



**ANALISIS STRATEGIS PEMASARAN PADA BANK BRI
UNIT PANDANGAN KECAMATAN KRAGAN
KABUPATEN REMBANG**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan jenjang pendidikan
Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi
Universitas Muria Kudus

Diajukan Oleh :

Galuh Hadie Susetyo

NIM. 2010-11-053

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI**

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

TAHUN 2016

**ANALISIS STRATEGIS PEMASARAN PADA BANK BRI UNIT
PANDANGAN KECAMATAN KRAGAN KABUPATEN REMBANG**

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus



MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

1. Mereka itulah orang yang dibalasi dengan martabat yang tinggi (dalam syurga) karena kesabaran mereka dan mereka disambut dengan penghormatan dan ucapan selamat di dalamnya (Q.S. Al-Furqaan;75).
2. Allah memberikan hikmah (ilmu yang berguna) kepada siapa yang dikehendakNya. Barang siapa yang mendapat hikmah itu sesungguhnya ia telah mendapat kebijakan yang banyak dan tidaklah mendapat peringatan, melainkan orang-orang yang berakal (QS. Al – Baqoroh;269)

PERSEMBAHAN :

1. Kedua orang tuaku tercinta
2. Teman-teman
3. Almamater UMK

KATA PENGANTAR

Syukur Kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat, serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul : **“ANALISIS STRATEGIS PEMASARAN PADA BANK BRI UNIT PANDANGAN KECAMATAN KRAGAN KABUPATEN REMBANG”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi program Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus.

Keberhasilan penelitian ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang menjadi motivasi penulis untuk menyelesaikan penelitian ini. Oleh karena itu dengan ketulusan hati penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya sehingga terwujudnya skripsi ini, kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. Drs. H. Mochamad Edris, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Muria Kudus yang telah memberi ijin untuk mengadakan penelitian dalam penulisan skripsi.
2. Bapak Dr. Drs. Ag. Sunarno H, SH, S.Pd, MM, selaku dosen pembimbing I yang telah banyak memberikan petunjuk, bimbingan dan arahan hingga terselesaiannya penulisan skripsi ini.
3. Ibu Dian Wismar'ein, SE, MM, selaku dosen pembimbing II yang telah banyak memberikan petunjuk, bimbingan dan arahan hingga terselesaiannya penulisan skripsi ini.
4. Bapak Noor Aziz, SE, MM, selaku Ketua Program Studi pada Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus yang telah memberikan ijin untuk melakukan penelitian serta memberikan keterangan yang penulis perlukan dalam penulisan skripsi ini.

5. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus yang telah banyak memberikan bekal ilmu kepada penulis.
6. Kedua orangtua dan keluarga besarku yang telah memberikan bantuan do'a restu dorongan maupun moril dan meteriil sehingga skripsi ini dapat selesai.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Penulis dengan senang hati menerima saran dan kritik untuk perkembangan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat adanya bagi siapapun. Terima kasih semoga Tuhan memberkati kita semua. Amin.

Kudus, 2016

Galuh Hadie Susetyo

NIM. 2010-11-053

ABSTRAKSI

“ANALISIS STRATEGIS PEMASARAN PADA BANK BRI UNIT PANDANGAN KECAMATAN KRAGAN KABUPATEN REMBANG”

Oleh : Galuh Hadie Susetyo

NIM. 2010.11.053

Di tengah kondisi persaingan yang sangat kompetitif, BRI sebagai lembaga yang boleh dibilang baru dikalangan masyarakat, perlu menetapkan strategi-strategi yang tepat agar kehadirannya dapat memperoleh respon positif dari masyarakat. Oleh karena itu banyak mengetahui beberapa problematika yang ada di Bank BRI Unit Pandangan Kecamatan Kragan Kabupaten Rembang digunakan metode analisis SWOT. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pemasaran, serta bertujuan menganalisis strategi pemasaran.

Data yang akan dikumpulkan yaitu data internal dan data eksternal. Metode pengumpulan data yaitu wawancara, kuesioner dan dokumentasi. Sampel penelitian diambil sebanyak 97 responden dari pihak nasabah dan 4 responden dari pihak perbankan. Analisis data menggunakan analisis SWOT.

Berdasarkan hasil penelitian diambil kesimpulan bahwa banyak bank komersil yang menyediakan produk dan jasa yang berkualitas tinggi. Semakin tinggi tingkat kriminal maka akan menjadi ancaman bagi perusahaan. Bank-Bank pesaing menjadi ancaman yang penting karena bank-bank tersebut memiliki produk dan jasa yang bermutu bagi nasabahnya. Kebijakan pemerintah cukup berpengaruh terhadap perluasan jumlah-jumlah unit bank yang disebarluaskan. Faktor ancaman terendah perusahaan yaitu tarif bank pesaing yang lebih kompetitif. Bank BRI Unit Pandangan Kecamatan Kragan Kabupaten Rembang dapat berhasil dalam menjalani peranan sebagai perusahaan yang menyediakan produk dan jasa karena mampu menarik keuntungan dari peluang internal.

Kata kunci : *strength, weakness, opportunity, threat* (SWOT)

ABSTRACT

"STRATEGIC MARKETING ANALYSIS UNIT VIEWS ON BANK BRI KRAMAN SUB DISTRICT REMBANG"

By : Galuh Hadie Susetyo

NIM. 2010.11.053

In the midst of a highly competitive competition, BRI as a new institution that arguably among the public, need to establish appropriate strategies so that its presence can obtain a positive response from the public. Therefore many know some of the problems that exist in the District Bank BRI view Kraman Rembang SWOT analysis method. The purpose of this study to determine how big strengths, weaknesses, opportunities, and threats marketing, and aims to analyze the marketing strategy. Data to be collected is internal data and external data. Methods of data collection are interviews, questionnaires and documentation. Samples were taken as many as 97 respondents from the customer and 4 respondents from banks. Data analysis using SWOT analysis.

Based on the research results drawn a conclusion that many commercial banks that provide products and services of high quality. The higher the level of crime it will be a threat to the company. Banks competitors a significant threat because these banks have the quality of products and services for its customers. Government policies enough to affect the expansion of the bank unit amounts distributed. Lowest threat factor company that competitors bank rates more competitive. Bank BRI view Kraman District of Rembang can succeed in living a role as a company that provides products and services because it is able to take advantage of internal opportunities.

Keywords: Strength, Weakness, Opportunity, Threat (SWOT).

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
RINGKASAN / ABSTRAKSI	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	2
1.2. Ruang Lingkup	3
1.3. Perumusan Masalah	4
1.4. Tujuan Penelitian	4
1.5. Kegunaan Penelitian	5
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. Pemasaran	7
2.1.1. Pengertian Pemasaran	7
2.1.2. Tujuan Pemasaran	9
2.1.3. Lingkungan yang Mempengaruhi Pemasaran	10
2.1.4. Manajemen Pemasaran	13
2.1.5. Strategi Pemasaran	19
2.2. Pengertian Analisis SWOT	30

2.2.1. Identifikasi Lingkungan Eksternal dan Internal	33
2.2.2. Posisi Bank Menurut Matriks <i>Environmental Threat Opportunity Profile</i> (ETOP)	36
2.2.3. Posisi Bank Menurut Matriks <i>Strength Weakness, Opportunity Threat</i> (SWOT)	37
2.2.4. Matriks Daya Tarik Industri (MDTI)	
2.2.5. Posisi Bank Menurut Matriks IFE-EFE	37
2.3. Kerangka Pemikiran	38
BAB. III. METODE PENELITIAN	41
3.1. Rancangan Penelitian	46
3.2. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	45
3.3. Jenis dan Sumber Data	45
3.4. Populasi dan Sampel	48
3.5. Pengumpulan Data	49
3.5.1. Dokumentasi	50
3.5.2. Kuesioner	50
3.6. Uji Instrumen	50
3.6.1. Uji Validitas	51
3.6.2. Uji Reliabilitas	51
3.7. Pengolahan Data	51
3.8. Analisis Data	52
3.8.1. Matriks Evaluasi Faktor Internal (IFE)	53
3.8.2. Matris Evaluasi Faktor Eksternal (EFE)	54
3.8.3. Implikasi Strategis	54

BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	51
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	59
4.1.1. Sejarah Singkat Berdirinya BRI (Persero)	59
4.1.2. Visi dan Misi Perusahaan	59
4.1.3. Produk yang Ditawarkan oleh Perusahaan	63
4.2.Uji Instrumen.....	64
4.3.Analisis Data.....	66
4.3.1. Matris Eevalyasi Faktor Internal (<i>Internal Factor Evaluation-IFE</i>)	73
4.3.2. Analisis tentang IFE (Kekuatan) Per Faktor	
4.3.3. Analisis tentang IFE (Kelemahan) per Faktor	76
4.3.4. Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (<i>External Factor Evaluation-EFE</i>)	83
4.3.5. Analisis tentang EFE (Peluang) per Faktor	
4.3.6. Analisis tentang EFE (Ancaman) per Faktor.....	89
4.4.Pembahasan.....	94
BAB V. PENUTUP	97
5.1. Kesimpulan	100
5.2. Saran	101
DAFTAR PUSTAKA	102
LAMPIRAN	102
	103

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Tinjauan Penelitian terdahulu.....	39
Tabel 4.1. Analisis Validitas Internal	67
Tabel 4.2. Analisis Validitas Variabel Eksternal	68
Tabel 4.3. Hasil Analisis Reliabilitas	69
Tabel 4.4. Frekuensi Variabel Internal (Kekuatan)	70
Tabel 4.5. Frekuensi Variabel Internal (Kelemahan)	71
Tabel 4.6. Frekuensi Variabel Eksternal (Peluang)	72
Tabel 4.7. Frekuensi Variabel Eksternal (Ancaman)	73
Tabel 4.8. Matriks Evaluasi Faktor Internal (Internal Factor Evaluation-IFE)	74
Tabel 4.9. Matriks Evaluasi Faktor Internal (<i>Internal Factor</i> <i>Evaluation-IFE</i>)	82
Tabel 4.10. Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (<i>Internal Factor</i> <i>Evaluation-IFE</i>)	87
Tabel 4.11. Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (<i>External Factor</i> <i>Evaluation-EFE</i>)	92

DAFTAR GAMBAR**Halaman**

Gambar 2.1.	Diagram Analisis SWOT	31
Gambar 2.2.	Identifikasi Lingkungan Eksternal dan Internal	33

