

Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Pada Pembiayaan Platform Syariah PT.AIS

SKRIPSI

Oleh :

Milla Khauliya

201810325178



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA**

2022

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi
Pemasaran Pada Pembiayaan Platform Syariah
PT.AIS

Nama Mahasiswa : Milla Khauliya

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810325178

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Persetujuan Skripsi : 08 Juli 2022

Jakarta, 15 Juli 2022

MENYETUJUI,

Pembimbing



Dr. Hadita, S.Pd., MM

NIDN : 0329048302

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi
Pemasaran Pada Pembiayaan Platform Syariah
PT. AIS

Nama Mahasiswa : Milla Khauliya

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810325178

Program Studi/Fakultas : Manajemen /Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Sidang Skripsi: 08 Juli 2022

Jakarta , 15 Juli 2022

MENGESAHKAN :

Ketua Tim Penguji : Milda Handayani, SE, MM

NIDN : 0330087504

Penguji I : Haryudi Anas, SE, MSM

NIDN : 0317117801

Penguji II : Dr. Hadita, S.Pd., MM

NIDN : 0329048302

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Hadita, S.Pd., MM

NIDN: 0329048302

Dr. Istianingsih, SE., M.S.Ak

NIDN : 0318107101

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Pada Pembiayaan Platform Syariah PT. AIS ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberi izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan Skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui Internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 15 Juli 2022

Yang membuat pernyataan,



Milla Khauliya

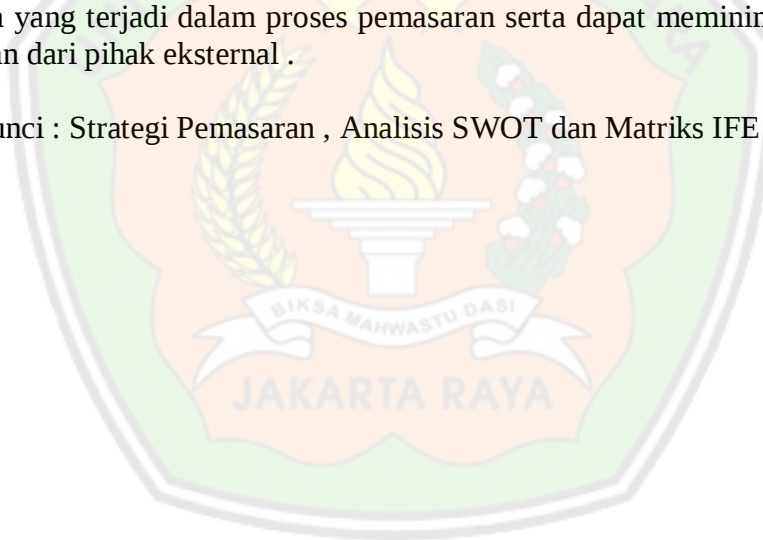
201810325178

ABSTRAK

Milla Khauliya 201810325178. Analisis SWOT dalam menentukan strategi pemasaran pada pembiayaan platform syariah PT. AIS .

PT. AIS adalah sebuah perusahaan swasta yang bergerak dibidang layanan keuangan dengan prinsip syariah. Terinspirasi dari kehidupan pengusaha mikro Indonesia yang memiliki mimpi besar untuk meningkatkan pendapatan, menata keuangan, mewujudkan harapan, dan meningkatkan kapasitas diri. PT.AIS menghadirkan layanan keuangan untuk mewujudkan mimpi besar tersebut dalam satu Pembiayaan platform syariah untuk para kaum pengusaha menengah dan mikro dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat dan pengembangan usaha. Tujuan penelitian untuk mengetahui strategi pemasaran yang tepat pada pembiayaan platform syariah PT.AIS serta mengetahui analisis SWOT dalam menentukan strategi pemasaran yang tepat pada pembiayaan platform syariah PT.AIS sehingga dapat meningkatkan jumlah nasabah. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan analisis SWOT sebagai strategi pemasaran dengan mengetahui faktor internal dan eksternal dari perusahaan. Penelitian ini dilakukan secara langsung dengan observasi dilapangan , wawancara pihak internal PT. AIS dan dokumentasi. Hasil dari observasi dan wawancara diolah menjadi data dengan menggunakan matriks SWOT. Sehingga peneliti mengetahui faktor-faktor dari kendala yang terjadi dalam proses pemasaran serta dapat meminimalisis berbagai ancaman dari pihak eksternal .

Kata kunci : Strategi Pemasaran , Analisis SWOT dan Matriks IFE EFE.

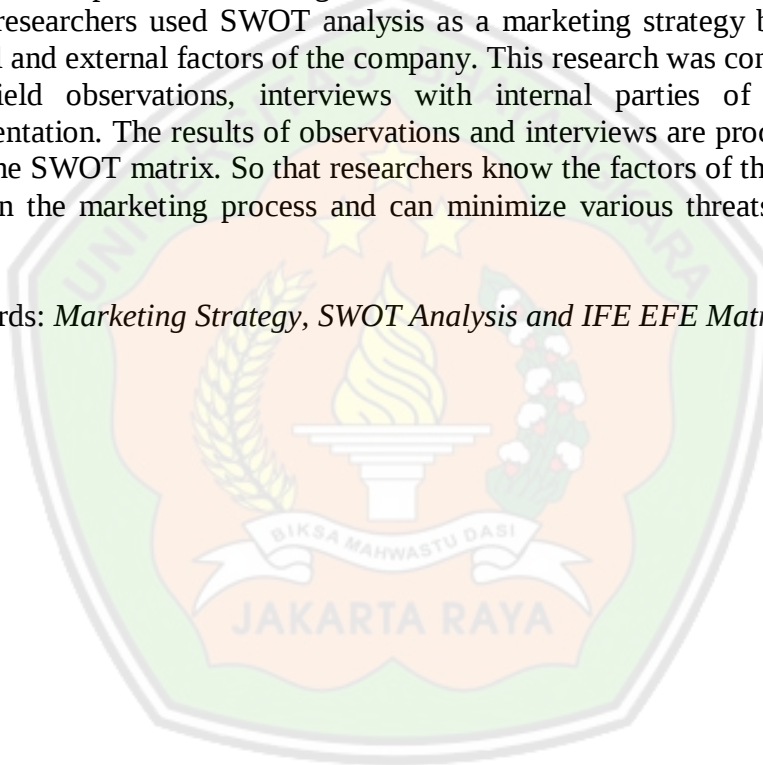


ABSTRACT

Milla Khauliya 201810325178. SWOT analysis in determining the marketing strategy on the Islamic platform financing of PT. AIS .

PT. AIS is a private company engaged in financial services with sharia principles. Inspired by the life of Indonesian micro-entrepreneurs who have big dreams of increasing their income, managing their finances, realizing their hopes, and increasing their capacity. PT. AIS presents financial services to realize this big dream in one sharia platform financing for medium and micro entrepreneurs in improving community welfare and business development. The purpose of the study was to find out the right marketing strategy for the PT.AIS sharia platform financing and to know the SWOT analysis in determining the right marketing strategy on the PT.AIS sharia platform financing so as to increase the number of customers. In this study, researchers used SWOT analysis as a marketing strategy by knowing the internal and external factors of the company. This research was conducted directly with field observations, interviews with internal parties of PT. AIS and documentation. The results of observations and interviews are processed into data using the SWOT matrix. So that researchers know the factors of the obstacles that occur in the marketing process and can minimize various threats from external parties.

Keywords: *Marketing Strategy, SWOT Analysis and IFE EFE Matrix.*



KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi untuk mencapai gelar Sarjana program studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini jauh dari kata sempurna dan tidak terlepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, maka penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Irjen Pol. (Purn) Dr. Drs. Bambang Karsono, S.H.,M.M. selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Dr. Istianingsih, SE., M.S.Ak. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Dr. Hadita, S.Pd.M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Dr. Hadita, S.Pd.M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi.
5. Indah Rizki Maulia, S.Psi.,M.M. selaku Dosen Pembimbing Akademik.
6. Seluruh Dosen-Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah mengajarkan ilmunya kepada penulis.Khamim Lufi dan Ibu Soimah selaku orang tua yang selalu memberikan dukungan dan doanya kepada penulis.
7. Windy Widyawati, Fitri Diana, Ririn Agustin sahabat yang selalu memberikan canda tawa,dan selalu ada di saat suka dan duka sejak awal kuliah sampai sekarang.
8. Calon suami yang tersayang Eryc Hidayat, S.T. , dan teman-teman program studi Manajemen angkatan 2018 yang telah selalu memberikan dukungan, motivasi serta doa kepada penulis.
9. Akhirnya, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah wawasan serta wacana keilmuan dan berguna bagi pihak-pihak yang membutuhkannya serta bagi penulis sendiri.

Jakarta, 30 Maret 2022



Milla Khauliya

DAFTAR ISI

	Halaman
JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRAK	vi
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Batasan Masalah	6
1.6 Sistematika Penulisan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Pengertian Pemasaran	8
2.2 Pengertian Strategi.....	8

2.3	Pengertian Strategi Pemasaran	9
2.4	Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	10
2.4.1	Produk (<i>product</i>)	10
2.4.2	Harga (<i>price</i>)	11
2.4.3	Tempat(<i>place</i>).....	11
2.4.4	Promosi (<i>promotion</i>)	12
2.5	Analisis SWOT	13
2.5.1	Unsur-Unsur Analisis SWOT	14
2.5.2	Faktor-Faktor Mempengaruhi SWOT	15
2.5.3	Matriks SWOT	15
2.6	Kerangka Pemikiran	18
2.7	Penelitian Terdahulu	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		33
3.1	Design Penelitian.....	33
3.2	Tahapan Penelitian.....	33
3.3	Model Konseptual Penelitian	34
3.4	Oprasionalisasi Variabel	34
3.5	Waktu Dan Tempat Penelitian	35
3.6	Teknik Pengambilan Populasi dan Sampel	35
3.6.1	Populasi	35
3.6.2	Sampel.....	35
3.7	Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.8	Metode Analisis Data	36
3.8.1	Sumber Data	36
3.9	Teknik Analisis Data	37
BAB IV HASIL ANALISA DAN PEMBAHASAN		38

4.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	38
4.1.1	Sejarah Perusahaan	38
4.1.2	Visi dan Misi Perusahaan	40
4.1.3	Produk dan Layanan PT.AIS	41
4.1.4	Keunggulan Produk Platform Syariah PT. AIS	41
4.1.5	Struktur Organisasi	42
4.1.6	Skema Layanan Pembiayaan PT. AIS	43
4.2	Hasil Penelitian.....	43
4.2.1	Financing Flow Process	44
4.2.2	Bauran Pemasaran PT. AIS	44
4.2.3	Analisis Strategi Pemasaran PT. AIS	45
4.2.4	Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah berdasarkan SWOT PT. AIS	47
4.3	Analisis SWOT.....	50
BAB V PENUTUP		63
5.1	Kesimpulan	63
5.2	Implikasi Manajerial	64
DAFTAR PUSTAKA.....		65



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Matriks SWOT	16
Tabel 2.2	Penelitian terdahulu	19
Tabel 4.1	IFAS Matriks	50
Tabel 4.2	EFAS Matriks	53
Tabel 4.3	Matriks IE.....	55
Tabel 4.2	Matriks SWOT PT AIS	57



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Perbedaan pembiayaan Konven dan Syariah	1
Gambar 2.1	Diagram Analisis SWOT	15
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran	18
Gambar 3.1	Gambar Konseptual	34
Gambar 4.1	Keunggulan Produk pembiayaan PT. AIS	42
Gambar 4.2	Diagram SWOT	56



DAFTAR LAMPIRAN

Lembar Wawancara.....	xiv
-----------------------	-----

