

ANALISIS SWOT TERHADAP STRATEGI PEMASARAN PRODUK
PEMBIAYAAN MURABAHAH PADA BPRS METRO MADANI KANTOR PUSAT
METRO

Oleh:

DEVI NOVITA APRILISTIANA (NPM 19650011)

Pembimbing I : Karnila Ali, B.Bus., M.P.A

Pembimbing II : Slamet Tedy Siswoyo, S.E., M.E.I.

Penerapan strategi pemasaran dapat dilakukan dengan menggunakan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) yang merupakan alat bagi pemasar yang terdiri dari berbagai unsur seperti *product* (produk), *price* (harga), *promotion* (promosi), dan *place* (tempat). Fungsi dari analisis SWOT dalam strategi pemasaran adalah untuk menganalisa mengenai kekuatan dan kelemahan strategi pemasaran pada produk pembiayaan yang dimiliki BPRS yang dilakukan melalui analisa terhadap kondisi internal pada BPRS.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji bagaimana penerapan analisis SWOT terhadap pemasaran produk pembiayaan murabahah pada BPRS Metro Madani Kantor Pusat Metro. Metode pengumpulan data peneliti menggunakan data wawancara, dan dokumentasi. Kemudian data yang sudah terkumpul dianalisis dengan deskriptif analisis, penyajian data dan ditarik kesimpulan dengan menggunakan metode kualitatif.

Analisis SWOT digunakan untuk melihat kekuatan (*stretght*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threat*) yang akan dihadapi oleh Bprs Metro Madani. Pemasaran produk pembiayaan *murabahah* dengan menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix*) sangat efektif dilakukan untuk lebih memahami strategi yang diajukan agar pemasaran dapat tercapai sesuai dengan apa yang diinginkan terlebih dahulu BPRS Metro Madani melakukan penilaian dengan analisis SWOT.

Kata kunci : Analisis SWOT, Strategi Pemasaran, Produk Pembiayaan Murabahah.

ABSTRACT