4.3.1.	Implementasi kegiatan pemasaran .....	45
4.2.2.	Analisis SWOT.....	45
4.2.3.	Faktor Internal Eksternal .....	57
4.3.	Interprestasi Hasil Penelitian.....	64
4.4.	Marketing Mix.....	67
<b>BAB V</b>	<b>: SIMPULAN DAN REKOMENDASI</b>	
5.1.	Simpulan .....	69
5.2.	Rekomendasi .....	70
DAFTAR PUSTAKA.....		71
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....		

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 IFAS (Internal Faktor Analysis Summary).....	27
Tabel 2.2. EFAS (Eksternal Faktor Analysis Summary).....	28
Tabel 4.1 Kapasitas Produk / Jas PD BPR Gresik .....	45
Tabel 4.2 Rata – Rata Bobot Faktor – Faktor Strategi Internal .....	58
Tabel 4.3 Rata – Rata Bobot Faktor – Faktor Strategi Eksternal.....	59
Tabel 4.4 Rata – Rata Rating Fakto – Faktor Strategi Internal.....	60
Tabel 4.5 Rata – Rata Rating Faktor – Faktor Strategi Eksternal .....	61
Tabel 4.6 Internal Faktor Evaluation .....	62
Tabel 4.7 Eksternal Faktor Evaluation .....	63

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Konsep Inti Pemasaran .....	7
Gambar 2.2 <i>Marketing Communication Mix</i> .....	14
Gambar 2.3 Manajemen Pemasaran Jasa .....	18
Gambar 2.4 Internal Eksternal Matrik .....	29
Gambar 2.5 Kerangka Berfikir.....	31
Gambar 3.1 Skema Pengolahan Data .....	41
Gambar 4.1 Stuktur Organisasi Perusahaan .....	44
Gambar 4.2 Posisi PD BPR Gresik Dalam Internal Eksterna Matrik .....	64

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1. Kuisisioner A
- Lampiran 2. Kuisisioner B
- Lampiran 3. Kuisisioner C
- Lampiran 4. Kuisisioner D
- Lampiran 5. Rata – Rata Bobot
- Lampiran 6. Rata – Rata Rating

## **ABTRACTION**

**Rudi Riswanto,05312024, Implementation of Marketing Strategy  
by SWOT Analysis in Company of Area of Bank of Credit of People Gresik.,  
Management,FE-UMG,Agustus, 2009**

Growth of marketing world these days a lot of experiencing of very fast progress, in line with various growth oblige the company for doing various strategic step to get various existing opportunity. Company of Area of Bank of Credit of People Gresik. (PD BPR Gresik) which still consistence make a move in the field of service. Various form of service activities not only give the service activities in the form of saving but also give the credit for small industry.

This Research target to know the implementation of marketing strategy and determine the real correct marketing strategy based analysis SWOT Company of Area of Bank of Credit of People Gresik.

Result of use of method of IFE-EFE and Matrix analyse to demonstrate internal company consisted of the factor of weakness and strength factor have totally score consider 2,74 medium of eksternal company owning factor of threat and opportunity amount to 2,70. From result analyse the SWOT of Company of Area of Bank of Credit of People Gresik position internal Company, having strength and eksternal company have opportunity, that mean that the company have the strength and if seen from eksternal company can look for the new market compartment to prevent incidence threat and weakness. existing Marketing strategy in Company of Area compartment to prevent incidence threat and weakness. existing Marketing strategy in Company of Area of Bank of People Credit and owned by company have enough influence in face of threat while weakness influence the growth in company

## **ABSTRAKSI**

**Rudi Riswanto,05312024, Implementasi Strategi Pemasaran  
Melalui Analisis SWOT pada Perusahaan Daerah Bank Perkreditan Rakyat  
Gresik, Manajemen,FE-UMG, Juli, 2009**

Pertumbuhan dunia pemasaran hari-hari ini banyak mengalami kemajuan sangat cepat, sejalan dengan berbagai pertumbuhan mengharuskan perusahaan untuk membuat berbagai langkah strategis untuk mendapatkan berbagai kesempatan yang ada. Perusahaan Daerah Bank Perkreditan Rakyat Gresik ( PD BPR Gresik) yang masih konsisten bergerak dalam bidang jasa. Berbagai format aktivitas jasa yang tidak hanya memberi aktivitas jasa pelayanan dalam wujud tabungan tetapi juga memberi kredit untuk industri kecil.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui implementasi strategi pemasaran dan menentukan strategi pemasaran yang benar didasarkan analisis SWOT pada Perusahaan Daerah Bank Perkreditan Rakyat Gresik.

Hasil penggunaan metode IFE-EFE dan Matriks analisis mempertunjukkan internal perusahaan yang terdiri dari faktor kelemahan dan faktor kekuatan sudah secara total score menimbang 2,74 sedang eksternal perusahaan yang memiliki faktor ancaman dan kesempatan berjumlah 2,70. Dari hasil analisis SWOT Perusahaan Daerah Bank Perkreditan Rakyat Gresik memposisikan pada internal Perusahaan, mempunyai kekuatan dan eksternal perusahaan mempunyai kesempatan, itu berarti bahwa perusahaan mempunyai kekuatan dan jika dilihat dari eksternal perusahaan dapat mencari pangsa pasar baru untuk mencegah timbulnya ancaman dan kelemahan. Strategi pemasaran yang ada dalam Perusahaan Daerah Bank Perkreditan Rakyat dan dimiliki oleh perusahaan mempunyai cukup pengaruh dalam menghadapi ancaman sedangkan kelemahan mempengaruhi perkembangan dalam perusahaan.