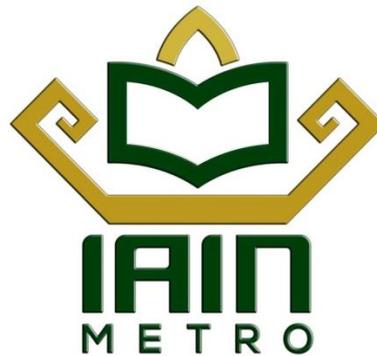


**SKRIPSI**

**IMPLEMENTASI BAURAN PEMASARAN UNTUK MENGEMBANGKAN  
TOKO DENGAN METODE ANALISIS SWOT  
(Study Kasus di Toko Variasi Mobil Bintang Variasi)**

**Oleh :**

**HELGA FADHILLAH ROHMAN  
NPM. 2003011042**



**Jurusan Ekonomi Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO  
1445 H / 2024 M**

**IMPLEMENTASI BAURAN PEMASARAN UNTUK MENGEMBANGKAN  
TOKO DENGAN METODE ANALISIS SWOT  
(Study Kasus di Toko Variasi Mobil Bintang Variasi)**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Dan Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh :

**HELGA FADHILLAH ROHMAN**  
NPM. 2003011042

Pembimbing : Rina El Maza, S.H.I, M.S.I

Jurusan Ekonomi Syariah  
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO**  
**1445 H / 2024 M**

## NOTA DINAS

Nomor : -  
Lampiran : 1 (satu) berkas  
Perihal : **Pengajuan Permohonan untuk dimunaqosyahkan**

Kepada Yth,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
IAIN Metro  
Di-  
Tempat

### *Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Setelah kami adakan pemeriksaan dan bimbingan seperlunya maka Skripsi yang disusun oleh:

Nama : Helga Fadhillah Rohman  
NPM : 2003011042  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Judul Skripsi : IMPLEMENTASI BAURAN PEMASARAN UNTUK MENGEMBANGKAN TOKO DENGAN METODE ANALISIS SWOT (Study Kasus di Toko Variasi Mobil Bintang Variasi)

Disetujui dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam untuk dimunaqosyahkan. Demikian harapan kami dan atau penerimaannya, kami ucapkan terima kasih.

### *Wassalamu'alaikum Wr.Wb*

Metro, 13 Juni 2024  
Dosen Pembimbing



**Rina El Maza, S.H.I, M.S.I**  
NIP. 19840123 200912 2 003

## HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : IMPLEMENTASI BAURAN PEMASARAN UNTUK  
MENGEMBANGKAN TOKO DENGAN METODE  
ANALISIS SWOT (Study Kasus di Toko Variasi Mobil  
Bintang Variasi)

Nama : Helga Fadhillah Rohman

NPM : 2003011042

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi Syariah

## MENYETUJUI

Untuk di Munaqosyahkan dalam sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi  
dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro.

Metro, 13 Juni 2024  
Dosen Pembimbing



**Rina El Maza, S.H.I, M.S.I**  
NIP. 19840123 200912 2 003



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

**PENGESAHAN SKRIPSI**

No. : B-2123/111-28-3/D/PP-00-9/07/2024.

Skripsi dengan Judul: IMPLEMENTASI BAURAN PEMASARAN UNTUK MENGEMBANGKAN TOKO DENGAN METODE ANALISIS SWOT (Study Kasus di Toko Variasi Mobil Bintang Variasi), disusun Oleh: HELGA FADHILLAH ROHMAN, NPM: 2003011042, Jurusan: Ekonomi Syariah telah diujikan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada Hari/Tanggal: Selasa/25 Juni 2024.

**TIM PENGUJI:**

Ketua/Moderator : Rina El Maza, S.H.I.,M.S.I

Penguji I : Suci Hayati, S.Ag.,M.S.I

Penguji II : Liana Dewi Susanti, M.E.Sy

Sekretaris : Agus Alimuddin, M.E.

(.....)  
(.....)  
(.....)  
(.....)

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



**Dr. Mat Jalil, M.Hum**  
NIP. 19620812 199803 1 001

**ABSTRAK**  
**IMPLEMENTASI BAURAN PEMASARAN UNTUK MENGEMBANGKAN**  
**TOKO DENGAN METODE ANALISIS SWOT**  
**(Study Kasus di Toko Variasi Mobil Bintang Variasi)**

Oleh :

**HELGA FADHILLAH ROHMAN**  
**NPM. 2003011042**

Di era yang semakin maju ini menuntut secara tidak langsung kepada pemimpin sebuah perusahaan untuk bisa melakukan perubahan agar bisa bersaing dengan usaha yang sejenis. Dalam melakukan perubahan tersebut dilakukan bauran pemasaran (*marketing mix*) dengan tujuan agar bisa melakukan langkah yang tepat dalam menentukan produk yang akan di jual harga yang cocok serta promosi yang akan dilakukan dan tempat yang dijadikan bersaingnya mendapatkan konsumen. Dengan ini dapat membantu dalam melakukan strategi pemasaran yang cocok. Selain itu juga penelitian ini menggunakan penelitian *field reserch* yang dilakukan langsung menggunkan wawancara kepada pemilik toko dan juga karyawan yang bekerja di toko agar bisa mendapat informasi yang real sesuai dengan kenyataan yang ada di lapangan

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana implementasi bauran pemasaran dan analisis SWOT dalam mengembangkan toko agar bisa terus melakukan inovasi baru dan terus berkembang melalui management sistem bagi hasil dan sistem pemesanan dan analisis SWOT melalui kekuatan dan peluang apa yang dapat dimaksimalkan di toko ini, sehingga dapat terus bersaing dengan toko sejenis yang semakin banyak bertebaran di daerah sekitar toko variasi mobil bintang variasi ini.

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang dilakukan dengan adanya baurn pemasaran dapat dilakukan potensi apa yang menjadi ciri khusus yang dimiliki toko dibandingkan pesaingnya melalui produk, harga, promosi dan tempat toko ini di unggulkan dari sisi produk dan harga dibandingkan pesaingnya ditemoat lain. Selain dari sisi internal dan ekstrnal didukung oleh diagram kartesius sebagai pendukung dari kajian analisis di toko ini. Matrix SWOT menunjukan bahwasannya kekuatan dan peluang yang di miliki toko ini akan bisa lebih berkembang apabila di maksimalkan potensinya dengan baik, sehingga akan terus bersaing dengan toko yang sejenis.

**Kata Kunci:** *Implementasi bauran pemasaran, Analisis SWOT, Pengembangan Toko*

## ORISINILITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Helga Fadhillah Rohman

NPM : 2003011042

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa Skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, 13 Juni 2024  
Yang menyatakan



Helga Fadhillah Rohman  
NPM. 2003011042

## MOTTO

لِكَيْلَا تَأْسَوْا عَلَىٰ مَا فَاتَكُمْ وَلَا تَفْرَحُوا بِمَا آتَاكُمْ وَاللَّهُ لَا يُحِبُّ كُلَّ مُخْتَالٍ  
فَخُورٍ ۚ ۲۳

Artinya: “(Kami jelaskan yang demikian itu) supaya kamu jangan berduka cita terhadap apa yang luput dari kamu, dan supaya kamu jangan terlalu gembira terhadap apa yang diberikan-Nya kepadamu. Dan Allah tidak menyukai setiap orang yang sombong lagi membanggakan diri” (Q.S. Surah Al-Hadid Ayat 23).

## **PERSEMBAHAN**

Dengan penuh rasa syukur kepada Allah Subhanallah Wata'ala yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, maka peneliti persembahkan Skripsi ini sebagai ungkapan rasa hormat dan cinta kasih sayang yang tulus kepada:

1. Kedua orang tuaku, Bapak Rudi Rohman dan Ibu Erlina Sri Widiyanti yang telah memberikan doa, dukungan, semangat, bantuan serta kasih sayang yang tiada hentinya kepada peneliti menyelesaikan skripsi ini,
2. Kepada Adik kandungku, Syifa Salsabila yang senantiasa telah memberikan dukungan, semangat, senyuman, dan doa kepada peneliti,
3. Ibu Rina El-Mazza S.H.I, M.S.I selaku dosen pembimbing skripsi, yang telah memberikan bimbingan berharga dalam mengarahkan, memotivasi peneliti untuk penyelesaian skripsi ini.
4. Sahabat-sahabatku Deni, Hendri, Nanda, Asep, Rizky dan teman-teman kelas Esy C angkatan 2020 yang telah memberikan dukungan dan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Almamater IAIN Metro yang menjadi tempat penulis menuntut ilmu.
6. Terakhir untuk diriku sendiri, Helga Fadhillah Rohman yang telah berjuang, trimakasih atas semua upaya yang sudah di jalani dari awal hingga saat ini. Melalui ujian dan cobaan yang berat namun bisa bertahan melalui ini semua. Ini menjadi sebuah pencapaian yang harus di banggakan serta patut di syukuri tentunya untuk diri saya sendiri.

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr.Wb*

Puji syukur peneliti haturkan kehadiran Allah SWT, atas hidayah dan inayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan Skripsi ini. Penulisan Skripsi ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Metro guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dalam upaya penyelesaian Skripsi ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya peneliti mengucapkan terima kasih kepada

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Siti Nurjanah, M.Ag., PIA Selaku Rektor IAIN Metro.
2. Bapak Dr. Mat Jalil, M.Hum. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam.
3. Bapak Yudhistira Ardana, M.E.Ka. Selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah.
4. Ibu Rina El Maza, S.H.I.,M.S.I. Selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan yang sangat berharga kepada peneliti.
5. Bapak dan Ibu Dosen/Karyawan IAIN Metro yang telah memeberikan ilmu pengetahuan dan sarana prasarana selama peneliti menempuh pendidikan.

Kritik dan saran demi perbaikan Skripsi ini sangat diharapkan dan akan diterima dengan lapang dada. Dan akhirnya semoga Skripsi ini kiranya dapat bermanfaat bagi pengembangan Ilmu Ekonomi Syariah.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb.*

Metro, 5 November 2023  
Peneliti,



**Helga Fadhillah Rohman**  
NPM. 2003011042

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>NOTA DINAS</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>ORISINILITAS PENELITIAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>viii</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan dan Tujuan Masalah.....	6
C. Manfaat Penelitian .....	6
D. Penelitian Relevan .....	7
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Implementasi Bauran Pemasaran ( <i>marketing mix</i> ) .....	11
1. Pengertian Bauran Pemasaran .....	11
2. Tujuan Bauran Pemasaran .....	12
3. Manfaat Bauran Pemasaran .....	12
4. Indikator Bauran Pemasaran.....	12
B. Pengembangan usaha.....	16
1. Pengertian Pengembangan Usaha .....	16
2. Unsur-unsur Pengembangan Usaha .....	15
3. Indikator Pengembangan Usaha .....	17

C.	Analisis SWOT .....	18
1.	Pengertian Analisis SWOT .....	18
2.	Tujuan Analisis SWOT .....	19
3.	Fungsi Analisis SWOT .....	19
4.	Aspek SWOT (Strenght, Weakness, Opportunity, Threath...)	20
5.	Langkah-langkah Penerapan Analisis SWOT .....	21
6.	Metode yang Digunakan dalam Analisis SWOT .....	22
 <b>BAB III METODE PENELITIAN</b>		
A.	Jenis Dan Sifat Penelitian .....	23
B.	Data dan Sumber Data .....	24
C.	Teknik Pengumpulan Data.....	25
D.	Teknik Penjamin Keabsahan Data .....	26
E.	Teknik Analisa Data .....	27
 <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>		
A.	Profil Toko Variasi Mobil Bintang Variasi.....	30
1.	Gambaran Profil Toko Variasi Mobil Bintang Variasi .....	30
2.	Visi dan Misi Toko Variasi mobil bintang variasi .....	31
B.	Penyajian dan Analisis Data.....	32
1.	Implementasi Bauran Pemasaran Dalam Mengembangkan Toko Variasi Mobil Bintang Variasi.....	33
2.	Metode Analisis SWOT Dalam Mengembangkan Toko Variasi Mobil Bintang Variasi .....	39
C.	Penerapan Bauran Pemasaran Untuk Mengembangkan Toko Dengan metode Analisis SWOT.....	42
1)	Sistem penjualan produk yang diterapkan di toko variasi mobil bintang variasi.....	44
2)	Analisis SWOT Dalam Mengembangkan Toko Variasi Mobil Bintang Variasi .....	45
D.	Penerapan Hasil Bauran Pemasaran Untuk Mengembangkan Toko Dengan Menggunakan Metode Analisis SWOT .....	55

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

A. Kesimpulan .....	59
B. Saran .....	59

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

**RIWAYAT HIDUP**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data penjualan produk di toko Variasi Mobil Bintang Variasi Bulan Mei–Oktober 2023 .....	3
Tabel 1.2 Penelitian relevan .....	7
Tabel 4.1 Struktur organisasi di toko variasi mobil bintang variasi .....	32
Tabel 4.2 Tabel 4.2 IFAS dan EFAS Analisis Faktor-Faktor Internal dan Eksternal di Toko Variasi Mobil Bintang Variasi .....	51
Diagram Matrix SWOT.....	54

## **DAFTAR LAMPIRAN**

1. SK Pembimbing Skripsi
2. Outline
3. Alat Pengumpulan Data (APD)
4. Surat Izin Pra Survey
5. Surat Izin Research
6. Surat Keterangan Lulus Plagiasi
7. Surat Keterangan Bebas Pustaka
8. Formulir Konsultasi Bimbingan Skripsi
9. Dokumentasi
10. Daftar Riwayat Hidup

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Meningkatnya perkembangan perekonomian di Indonesia saat ini membuat persaingan bisnis yang dihadapi perusahaan menjadi semakin ketat, sehingga menuntut manajemen harus lebih cermat dalam menentukan strategi bersaing agar dapat memenangkan persaingan yang dihadapi perusahaan.

Persaingan yang semakin luas menyebabkan harus adanya strategi pemasaran yang dapat membuat usahanya tetap berkembang. Para pelaku bisnis dituntut untuk menghasilkan produk yang berkualitas dengan harga yang tepat. Selain itu pelaku bisnis juga harus mengikuti perkembangan pasar supaya mengetahui keinginan konsumen yang selalu berubah sesuai dengan perkembangan zaman.<sup>1</sup>

Hasil akan didapatkan pelaku usaha secara optimal bila dilakukan semaksimal mungkin dan bisa melebihi kemampuan para pesaingnya dalam memuaskan para konsumen.<sup>2</sup> Salah satu cara agar pelanggan tetap memilih setia adalah dengan membuat perbedaan yang unggul antara toko yang satu dengan toko yang lain, seperti halnya melengkapi produk-produk tertentu pada saat para pesaing tidak memiliki produk yang dicari konsumen.

---

<sup>1</sup> Muhammad Furqon, "Analisis Penerapan Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Pendapatan Usaha: Studi Pada Toko Emas Barokah Turen Malang Jawa Timur" (2019).

<sup>2</sup> Susi Melinasari et al., "*Aspek-Aspek Bauran Pemasaran (Marketing Mix)*" (2023).

Mewujudkan pemasaran yang sukses tidak dapat dipisahkan dari kemampuan manajemen usaha itu sendiri, dalam hal ini adalah kemampuan pengusaha untuk mengelola dan mengontrol secara tepat instrumen pemasaran yaitu marketing mix. Bauran pemasaran hanya dapat dikendalikan oleh pemilik perusahaan ataupun toko untuk menjalankan strategi pemasaran dalam upaya mencapai tujuan perusahaan di dalam pasar sasaran tertentu.<sup>3</sup>

Dengan menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix*) 4P produk (*product*), harganya (*price*), promosi (*promotion*), dan tempat (*place*). Keputusan-keputusan tentang setiap unsur seharusnya konsisten dan terpadu dengan keputusan pada tiga unsur yang lain, keempat komponen ini sering disebut sebagai bauran pemasaran (*marketing mix*).<sup>4</sup>

Sejalan dengan aktivitas tersebut bisnis penyediaan barang dan jasa bertujuan untuk menghasilkan *profit* (laba). Suatu perusahaan dikatakan menghasilkan laba apabila total penerimaan pada suatu periode lebih besar dari total *total cost* (total biaya) pada periode yang sama.

Variasi mobil sendiri bukanlah hal baru di telinga masyarakat. Khususnya variasi mobil tujuan dari konsumen ke toko variasi mobil sebagai media mengekspresikan diri, untuk memuaskan kepercayaan diri, menunjang gaya hidup, serta ada juga yang digunakan sebagai standar kemewahan seseorang. Munculnya berbagai macam bentuk model dan juga produk terbaru menjadi alasan toko variasi ini di minati banyak kalangan masyarakat menengah ke

---

<sup>3</sup> Shafina Monita Dzulaiha, Lalu Sukardi, and Agus Purbathin Hadi, "Strategi Pengembangan Usaha Agroindustri Kerupuk Kulit Di Kecamatan Mataram," *Agroteksos* Vol. 30, No. 3 (2020): 149–160.

<sup>4</sup> Melinasari et al., "Aspek-Aspek Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)."<sup>3</sup> (2023)

atas. Toko variasi mobil bintang variasi merupakan salah satu toko yang sudah ada cukup lama di Kecamatan pekalongan Kabupaten Lampung timur. Toko Variasi Mobil Bintang Variasi ini yang merupakan suatu perusahaan jenis toko yang bergerak dibidang penjualan produk suku cadang dan *Accessories* mobil atau *spare part* dan variasi mobil.<sup>5</sup>

Dengan semakin berkembangnya toko-toko pesaing membuat toko variasi mobil ini terganggu dari sisi penjualan produk dan juga pendapatan di setiap bulan nya. Oleh karena perlu dilakukan analisis untuk mengatasi hal tersebut diperlukan strategi pemasaran yang baik dalam mempertahankan eksistensi suatu penjualan.

Apabila dilihat dari data ekonomi republika.com berdasarkan persentase penjualan produk otomotif di Indonesia pada tahun 2022-2023 di Indonesia berada di kisaran antara 10 - 30 % per tahunnya.<sup>6</sup>

**Tabel 1.1**  
**Data penjualan produk di toko Variasi Mobil Bintang Variasi**  
**Bulan Mei – Oktober 2023**

No.	BULAN	JUMLAH PRODUK	JUMLAH PENDAPATAN
1	Mei	12 produk	Rp. 7.350.000
2	Juni	15 produk	Rp. 8.850.000
3	Juli	7 produk	Rp. 5.275.000
4	Agustus	4 produk	Rp. 4.200.000
5	September	10 produk	Rp. 6.550.000
6	Oktober	13 produk	Rp. 7.775.000

*Sumber: Data Primer dari Variasi Mobil Bintang Variasi*

<sup>5</sup> Najla, Isnin, 2023, “Manajemen Strategi Usaha Spare Part Mobil Pada Toko Lovtha Motor Pelaihari Ditinjau Dari Ekonomi Islam”.

<sup>6</sup> Bisnis Aksesories Mobil Mengalami Peningkatan, “Ekonomi Republika.co.id”, 2023.

Dari Tabel data diatas, terdapat permasalahan diantaranya terjadi ketidak setabilan penjualan produk serta pendapatan yang tidak stabil selama enam bulan ke belakang di toko variasi ini. Faktor yang terlihat jelas diantaranya penjualan barang via offline saja, faktor ketersediaan produk, dan persaingan toko yang sejenis. Dalam hal ini, terdapat persaingan usaha yang jaraknya tidak begitu jauh yang kondisinya lebih baik dalam sisi penjualan maupun pendapatannya dibandingkan toko variasi mobil bintang variasi ini.

Terlepas dari permasalahan yang dihadapi toko Bintang Variasi ini lebih diunggulkan di bandingkan dengan toko usaha sejenis diantaranya yaitu: harga yang lebih bersaing, pelayanan konsumen yang lebih baik, serta dalam pengerjaan yang lebih ulet dan telaten.

Hal ini yang menjadikan peneliti melakukan penelitian di toko variasi mobil ini untuk melakukan analisis mengapa toko variasi mobil bintang variasi ini kalah dalam persaingan dibanding toko yang menjalankan usaha sejenis. Tujuannya mengembangkan toko variasi ini agar bisa terus bersaing, dengan melakukan analisis implementasi bauran pemasaran (*marketing mix*) Serta melakukan analisis dari sisi (*Strength*) kekuatan, (*Weakness*) kelemahan, (*Opportunities*) kesempatan atau peluang, dan (*Threats*) ancaman.<sup>7</sup>

Metode analisis SWOT ini digunakan sebagai analisis data dengan melakukan analisis internal dan eksternal, Matrix SWOT dan diagram Matrix SWOT di toko variasi mobil bintang variasi sehingga dapat menentukan

---

<sup>7</sup> Ananda Mega Pratiwi and Abdur Rohman, "Penerapan Strategi Digital Marketing Dalam Meningkatkan Omset Dengan Pendekatan Analisis Swot Perspektif Marketing Syariah Pada Toko Fihadaessie Surabaya," *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)* 6, No. 1 (2023): 881–898.

langkah-langkah strategi yang tepat guna mengembangkan toko untuk meraih tujuan.<sup>8</sup>

Dengan melakukan analisis matrix SWOT dan diagram kartesius melalui analisa EFAS dan IFAS dilakukan analisis lebih lanjut terhadap yang menjadi kelebihan, kekurangan peluang dan ancaman yang akan terjadi. Serta menemukan potensi apa yang dapat dikembangkan toko tersebut agar dapat keluar dari permasalahan yang terjadi

Dengan dilakukan bauran pemasaran (*marketing mix*) maka akan di Analisis dari sisi produk (*product*), harganya (*price*), promosi (*promotion*), dan tempat (*place*). Potensi yang dapat di kembangkan untuk dimaksimalkan dari sisi produk dan promosi agar meningkatkan pendapatan toko serta di dukung dengan kekuatan (*Strenght*) dan peluang (*Opportunities*) sehingga dapat meminimalisir kekurangan (*Weakness*) dan ancaman (*Threats*) yang akan terjadi di masa yang akan datang. Di harapkan dengan dilakukan analisis ini menjadi sebuah solusi dari pemasalahan yang di hadapi toko tersebut.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul

**“Implementasi Bauran Pemasaran Untuk Mengembangkan Toko Dengan Metode Analisis Swot (Study Kasus Di Toko Variasi Mobil Bintang Variasi)”.**

---

<sup>8</sup> Kaivita Nahwi, M Ansyar Bora, and Widi Nugraha, “Penentuan Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Kaca Film Mobil Di AutoFarel Variasi Pasca Pandemi Menggunakan Analisis Swot,” *Jurnal Management Rekayasa Dan Inovasi Bisnis* Vol 1, No. 1 (2022): 1-10.

## **B. Pertanyaan Penelitian dan Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat diambil rumusan masalah dengan judul Implementasi Bauran Pemasaran Untuk Mengembangkan Toko Dengan Metode Analisis Swot (Study Kasus Di Toko Variasi Mobil Bintang Variasi)” sebagai berikut:

Bagaimana proses Implementasi bauran pemasaran Untuk Mengembangkan Toko Variasi mobil Dengan Metode Analisis SWOT?

Tujuan dari penelitian yang dilakukan ini antara lain:

Untuk mengetahui proses implementasi bauran pemasaran Untuk Mengembangkan Toko Variasi mobil Dengan Metode Analisis SWOT.

## **C. Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini dapat digunakan untuk memberikan informasi sekaligus menjadi referensi yang bermanfaat bagi pembaca, serta salah satu sumber keilmuan dalam mengatasi masalah yang serupa di masa yang akan datang. Serta dapat menambah wawasan sumber ilmu pengetahuan dalam Ilmu Ekonomi Syariah terhadap Implementasi Bauran Pemasaran Untuk Mengembangkan Toko Dengan Metode Analisis Swot.

### **2. Manfaat Praktis**

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan bahan acuan yang bermanfaat bagi Toko Bintang Variasi dalam melakukan implementasi bauran pemasaran yang baik kedepannya, serta penerapan dari analisis SWOT khususnya mengenai potensi yang dapat

dilakukan di toko sesuai dengan apa yang menjadi kelebihan dan potensi peluang usaha untuk pengembangan usaha di toko variasi mobil dapat semakin berkembang lagi kedepannya.

#### D. Penelitian Relevan

**Tabel 1.2**

NO.	Nama Peneliti, Judul Jurnal/ Skripsi/ Tesis	Hasil Penelitian	Persamaan / Perbedaan
1	Muhammad Ikhsan yang berjudul Implementasi Strategi Pemasaran dengan Menggunakan Metode SWOT dalam Upaya meningkatkan Penjualan Produk di CV. Maju JayaBeton. Pada tahun (2022). <sup>9</sup>	Penelitian ini menerapkan strategi pemasaran dengan metode SWOT untuk meningkatkan penjualan Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman perusahaan. Penelitian ini dilakukan di lokasi CV. Maju Djaya Beton di Singosari, Malang, Jawa Timur	Persamaan nya yaitu sama-sama mengembangkan toko dalam melakukan penjualan produk. Sama sama menggunakan Analisis SWOT dan tehnik pengumpulan data, data primer, dan wawancara serta menggunakan data kualitatif. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data, data primer, secara langsung di lapangan dengan cara wawancara dan pengamatan atau observasi.  Perbedaan nya adalah penelitian terdahulu melakukan strategi pemasaran dalam penjualan produk sedangkan peneliiyan saat ini melakukan pengembangan toko

<sup>9</sup>Muhammad Ikhsan, Muhammad Mansur, and Budi Wahono, "Implementasi Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Metode Swot Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk Di CV. Maju Djaya Beton," *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen* Vol.11, No. 12 (2022).

NO.	Nama Peneliti, Judul Jurnal/ Skripsi/ Tesis	Hasil Penelitian	Persamaan / Perbedaan
			dalam usaha menyetabilkan kembali penjualan produk dan menyetabilkan pesamaanya sama-sama pendapatan toko. Perbedaan objek, lokasi dan yang diteliti serta pada kali ini hanya akan berfokus kepada penerapan management strategi syariah dan analisis SWOT dalam melakukan strategi yang tepat agar perkembangan toko variasi mobil bintang variasi menjadi lebih baik.
2.	Analisis Penerapan Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Pendapatan Usaha  (Studi Pada Toko Emas Barokah Turen Malang Jawa Timur). <sup>10</sup>	Penelitian ini menerapkan strategi bauran pemasaran berdasarkan analisis SWOT dengan menganalisis bagaimana penerapan bauran pemasaran dilakukan di toko emas yang sudah ada sejak dari tahun 1990 yang mengalami pemudaran brending karna persaingan toko emas sejenis yang semakin berkembang.namun dengan dilakukan pemasaran melalui promosi dan	Persamaannya yaitu, sama-sama mengalami permasalahan dalam melakukan penjualan produk dan tidak stabilnya penjualan dan juga pendapatan karena adanya persaingan toko dengan penjjualan yang sejenis. Serta di lakukan bauran pemasaran dalam melakukan analisis potensi apa yang dapat dikembangkan sehinggan dapat terus bersaing dengan toko sejenis. Penelitian yang digunakan penelitian kualitatif,

<sup>10</sup> Muhammad Furqon, "Analisis Penerapan Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Pendapatan Usaha: Studi Pada Toko Emas Barokah Turen Malang Jawa Timur" (2019).

NO.	Nama Peneliti, Judul Jurnal/ Skripsi/ Tesis	Hasil Penelitian	Persamaan / Perbedaan
		<p>mmperbaiki kualitas produk yang dijual toko tersebut memiliki potensi yang sangat baik dalam meningkatkan pendapatan dan penjualan di toko emas tersebut.</p>	<p>data yang di gunakan sama sama menggunakan data primer yang di peroleh dari wawancara dan dokumentasi.</p> <p>Perbedaanya adalah penelitian kali ini menggunakan dengan di dukung analisis SWOT dalam upaya melakukan pengembangan toko tersebut Sedangkan penelitian terdahulu tidak menggunakan analisis SWOT.</p>
3.	<p>Isin Naj'la yang berjudul "Manajemen Strategi Usaha Spare Part Mobil pada Toko Lovtha Motor Pelaihari Ditinjau dari Ekonomi Islam." (2023).<sup>11</sup></p>	<p>Penelitian ini merupakan usaha yang bergerak di bidang penjualan suku cadang mobil. bisnis ini berfokus pada strategi seperti penetapan harga grosir, garansi produk, dan mempertimbangkan penjualan online. Keunggulanya pada kualitas produk, harga yang kompetitif, dan lokasi yang strategis untuk mempertahankan dan memperluas basis pelanggannya.</p>	<p>Persamaalannya yaitu, sama-sama menerapkan nilai-nilai management strategi syariah dalam menjual produk. Produk yang di jual sama karena sama sama menjual sparepart mobil. Sama salma Menggunakan Analisis SWOT dan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan <i>field riserch</i> penelitian yang dilakukaln sebelumnya, Data yang di gunakan sama sama menggunakan data primer yang di peroleh dari wawancara dan dokumentasi terhadap</p>

<sup>11</sup> Najla, Isnin, 2023, "Manajemen Strategi Usaha Spare Part Mobil Pada Toko Lovtha Motor Pelaihari Ditinjau Dari Ekonomi Islam".

NO.	Nama Peneliti, Judul Jurnal/ Skripsi/ Tesis	Hasil Penelitian	Persamaan / Perbedaan
			<p>responden. Perbedalanya adalah produk yang dijual di toko pada penelitian sebelumnya jenis sparepart yang dijual barang original, sedangkan penelitian saat ini menjual produk variasinya, atau bisa dibilang lebih modern dan inovatif dari spaepart ori nya. Penelitian terdahulu menggunakan alnalisis SWOT yalng cukup luas namun kurang mendalami, sedangkan pada penelitian ini akan dilakukan secara menyeluruh.</p>

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Implementasi Bauran Pemasaran (*marketing mix*)**

##### **1. Pengertian Bauran Pemasaran**

Bauran pemasaran, atau dikenal sebagai *marketing mix*, adalah kumpulan variabel pemasaran yang digabungkan dan dikendalikan oleh pemilik perusahaan untuk menghasilkan respon positif sesuai dengan yang di inginkan dari target pasar yaitu konsumen.<sup>12</sup>

Kotler dan Armstrong berpendapat bahwa bauran pemasaran merupakan seperangkat alat taktis pemasaran yang digunakan oleh sebuah perusahaan agar pasar sasaran yang dituju perusahaan memberikan respon sesuai dengan keinginan Perusahaan.

Philip Kotler Bauran pemasaran adalah perangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mengejar tujuan perusahaannya. Maka, disimpulkan bahwa bauran pemasaran merupakan satu perangkat yang terdiri dari produk, harga, promosi dan distribusi, yang didalamnya akan menentukan tingkat keberhasilan pemasaran dan semua itu ditujukan untuk mendapatkan respon yang diinginkan dari pasar sasaran. Keempat

---

<sup>12</sup> Afdillah Firdaus and Endang Sutrisna, "Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Minat Konsumen Membeli Produk Perumahan (Kasus Pada Perumahan Surya Mandiri Teropong Pt. Efa Artha Utama)," *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Sosial dan Ilmu Politik* Vol.4, no. 1 (2017): 1–12.

unsur atau variabel bauran pemasaran (Marketing mix) tersebut atau yang disebut 4P adalah Produk, Harga, Distribusi Promosi.<sup>13</sup>

## 2. Tujuan Bauran Pemasaran

Tujuan dari bauran pemasaran yakni untuk mengetahui bagaimana penerapan dari 4P tersebut dijalankan di toko ini. Serta mengetahui bagaimana respon dari konsumen terhadap produk dan jasa yang dijual. Sehingga dapat di gali informasi penting yang dibutuhkan dalam melakukan penelitian pada kesempatan kali ini. Sehingga dapat ditemukan permasalahan yang sedang di alami di toko ini.

## 3. Manfaat Bauran Pemasaran

Manfaat dari penerapan bauran pemasaran (marketing mix) agar dapat mengetahui bagaimana respon dari konsumen terhadap permintaan penjualan barang dan jasa yang dijual sehingga dapat di temukan masalah dari hasil bauran pemasan ini.

## 4. Indikator Bauran Pemasaran

Strategi penerapan bauran pemasaran berasal dari produk yang dijual sampai dengan promosi yang dilakukan di toko ini sehingga dapat dilakukan analisis ke tahapan selanjutnya.<sup>14</sup> Indikator bauran pemasaran diantaranya:

- a) Produk (*Product*)

---

<sup>13</sup> Mohamad Rizan et al., “*Strategi Bauran Pemasaran*” (2023).

<sup>14</sup> Muhammad Furqon, “Analisis Penerapan Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Pendapatan Usaha: Studi Pada Toko Emas Barokah Turen Malang Jawa Timur” (2019).

Produk menjadi elemen penting sekaligus pemeran utama dalam penjualan barang dan jasa yang dijual. Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Produk secara konseptual, yaitu pemahaman subyektif dari produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar.

b) Harga (*Price*)

Harga merupakan salah satu faktor penentu konsumen dalam menentukan suatu keputusan pembelian terhadap suatu produk maupun jasa. Setiap perusahaan harus selalu mengamati persaingan dalam lingkungan bisnisnya. Dalam menghadapi lingkungan persaingan yang semakin kuat dan ketat, setiap perusahaan dituntut harus mampu mengoptimalkan sumber daya ekonominya guna meningkatkan daya saing produknya di pasar.

c) Tempat (*Place*)

Tempat (*Place*) adalah bagaimana perusahaan membuat produk/jasanya tersedia dalam jumlah dan lokasi yang tepat ketika konsumen memerlukan produk/jasa tersebut. Tempat disini dapat dipahami sebagai saluran distribusi yang akan digunakan oleh perusahaan dalam mendistribusikan produknya.

d) Promosi (*Promotion*)

Pada kegiatan pemasaran selain memperhatikan kualitas produk, penentuan harga dan pendistribusian barang, maka unsur promosi memegang peranan yang sangat penting di dalam rangkaian pemasaran barang, karena promosi adalah berkaitan langsung dalam upaya untuk memperkenalkan produk kepada konsumen dengan memikat hati mereka melalui pemberian kesan-kesan baik yang mampu diingat dan dirasakan oleh konsumen.<sup>15</sup>

Berdasarkan temuan yang dilakukan peneliti di toko ini bahwasannya jika dilihat dari 4P produk, harga, promosi dan tempat toko ini memiliki kelebihan dari sisi penjujukan produk dan juga dari sisi harga selain produk yang dijual lebih murah dari toko lain, produk di toko ini begitu diperhatikan bahkan ada garansi untuk barang tertentu. Tentunya dengan harga yang lebih murah.

Selain menggunakan bauran pemasaran (marketing mix) peneliti melakukan analisis menggunakan metode analisis SWOT dengan melihat potensi yang dapat dilakukan guna mengembangkan toko ini agar bisa terus bersaing dengan toko sejenis. Ditemukan fakta dilapangan bahwasannya dari kekuatan (Strength), peluang (opportunity) kelemahan (weaknes) dan ancaman (treats) toko ini memiliki kekuatan dan peluang yang dapat dimaksimalkan lagi kedepan nya.

---

<sup>15</sup> Muhammad Furqon, "Analisis Penerapan Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Pendapatan Usaha: Studi Pada Toko Emas Barokah Turen Malang Jawa Timur" (2019).

Kekuatan yang dimiliki toko ini ada di barang yang dijual memiliki kualitas yang baik, loyalitas kepada pelanggan dan juga dari harga yang lebih murah dibandingkan dengan kompetitornya. Dari sisi peluang toko ini sudah memiliki banyak pelanggan tetap karena sudah cukup lama toko ini berdiri. Selain itu juga lokasi yang strategis dan tempat yang nyaman untuk mencari barang karena barang yang dijual cukup lengkap menjadikan toko ini memiliki peluang yang sangat baik di bandingkan dengan pesaing yang melakukan usaha sejenis.

Sistem penjualan produk yang diterapkan di toko variasi mobil bintang variasi yakni sistem bagi hasil dan juga sistem pemesanan.

Sistem bagi hasil adalah perjanjian kerjasama antara dua pihak atau lebih untuk mendirikan suatu usaha dengan modal bersama dan pembagian keuntungan sesuai kesepakatan.

Sedangkan sistem pemesanan merupakan sistem jual beli dalam bentuk pemesanan (*indent*) dalam melakukan pembelian/pembuatan barang tertentu dengan kriteria dan persyaratan tertentu yang disepakati antara pemesan dan penjual.

Sistem bagi hasil yang dilakukan di toko ini yaitu dengan melakukan kerjasama antar barang saja apabila di satu toko tidak tersedia penjualan barang tersebut maka dapat menghubungi orang yang sudah bermitra yang keuntungannya di dibagi sesuai kesepakatan, sedangkan sistem pemesanan yaitu sistem yang dilakukan dengan cara memesan barang yang dibutuhkan dan di dapat di ambil apabila barang sudah tersedia.

## **B. Pengembangan Usaha**

### **1. Pengertian Pengembangan Usaha**

Pengembangan usaha adalah aktivitas yang melibatkan identifikasi, pemeliharaan, dan akuisisi pelanggan dan peluang bisnis baru. Menurut Anoraga Pengembangan suatu usaha adalah “tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan ke depan, motivasi dan kreativitas”.<sup>16</sup>

Kegiatan bisnis dapat dimulai dari merintis usaha (starting), membangun kerja sama ataupun dengan membeli usaha orang lain atau yang lebih dikenal dengan franchising. Maka dari itu, dibutuhkan suatu pengembangan dalam memperluas dan mempertahankan bisnis tersebut agar dapat berjalan dengan baik. Untuk melaksanakan pengembangan bisnis dibutuhkan dukungan dari berbagai aspek seperti bidang produksi dan pengolahan, pemasaran, SDM, teknologi dan lain-lain.<sup>17</sup>

### **2. Unsur-unsur pengembangan Usaha**

Unsur Pengembangan Usaha, terdapat Unsur-unsur penting dalam mengembangkan usaha ada 2 unsur yaitu:

a. Unsur yang berasal dari dalam (pihak internal):

- 1) Adanya niat dari pengusaha atau wirausaha untuk mengembangkan usahanya menjadi lebih besar

---

<sup>16</sup> Dzulaiha, Sukardi, and Hadi, “Strategi Pengembangan Usaha Agroindustri Kerupuk Kulit Di Kecamatan Mataram.” *Jurnal Agroteksos*, Vol 30, No. 3 (2022) : 149-160.

<sup>17</sup> Nurul Fadhillah Zakaria Makkulau, 2022, “Analisis Pengembangan Usaha (Studi Pada Usaha Kecil Menengah Sinar Mentari) Di Kelurahan Sudiang Kecamatan Biringkanaya Kota Makassar”.

- 2) Mengetahui teknik memproduksi barang seperti berapa banyak barang yang harus diproduksi, cara apa yang harus digunakan untuk mengembangkan barang atau produk, dan lain-lain.
- 3) Membuat anggaran yang bertujuan seberapa besar pemasukan dan pengeluaran produk.

b. Unsur yang berasal dari luar (pihak eksternal):

- 1) Mengikuti perkembangan informasi dari pihak luar usaha.
- 2) Mendapatkan dana tidak hanya mengandalkan dari dalam.
- 3) Mengetahui kondisi lingkungan sekitar yang baik atau kondusif untuk usaha.
- 4) Harga dan kualitas ialah unsur strategi yang paling umum terjadi.

### **3. Indikator Pengembangan Usaha**

Indikator pengembangan usaha merupakan suatu yang menjadikann karakteristik suatu bidang atau sesuatu yang sedang dijadikan objek dalam mengembangkan usaha sehingga akan didapati karakteristik atau ciri khusus yang dapat dilakukan dalam penelitian.

Di toko variasi mobil bintang variasi ini menjual berbagai macam accesories dan juga sparepart segala kendaraan mobil mulai dari kaca film, talang air, spion, spoiler, garnis pintu, wiper air, lampu mobil variasi dan masih banyak lagi.

Dari hasil temuan di lapangan dapat di lakukan karakteristik yang menjadi nilai jual di toko variasi mobil bintang variasi dibanding kompetitornya diantaranya yaitu:

- 1) Kualitas Produk yang di jual di toko ini memiliki kualitas yang cukup baik dari segi Quality control hingga dari pemasangan produk yang rapi serta telaten dalam pengerjaannya.
- 2) Harga jual yang lebih murah di bandingkan kompetitornya menjadi nilai jual yang ada di toko ini. Selain itu pelanggan tetap yang ada di toko ini cukup banyak karna berdiri sudah cukup lama.

Sehingga dari hasil temuan peneliti menyimpulkan bahwasannya toko ini masih bisa di kembangkan lagi kedepannya agar bisa terus bersaing walaupun secara sistem penjualan toko ini hanya bergerak secara offline saja.

## **C. Analisis SWOT**

### **1. Pengertian SWOT**

SWOT merupakan suatu akronim singkatan empat aspek penting yang mempengaruhi keberhasilan suatu organisasi yaitu kekuatan (*strangh*), kelemahan (*weeknees*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*treats*). Analisis SWOT merupakan analisis informasi yang di peroleh, di cari, atau di terima dari berbagai sumber dan hasil dari pertanyaan: apa yang sedang terjadi, kenapa terjadi, di mana terjadi dan kapan terjadi, yang semuanya berasal dari internal perusahaan dan eksternal berkaitan dengan usaha perusahaan.<sup>18</sup>

---

<sup>18</sup> Fajar Nur'aini Dwi Fatimah, "Teknik Analisis SWOT" (Anak Hebat Indonesia, 2016).

## 2. Tujuan Analisis SWOT

Analisis ini bertujuan untuk mengatur dan menganalisa besarnya kekuatan, kelemahan perusahaan secara menyeluruh, kesempatan yang bisa di maksimalkan menjadi solusi dan ancaman apa yang kemungkinan akan terjadi di dalam maupun di luar perusahaan. Dalam jangka waktu pendek ataupun jangka waktu panjang.<sup>19</sup>

Sehingga dengan adanya analisis SWOT dapat membantu menganalisis dan mengidentifikasi terhadap kekurangan, kelebihan, ancaman dan potensi apa yang ada di dalamnya yang dapat di maksimalkan agar bisa menjadi lebih baik dan menghindari kejadian tidak di inginkan perusahaan di kemudian hari.

## 3. Fungsi Analisis SWOT

Fungsi dari Analisis SWOT memiliki beberapa poin penting yaitu:

- a) Menganalisis kekuatan dan kelemahan internal suatu perusahaan.
- b) Menganalisis peluang dan ancaman internal dan eksternal yang dihadapi perusahaan.
- c) Menentukan strategi bisnis yang tepat berdasarkan hasil analisis keempat aspek tersebut.

Dengan melakukan identifikasi faktor-faktor kunci, dan merumuskan strategi yang tepat untuk perusahaan dengan kondisi internal dan eksternal yang terjadi di perusahaan tersebut.<sup>20</sup>

---

<sup>19</sup> Virgo Simamora, 2022, "*Buku Ajar Manajemen Strategis Dan Analisis SWOT.*"

<sup>20</sup> Shinta Ratnawati, "Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus Di Kantor Pos Kota Magelang 56100)," *Jurnal Ilmu Manajemen* Vol.17, No. 2 (2020): 58–70.

#### 4. Aspek SWOT (*strength, weakness, opportunity, threath*)

##### a) Kekuatan (*strength*)

Kekuatan adalah unsur-unsur yang dapat di unggulkan oleh perusahaan tersebut seperti halnya keunggulan dalam produk yang dapat di unggulkan, memiliki keterampilan yang berbeda dengan produk lain. Sehingga dapat menambah lebih kuat daripada pesaingnya.<sup>21</sup> Kekuatan menjadi kompetensi khusus yang memberikan keunggulan komparatif bagi perusahaan di pasar. Kekuatan terdapat pada sumber daya, keuangan, citra, kepemimpinan pasar, hubungan pembeli pemasok, dan faktor-faktor lain.

##### b) Kelemahan (*weakness*)

Kelemahan adalah kekurangan atau keterbatasan dalam hal sumber daya yang ada pada perusahaan baik itu keterampilan atau kemampuan yang menjadi penghalang bagi kinerja organisasi. Keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan, dan kapabilitas yang secara serius menghambat kinerja efektif perusahaan. Fasilitas, sumber daya keuangan, kapabilitas manajemen, keterampilan pemasaran, dan citra merek dapat merupakan sumber kelemahan. Kelemahan pada toko Variasi ini di analisis secara detail agar bisa diketahui apa saja yang menjadi kendala dalam melakukan pengembangan toko ini.<sup>22</sup>

---

<sup>21</sup> Ikhsan, Mansur, and Wahono, "Implementasi Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Metode Swot Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk Di CV. Maju Djaya Beton." E-JRM: *Elektronik Jurnal Riset Manajemen* Vol.11 No.12 (2022).

<sup>22</sup> Fatimah, "Teknik Analisis SWOT" (2023).

c) Peluang (*opportunity*)

Peluang adalah berbagai hal dan situasi yang menguntungkan bagi perusahaan, serta kecenderungan-kecenderungan yang menjadi salah satu sumber peluang bagi perusahaan. Dari peluang yang akan dilakukan akan menjadi harapan atau cara baru dari toko variasi ini agar bisa meningkatkan penjualan produk maupun jasa yang dilakukan sehingga dapat mengembangkan toko.

d) Ancaman (*threat*)

Ancaman adalah faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan dalam perusahaan jika tidak di atasi maka akan menjadi kehancuran bagi perusahaan yang bersangkutan baik dalam jangka waktu pendek maupun jangka panjang. Ancaman ini akan dilakukan analisis secara detail untuk melihat ancaman apa yang akan terjadi di toko variasi ini sehingga dapat melakukan antisipasi sehingga tidak dapat terjadi.<sup>23</sup>

## 5. Langkah – Langkah Penerapan Analisis SWOT

Berikut adalah langkah langkah dalam menerapkan analisis SWOT:

- a. Identifikasi Kekuatan perusahaan, dengan melakukan identifikasi kekuatan perusahaan akan mengetahui keunggulan seperti sumber daya yang unggul, keahlian khusus.
- b. Identifikasi Kelemahan Perusahaan, dengan melakukan identifikasi kelemahan akan mengetahui kekurangan perusahaan. Seperti keterbatasan

---

<sup>23</sup> Virgo Simamora, 2022, “*Buku Ajar Manajemen Strategis Dan Analisis SWOT.*”

sumber daya, kurangnya visibilitas merek, atau proses internal yang tidak efisien.

- c. Identifikasi Peluang Perusahaan, dengan melakukan Tinjauan trend pasar, serta mengetahui perubahan regulasi agar mengetahui peluang perusahaan.
- d. Ancaman Perusahaan, dengan melakukan Identifikasi faktor eksternal perusahaan. Seperti persaingan yang meningkat, perubahan perilaku konsumen, atau perubahan teknologi.<sup>24</sup>

## 6. Metode Yang Digunakan Dalam Analisis SWOT

Dalam melakukan penerapan Analisis SWOT, metode yang digunakan yaitu metode Matrix SWOT yakni (IFAS dan EFAS) dan juga diagram kartesius. Metode ini bertujuan untuk melakukan analisis faktor internal dan eksternal sebuah perusahaan dengan menganalisa perusahaan tersebut agar dapat mengetahui apa yang sedang terjadi di perusahaan tersebut serta solusi yang tepat terhadap faktor internal dan eksternal perusahaan tersebut.<sup>25</sup>

---

<sup>24</sup> Freddy Rangkuti, *Personal SWOT Analysis* (Gramedia Pustaka Utama, 2015).

<sup>25</sup> Kaivita Nahwi, M Ansyar Bora, and Widi Nugraha, 2022, "Penentuan Strategi Pemasaran *Untuk* Meningkatkan Penjualan Kaca Film Mobil Di AutoFarel Variasi Pasca Pandemi

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis dan Sifat Penelitian**

##### **1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan peneliti yakni menggunakan metode *field research* (penelitian lapangan) penelitian lapangan ini digunakan karena sesuai dengan objek penelitian pada kali ini karena akan dilakukan observasi penelitian secara langsung, melakukan survei kepada pemilik dan karyawan toko serta mengamati dan menganalisa secara langsung terkait dengan penerapan nilai – nilai syariah dan juga dalam usaha pengembangan toko Variasi tersebut.<sup>26</sup>

##### **2. Sifat Penelitian**

Dilihat dari sifatnya, penelitian ini bersifat penelitian deskriptif kualitatif, yakni dengan melakukan gambaran secara sistematis.<sup>27</sup> Dalam penelitian ini peneliti mendeskripsikan secara jelas dan memberikan gambaran terkait penelitian dengan Analisis yang akan dilakukan di Toko Bintang Variasi di Desa Adirejo kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur.

Peneliti menggunakan pendekatan ini karena mencari informasi permasalahan yang lebih mendalam terkait yang sedang terjadi di toko ini

---

<sup>26</sup> Astria Yuli, 2019, “*Analisis Produk Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Toko Rabbani Bandar Lampung).*”

<sup>27</sup> H Zuchri Abdussamad and M Si Sik, *Metode Penelitian Kualitatif* (CV. Syakir Media Press, 2021).

agar mendapatkan hasil yang konkret, Selain itu juga dapat membantu dalam melakukan analisis internal dan eksternal di toko Variasi Mobil Binang Variasi ini agar mencapai hasil yang diharapkan peneliti.

Dalam melakukan penelitian ini didukung dengan menggunakan teori analisis SWOT (*strength, weakness, opportunity, threath*) untuk mengetahui dan menganalisis terkait dengan apa yang menjadi permasalahan di toko Variasi, apa yang menjadi kelebihan dan potensi dari toko tersebut, dan apa yang menjadi ancaman serta kekurangan yang ada di toko variasi tersebut.<sup>28</sup>

## **B. Data dan Sumber Data**

Data adalah keterangan atau bahan nyata yang dapat dijadikan dasar kajian dalam melakukan analisis sampai dengan kesimpulan akhir. Pengertian sumber data adalah bagian yang tidak dapat dipisahkan dari penelitian dari mana data itu diperoleh. Dalam buku Tanzeh, Lortfland menjelaskan bahwa sumber data dari penelitian kualitatif berbentuk perkataan maupun tindakan dari orang yang diteliti atau dilakukan wawancara.<sup>29</sup>

### **1. Sumber data Primer**

Data primer berasal langsung dari pihak yang bersangkutan, yaitu pemilik toko dan karyawannya selaku pemilik toko Bintang Variasi dan karyawan yang bekerja dalam menggali informasi data yang sedang diteliti saat ini. Data ini merupakan data utama dalam melakukan tahapan analisis

---

<sup>28</sup> Reza Elyarni and Hermanto Hermanto, "Analisis SWOT Terhadap Strategi Pemasaran Layanan SAP Express Pada PT. SAP," *Jurnal Metris* Vol.17, No. 02 (2016): 81–88.

<sup>29</sup> Abdussamad and Sik, *Metode Penelitian Kualitatif*.

serta menjadi gambaran dalam melakukan analisis terkait judul yang sedang diteliti.

## **2. Sumber Data Sekunder**

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari berbagai sumber, baik dari data internal dan eksternal, data ini berasal dari E-book, referensi artikel, jurnal, penelitian terdahulu dengan tujuan sebagai acuan data pendukung agar memperkuat data primer untuk melakukan analisis.

## **C. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling penting dalam melakukan penelitian, karena tujuan utama dari penelitian yaitu mendapatkan data. Tanpa teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang dibutuhkan dalam melakukan analisis. Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti dengan menggunakan tiga metode, yaitu:

### **1. Wawancara**

Penelitian ini melakukan wawancara langsung kepada pemilik toko dan karyawan yang bekerja, bapak Rudi selaku pemilik toko mengatakan bahwasannya ketidak setabilan pendapatan dan penjualan produk didasari karna adanya beberapa faktor, diantaranya kenaikan harga barang dan munculnya persaingan baru menjadi salah satu faktor.

### **2. Observasi**

Metode Observasi Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui sesuatu pengamatan, dengan disertai pencatatan-

pencatatan terhadap keadaan atau perilaku objek sasaran. Observasi menurut Sutrisno Hadi metode observasi diartikan sebagai pengamatan, pencatatan dengan sistematis fenomena-fenomena yang diselidiki.<sup>30</sup>

### 3. Dokumentasi

Metode ini diartikan sebagai cara pengumpulan data dengan cara memanfaatkan data-data berupa buku, catatan, gambar atau foto serta sumber informasinya berupa bahan-bahan tertulis atau tercatat. Pada metode ini pengumpulan data tinggal menyaring bahan-bahan tertulis yang relevan. Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan mempelajari catatan-catatan mengenai data pribadi responden.<sup>31</sup>

## D. Teknik Penjaminan Keabsahan Data

Keabsahan atau kebenaran dari data merupakan salah satu bagian yang penting dalam sebuah penelitian, dengan tujuan memperoleh data yang valid, benar adanya. Maka langkah - langkah yang harus dilakukan yaitu:

### 1. Pemeriksaan Teman Sejawat

Pemeriksaan teman sejawat berarti pemeriksaan yang dilakukan dengan cara melakukan pertemuan dengan teman - teman yang memiliki pengetahuan umum yang memiliki wawasan keilmuan yang setara dengan apa yang sedang diteliti, sehingga apabila memeriksa dari hasil penelitian ini akan sejalur dan sefrekuensi dan sehingga mereka yang melakukan

---

<sup>30</sup> Sutrisno Hadi, "Metodologi Research Yogyakarta", 2002 ,(UGM Press.).

<sup>31</sup> Abdussamad and Sik, *Metode Penelitian Kualitatif*. (2021).

review dan bagi si peneliti bisa melakukan intervensi apakah penelitian yang dilakukan telah sesuai dengan yang diteliti atau belum.

## **2. Ketekunan dalam Pengamatan**

Ketekunan pengamatan berarti menemukan unsur-unsur dan ciri-ciri yang telah di dapat dari penelitian tersebut. Kemudian melakukan penelitian pada penelitian tersebut secara rinci. Sehingga penelitian yang telah dilakukan menjadi kemudahan nantinya bagi si pembaca dan penelitian selanjutnya.

## **3. Menggunakan Bahan Referensi**

Dengan menggunakan bahan referensi, bisa dengan mudah melakukan penelitian yang akan sedang dilakukan dengan tujuan agar memperkuat penelitian yang sedang dilakukan peneliti bisa lebih akurat dan real sesuai dengan kenyataan di lapangan.

## **E. Teknik Analisis Data**

Analisis data sendiri merupakan kegiatan mengelola data yang telah diperoleh untuk menjadi informasi sehingga karakteristik data tersebut bisa dipahami dan bermanfaat dalam mengatasi solusi permasalahan terutama yang berkaitan dengan kegiatan penelitian.

Dalam melakukan analisis data ini merujuk pada teori Miles and Huberman. Teori ini bertujuan mengordinasi dan merinci data kualitatif agar lebih sistematis. Teori ini dipilih karna sesuai dalam penelitian kali ini karna langkah langkah dan proses dalam melakukan analisis data sesuai seperti teori Miles and Huberman. Dalam teori ini di klasifikasikan ke dalam tiga alur

kegiatan yang terjadi secara bersama-sama, ketiga alur tersebut yaitu Reduksi Data, Penyajian Data dan Penarikan Kesimpulan.

Langkah-langkah dalam melakukan teknik analisis data yaitu:

### **1. Triangulasi**

Triangulasi ada 3 macam yakni triangulasi teknik, triangulasi data dan triangulasi waktu. Pada peneliti di Toko Bintang Variasi menggunakan triangulasi sumber data, yang diperoleh langsung dari pemilik toko variasi dan juga karyawan yang berkerja di toko serta konsumen dan suplyer toko untuk mendapatkan data sebanyak banyaknya. Data berupa foto, dokumentasi, catatan yang konkret agar mendapatkan kebenaran dalam penelitian.

### **2. Reduksi data**

Data yang telah diperoleh dari lapangan jumlahnya akan cukup banyak. Maka itu perlu dicatat secara teliti dan rinci. Untuk itu dilakukan analisis melalui reduksi data. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang menjadi pokok penting, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya, dan membuang yang tidak perlu. Dengan reduksi data, data kualitatif dapat disederhanakan dan di transformasikan secara ringkas atau uraian singkat, lalu menggolongkannya dalam satu pola yang lebih luas dan menggambarkan pola dengan jelas.

### **3. Paparan data**

Setelah data di reduksi, langkah selanjutnya yaitu menyajikan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, dan sejenisnya. Yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Dengan menyajikan data akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan Kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami dari hasil reduksi data.

### **4. Penarikan Kesimpulan**

Langkah ketiga yaitu penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal harus didukung oleh hakti-bukti yang valid maka akan menjadi kesimpulan yang kredible. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif yang diharapkan merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi dan narasi serta bukti yang konkret. Hasil dokumentasi dan sejenisnya agar dapat memperkuat hasil penelitian.<sup>32</sup>

---

<sup>32</sup> Ibid.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Profil Toko Variasi Mobil Bintang Variasi**

##### **1. Gambaran Profil Toko Variasi Mobil Bintang Variasi**

Toko variasi mobil bintang variasi ini terletak di Desa Adirejo kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung timur. Lebih tepatnya ada di jalan AH Nasution No. 260 jalan lintas timur, desa Adirejo kecamatan Pekalongan kabupaten lampung timur. Sebelah timur toko berbatasan dengan kecamatan Sukadana lintas timur, sebelah barat toko berbatasan dengan Kota Metro, sebelah selatan toko berbatasan dengan kecamatan batanghari dan sebelah utara toko berbatasan dengan kecamatan karangrejo. Toko ini berdiri sejak tahun 2000, dengan usaha milik per-orangan yakni milik Bapak Yudi Wiyono. Bangunan toko ini memiliki luas sebesar 14x7 meter persegi dengan luas halaman parkir mobil nya sebesar 7 meter serta 2 meter untuk dapur dan 1 meter untuk kamar mandi.

Toko ini buka setiap hari dari hari senin-minggu mulai jam 08.00 sampai dengan jam 17.00 sore. Terdapat libur 1x dalam seminggu bagi karyawan dan tanggal Nasional seperti 17 agustus dan hari besar lainnya toko ini tutup. Di toko ini memiliki 1 orang mekanik/karyawan tetap. Di toko variasi mobil ini menjual berbagai macam sparepart kendaraan mobil mulai dari kaca film, accesories kendaraan mobil, lampu variasi, spion mobil serta berbagai macam sparepart mobil lainnya, dengan harga dan kualitas yang bersaing. Di toko ini terbilang cukup lengkap sparepart mobil yang dijual.

Lokasi toko variasi ini cukup strategis karena berada di pinggir jalan raya sehingga memudahkan konsumen dalam mencari barang yang dibutuhkan di toko ini.

## **2. Visi dan Misi Toko Variasi mobil bintang variasi**

Visi adalah informasi yang paling penting, dan gambaran umum tentang tujuan organisasi. Misi adalah serangkaian tindakan yang diambil untuk mencapai suatu tujuan. Sementara visi terdiri dari cita – cita jangka pendek dan berfokus pada usaha yang sedang dilakukan.<sup>33</sup> Oleh karena itu, visi dan misi penting untuk merencanakan apa yang akan dilakukan dimasa depan agar perusahaan yang dimiliki dapat berkembang dan maju. Visi dan misi toko variasi mobil bintang variasi antara lain:

### **a. Visi**

Menjadikan toko variasi mobil bintang variasi yang terdepan dalam menjalankan bisnis accesories variasi mobil yang baik, amanah, sehat, kuat dan bermartabat.

### **b. Misi**

- 1) Mengembangkan sikap saling tolong menolong antara pemilik toko dan karyawan.
- 2) Memberikan pelayanan kepada karyawan serta konsumen secara profesional berdasarkan pada prinsip-prinsip dan manajemen yang telah ditetapkan dan disepakati bersama guna menciptakan kemakmuran dan kesejahteraan kepada konsumen.

---

<sup>33</sup> Annur, 2018 “Strategi Penjualan Variasi Mobil Menggunakan Metode K-Means Clustering (Studi Kasus Toko Luxor Variasi Gorontalo).”

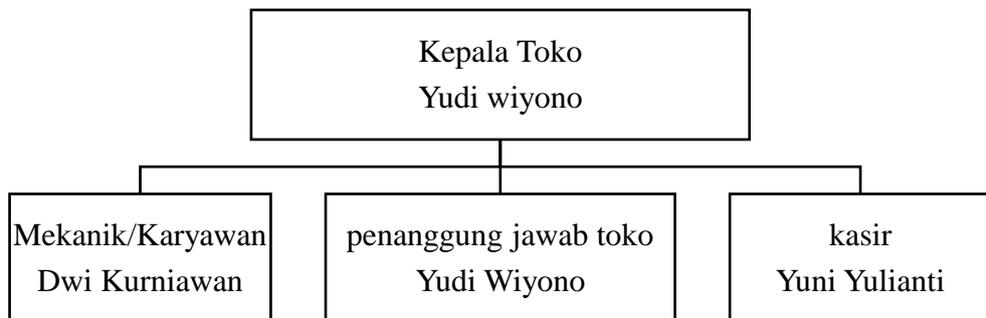
- 3) Meningkatkan mutu manajemen, etos semangat bekerja serta tata kelola keuangan yang transparan serta terperinci.

**c. Struktur organisasi toko variasi mobil bintang variasi**

Dalam menjalankan usahanya, toko variasi ini memiliki struktur organisasi dan tugas nya masing- masing yang terdiri dari beberapa bagian, diantaranya yaitu:

1. Kepala toko
2. Penanggung jawab toko
3. Mekanik/karyawan toko
4. Kasir toko

**Tabel 4.1**  
**Struktur organisasi di toko variasi mobil bintang variasi**



**B. Penyajian Data dan analisis**

Penyajian data dan analisis membahas paparan data serta hasil yang dicapai melalui berbagai teknik dan prosedur yang telah dijelaskan sebelumnya pada BAB III. Hal ini terdiri dari deskripsi dan yang disajikan dengan subjek yang relevan dengan pertanyaan penelitian. Maka pada tahap ini peneliti akan memaparkan hasil dari penelitian yang dilakukan tentang strategi management strategi syariah untuk mengembangkan toko dengan metode analisis SWOT di

toko variasi mobil bintang variasi ini. Penyajian data akan dilakukan secara berurutan sesuai dengan fokus permasalahan yang sudah ada dan dijelaskan sebagai berikut:

### **1. Implementasi Bauran Pemasaran Dalam Mengembangkan Toko Variasi Mobil Bintang Variasi**

Management strategi di buat dengan tujuan untuk membuat bisnis menjadi semakin berkembang dengan harapan membuat konsumen bisa betah dan mengatasi masalah yang saat ini sedang terjadi. Dalam melakukan analisis Implementasi Bauran Pemasaran (marketing mix) untuk mengetahui dan menganalisis apa yang menjadi pokok dari permasalahan sekaligus mencari solusi melalui potensi apa yang dapat dimaksimalkan dalam mengembangkan toko variasi mobil bintang variasi.<sup>34</sup>

Sebagai informan, peneliti mewawancarai orang-orang yang ada di ruang lingkup bisnis toko ini yakni pemilik usaha dan juga karyawan yang bekerja di toko. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk menganalisis management strategi syariah dalam melakukan penjualan produk dan jasa yang saat ini dilakukan oleh toko variasi mobil ini. informan yang dilakukan wawancara dan di ajukan beberapa pertanyaan memberikan berbagai jawaban yang diperlukan peneliti untuk penelitian pada kesempatan kali ini.

---

<sup>34</sup> Reza Elyarni and Hermanto Hermanto, "Analisis SWOT Terhadap Strategi Pemasaran Layanan SAP Express Pada PT. SAP," *Jurnal Metris* Vol. 17, No. 02 (2016): Hal. 81–88.

Pertanyaan dalam wawancara ini berkaitan dengan Implementasi Peerapan dari Bauran pemasaran (*Marketing mix*). Yakni 4P Produk (*Product*) harga (*price*), promosi (*promotion*), dan tempat (*place*). Hasil wawancara yang dilakukan pada hari Rabu tanggal 29 Mei 2024 dengan Bapak Yudi Wiyono, selaku pemilik usaha toko variasi mobil bintang variasi adalah sebagai berikut:

Pada pertanyaan awal, peneliti bertanya mengenai penjualan Produk atau barang dan jasa Bapak Yudi Wiyono pun menjelaskan sebagai berikut :

“Untuk penjualan barang ditoko variasi di sini menerapkan penjualan hanya melalui offline saja. Karena, di toko kami menjual barang dan jasa. Dalam penerapan strategi menjual barang kami memberikan harga yang terbaik kepada pelanggan kami mas. Agar dapat bersaing dengan toko sejenis.

Kalo produk yang dijual di toko kami selalu di cek dari sisi kualitas dan fungsinya mas, tujuannya biar pelanggan puas dengan produk dan pelayanan di toko kami.”<sup>35</sup>

Kemudian peneliti lanjut bertanya mengenai harga dalam penjualan barang dan jasa di toko variasi. Berikut penjelasan dari Bapak Yudi Wiyono:

“Kalo disini itu harga relatif ya mas, soalnya kita juga ngikutin pasaran di toko lain ya yang sejenis jadi ga bisa seenaknya naikin atau murunin harga. Tapi kalo di kita buat pelanggan lama itu ada harga khusus buat pelanggan lama. Dan juga ada bonus tertentu dari kita untuk pelanggan baru. Tujuannya buat nyari pelanggan baru.”<sup>36</sup>

Kemudian Lanjut pelaksanaan promosi yang dilakukan di toko variasi mobil bintang variasi dijelaskan oleh Bapak Yudi Wiyono:

---

<sup>35</sup> Bapak Yudi Wiyono, “Wawancara Dengan Pemilik Toko,” 29 Mei 2024.

<sup>36</sup> Bapak Yudi Wiyono, “Wawancara Dengan Pemilik Toko,” 29 Mei 2024.

”Kalo buat promosinya sendiri kita disini narok tulisan promo barang biasanya mas atau pas tanggal bagus di hari tertentu ada promo dan harga khusus di toko kami maka dari itu disaat toko rame kami kerjasecara tim disini mas, karna mekanik di toko Cuma ada 1 jadi saya ikut bantu juga.<sup>37</sup>

Bapak Yudi wiyono kemudian menuturkan mengenai tempat (*Place*) atau pengawasan yang dilakukan di toko:

“ kalo tempat kita disini bisa di bilang cukup menguntungkan karna disini lokasinya strategis di pinggir jalan lintas sumatra jalur utama mas jadi gampang di jangkaisama pelanggan baru. Selain itu lokasi parkir kami juga luas bisa muat mobil 7-8 mobil kalo lagi rame mas.”<sup>38</sup>

Dari penjelasan wawancara pemilik toko dapat disimpulkan bahwasannya bauran pemasaran (*Marketing mix*) 4P di toko ini masing-masing memiliki potensi yang dapat di maksimalkan potensinya.

Dari sisi produk harga promosi dan juga tempat karena dari sisi barang yang dijual menjaga kualitas dan mengutamakan loyalitas konsumen dari sisi harga yang bersaing, dari sisi promosi selalu ada disetiap tanggal atau hari tertentu dan tempat yang strategis menjadikan toko ini memiliki peluang usaha yang bagus kedepanya dalam pengembangan toko yang menjadi lebih baik di masa yang akan datang.

---

<sup>37</sup> Bapak Yudi Wiyono, “Wawancara Dengan Pemilik Toko,” 29 Mei 2024.

<sup>38</sup> Ibid.

Kemudian peneliti lanjut bertanya mengenai Permasalahan yang dihadapi saat ini dan upaya dalam melakukan pengembangan, oleh Bapak Yudi Wiyono:

“Masalah yang mungkin sedang kami alami di toko saat ini yakni keuangan/pemasukan yang tidak stabil di setiap bulan nya bahkan dalam beberapa bulan mengalami penurunan, hal ini berdampak pada perputaran uang dan barang dan ditoko.

Lanjut bapak Yudi, kalo untuk upaya yang saat ini sedang saya upayakan yaitu melakukan promo ditoko dan juga untuk pelanggan tetap saya berikan harga khusus mas, sementara ini saya melakukan promosi toko di sosial media seperti facebook agar menarik minat konsumen datang ke toko mas”

Peneliti kemudian melanjutkan wawancara kepada karyawan toko yang bernama Mas Dwi Kurniawan atau biasa di panggil Mas Dwi, selaku karyawan atau mekanik di toko ini untuk mendapatkan informasi agar lengkap. Pada tanggal 30 Mei 2024, Berikut hasil wawancara dari Mas Dwi:

“ kalo penjualan barang nya sendiri kita ga ada patokan barang terjual disetiap bulannya as karna ini toko milik bapak pribadi bukan milik perusahaan besar maka dari itu tidak ada kewajiban dalam menjual barang perbulan harus laku berapa itu gaada mas.”<sup>39</sup>

Kemudian lanjut dari harga dalam melakukan harga penjualan barang dan promosi di Toko, Mas Dwi menuturkan sebagai berikut:

“Kalo dari harga setau saya masih umum mas sama aja sama yang dijual ditoko sejenisnya, mungkin kita disini agak sedikit nurunin harga dari pasar biar menarik konsumen baru ya selain itu juga banyak yang nyaman pelanggan lama yang datang kesini mas.

Buat promo nya sendiri disetiap bulan disini ada promo menarik mas ada harga tertentu ada bonus tertentu tergantung barang yang

---

<sup>39</sup> Dwi Kurniawan, “Wawancara Dengan Karyawan Toko,” 29 Mei 2024.

di beli juga mas. Cuma ya itu tadi mas kita ngga make penjualan online kita disis cma make sistem penjualan offline saja disini.”<sup>40</sup>

Kemudian peneliti lanjut bertanya mengenai tempat yang di Toko,

Mas Dwi menuturkan:

“Untuk tempat kita ada di lokasi yang strategis ada di jalur utam lintas jadi mudah menarik pelanggan baru datang mas sehingga kami tidak melakukan ini di sosial media mungkin kedepannya akan melakukan namun saat inihanya sebatas facebook saja, selain itu kita menjual barang dan jasa kalo buat penjualan barng secara online gabisa mas”<sup>41</sup>

Peneliti lanjut bertanya mengenai permasalahan yang dihadapi di toko dan upaya yang dilakukan dalam mengembangkan toko, Mas Dwi

Menuturkan:

“Kalo masalah yang kita hadapin si lebih ke sepi dan berkurangnya pelanggan yang datang mas, hal ini berdampak juga pada pendapatan di toko jadi ga stabil. Lanjut Mas Dwi, upaya yang lagi kita lakuin sekarang si buat promo mas nyari pelanggan baru agar tertarik ke toko kami.”<sup>42</sup>

Peneliti bertanya mengenai pengembangan toko seperti apa yang dilakukan dari sisi ineternal dan eksternal, Bapak Yudi Wiyono pun menjelaskan sebagai berikut :

“Dari internal nya kita disini melakukan riset mas, dari mulai pangsa pasar yang akan kami tuju sampai apa yang menjadi permintaan konsumen dari segi barang yang diinginkan konsumen. Kalau eksternalnya mungkin kami melakukan pemantauan dari toko sejenis yang lebih ramai dari tempat kami, kami belajar bagaimana mereka bisa meng-gaet konsumen baru di toko mereka.”<sup>43</sup>

---

<sup>40</sup> Dwi Kurniawan, “Wawancara Dengan Karyawan Toko,” 29 Mei 2024.

<sup>41</sup> Dwi Kurniawan, “Wawancara Dengan Karyawan Toko,” 29 Mei 2024.

<sup>42</sup> Dwi Kurniawan, “Wawancara Dengan Karyawan Toko,” 29 Mei 2024.

<sup>43</sup> Yudi Wiyono, “Wawancara Dengan Pemilik Toko.” 29 Mei 2024

Peneliti kemudian bertanya kepada Mas Dwi Mengenai Faktor internal dan eksternal di toko, kemudian Mas Dwi memaparkan:

“Dari internal kita memperbaiki yang belum ada di toko kami mas, misalnya melengkapi barang di toko yang belum ada, kalau dari eksternal nya mungkin kita bisa meminta pendapat kepada konsumen terkait apa yang harusnya ditambahkan di toko sehingga kita tau pasar itu ingin yang seperti apa, seperti itu mas.”<sup>44</sup>

Berdasarkan hasil dari wawancara diatas dengan Bapak Yudi Wiyono selaku Kepala Toko variasi Mobil dan Mas Dwi Kurniawan selaku karyawan/mekanik, sesuai dengan analisis dan pengamatan peneliti menyimpulkan strategi yang di unggulkan di toko ini yakni dari sisi kualitas barang yang dijual dan jasa kepada kosumen kosumen, harga yang relatif lebih murah yang menjadi nilai jual yang dilakukan di toko ini, terlepas dari promosi yang hanya melalui offline saja pengembangan usaha ini masih bsa di kembangkan lagi.

Selain itu juga permasalahan faktor internal dan eksternal dalam upaya pengembangan toko adanya faktor persaingan usaha yang menjadikan keterganggu nya usaha tersebut dalam melakukan pengembangan di toko ini

Hal ini bisa membantu dalam mengembangkan usaha dan menciptakan kepuasan konsumen sehingga bisa membantu dalam meningkatkan pendapatan walaupun permasalahan pendapatan di setiap bulannya walaupun tidak terlalu signifikan. Dan diharapkan dapat membantu dalam mengatasi permasalahan yang terjadi.

---

<sup>44</sup> Dwi Kurniawan, “Wawancra Dengan Karyawan Toko.” 29 Mei 2024

## 2. Metode Analisis SWOT Dalam Mengembangkan Toko Variasi Mobil Bintang Variasi

Analisis yang akan dilakukan selanjutnya peneliti menggunakan metode analisis SWOT. Analisis ini penting, karena metode SWOT dapat meningkatkan pendapatan dan juga pengembangan toko.<sup>45</sup> Faktor-faktor internal dan eksternal menjadi langkah-langkah awal untuk melakukan analisis serta menentukan strategi-strategi guna mengoptimalkan usaha untuk meraih tujuan perusahaan.

Analisis SWOT yaitu (*Strenght*) kekuatan, (*Weakness*) kelemahan, (*Opportunities*) kesempatan atau peluang, (*Threats*) ancaman. Yang selanjutnya dilakukan analisis matrix SWOT sebagai alat bantu mengukur seberapa besar kelebihan dan peluang yang dimiliki toko untuk dilakukan pengembangan dan memaksimalkan pendapatan toko serta melakukan analisis terhadap kekurangan dan ancaman untuk melihat seberapa besar pengaruhnya terhadap toko tersebut di masa yang akan datang.<sup>46</sup>

Dalam hal ini peneliti mewawancarai pemilik toko dan karyawan/mekanik di toko terkait SWOT di toko variasi mobil bintang variasi mobil ini, serta faktor-faktor internal dan eksternal di toko ini. Untuk selanjutnya dilakukan analisis dari pemaparan narasumber.

Peneliti lanjut bertanya mengenai hal apa yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman di toko ini, oleh Bapak Yudi Wiyono:

---

<sup>45</sup> Abdullah, ma'ruf, *Manajemen Bisnis Syariah* (2014).

<sup>46</sup> Virgo Simamora, "Buku Ajar Manajemen Strategis." (2022).

“Untuk kekuatan di toko kami, karena berdirinya toko ini sudah cukup lama mas, jadi kami sudah cukup berpengalaman dalam melakukan pelayanan kepada konsumen dan menjual produk dengan kualitas yang mumpuni.

Lanjut Bapak Yudi, kalau segi kelemahan nya sendiri mungkin saat ada barang yang memang stok nya lagi kosong jadi harus indent barang tersebut jadi memakan waktu.

Kalo untuk peluang kami berlokasi yang cukup strategis karna berada di pinggir jalan lintas jadi mudah di jangkau oleh konsumen mas.

Sementara untuk ancaman sendiri, karna banyaknya toko baru yang sejenis saat ini berpotensi kehilangan banyak pelanggan baru karna persaingan usaha mas.”

Kemudian peneliti lanjut bertanya mengenai kendala dalam mengatasi kelemahan dan ancaman yang terjadi di toko ini, oleh Bapak Yudi Wiyono:

“Kalo untuk mengatasi kelemahan yang kami miliki seperti barang yang harus indent akan kami berikan harga yang sedikit berbeda dari harga pasarannya mas, hal ini agar pelanggan tidak begitu kecewa karna harus menunggu barang tersebut ada.”<sup>47</sup>

Sedangkan dalam mengatasi ancaman yang saat ini terjadi kami berusaha untuk melengkapi produk di toko sesuai dengan permintaan konsumen sehingga menurut saya hal ini dapat mengurangi potensi kehilangan pelanggan baru.”

Peneliti lanjut bertanya mengenai kelebihan, kekurangan, peluang dan ancaman di toko ini, Mas Dwi menuturkan:

“Dari sisi kelebihan mungkin kami berada di lokasi yang strategis mas, karna berada di lintas sumatra cocok untuk dapat pelanggan baru dari luar kota, mungkin kekurangannya sulit dalam mendapatkan konsumen baru aja si Mas.”<sup>48</sup>

---

<sup>47</sup> Wiyono, “Wawancara Dengan Pemilik Toko.”

<sup>48</sup> Mas Dwi Kurniawan, “Wawancara Dengan Karyawan Toko.”

Kalo dari sisi peluang bisa dibilang peluang nya harusnya cukup besar mas, mungkin kvarna persaingan usaha aja kalo ancamannya bisa saja semakin lama akan semakin sulit bersaing mas jika tidak di atasi dengan tepat.”

Peneliti melanjut bertanya mengenai kelemahan dan ancaman yang ada di toko, Mas Dwi menuturkan:

“Kalo dari kelemahan lebih ke lokasi mas, karna lokasi toko ini mepet dengan jalan raya sehingga sering macet, ya karna jalan lintas timur juga mas, apabila ada konsumen akan datang atau keluar toko sering macet.

Kalo ancaman yang dihadapi si cara kita ya kita harus bisa terus bersaing mas mulai dari ngelengkapin barang sampe buat promosi biar bisa terus bersaing dalam usaha mas.”<sup>49</sup>

Dari Hasil wawancara Bapak Yudi wiyono dan Mas Dwi Kurniawan dapat disimpulkan oleh peneliti bahwasannya Faktor internal dan eksternal yang dilakukan di toko sudah cukup baik dengan melakukan pengamatan dan meminta masukan dari konsumen langsung dapat meningkatkan daya tarik bagi konsumen yang baru.

Analisis SWOT dari wawancara yang dilakukan dapat disimpulkan juga peluang dari toko variasi mobil bintang variasi ini memiliki kelebihan dan peluang yang dapat membantu dalam mengembangkan toko dan bisa dimaksimalkan dengan baik serta kekurangan serta ancaman yang harus diatasi dengan tepat sehingga dapat terus berkembang dan bisa terus bersaing dengan toko sejenis.

---

<sup>49</sup> Dwi Kurniawan, “Wawancara Dengan karyawan Toko.” 29 Mei 2024

### C. Implementasi Bauran Pemasaran Untuk Mengembangkan Toko Dengan Metode Analisis SWOT

Dalam melakukan bauran pemasaran harus dilihat juga dari sisi proses penjualan barang selain dari kualitas barang dan loyalitas pelanggan maka perlu dilakukan pendalaman dari sisi sistem penjualan dan mekanisme yang dilakukan di toko variasi mobil bintang variasi. Di toko ini juga menerapkan sistem penjualan bagi hasil dan juga sistem pemesanan barang.

Berdasarkan hasil wawancara kepada Bapak Yudi Wiyono dan Mas Dwi di dapatkan beberapa informasi diantaranya:

Peneliti bertanya terkait dengan pelaksanaan sistem bagi hasil dan juga sistem pemesanan di toko ini, dijelaskan oleh Bapak Yudi Wiyono:

“Dalam menerapkan bagi hasil dan sistem pemesanan kami melakukan kerjasama dengan beberapa usaha toko sejenis dan beberapa penyedia barang barang. Apabila ditoko kami tidak menyediakan produk yang dicari oleh pelanggan, kami bisa menghubungi beberapa toko dan penyedia barang yang sudah bekerjasama dengan kami agar mempermudah pelanggan mendapatkan barang yang di cari mas.”<sup>50</sup>

“Untuk penerapan pemesanan yang kami terapkan di sini, apabila pelanggan mencari barang dan beberapa toko serta penyedia barang yang berkerjasama dengan kami itu tidak ada stok barang yang dicari konsumen, maka kami akan melakukan pemesanan (*indent*), pelanggan dapat memesan barang tersebut dengan kami dengan waktu yang telah di tentukan. Serta melakukan embayaran setengah harga sebagai tanda jadi nya mas.”<sup>51</sup>

---

<sup>50</sup> Yudi Ibid. 29 Mei 2024

<sup>51</sup> Yudi Ibid. 29 Mei 2024

Sedangkan berdasarkan wawancara dengan Mas Dwi Peneliti bertanya terkait progres dari pelaksanaan sistem bagi hasil dan sistem pemesanan di toko ini:

“Kalo progres dari sistem bagi hasil itu bagus si Mas menurut saya, karna apabila kita lagi kosong stok barang yang dicari konsumen, kita bisa bertanya ke toko atau penyedia barang yang bekerjasama dengan kita,

Kalau untuk sistem pemesanan itu memang kita indent barangnya tapi ada sisi positif nya mas, jadi kita juga tau barang yang dibutuhkan untuk melengkapi stok ditoko yang memang tadinya ngga ada stok barangnya di toko mas.”<sup>52</sup>

Dari penerapan sistem bagi hasil dan sistem pemesanan dapat disimpulkan oleh peneliti bahwasannya perapan yang dilakukan Toko variasi mobil bintang variasi ini sudah sesuai dalam menerapkan sistem penjualan bagi hasil dan sistem pemesanan. Karena sistem bagi hasil yang dilakukan melakukan kerjasama barang bukan dengan modal yang hasil keuntungannya di bagi oleh pihak yang melakukan kerjasama sesuai dengan kesepakatan.

Serta sistem pemesanan yang sudah sesuai juga karna di dalamnya menerapkan sistem pemesanan dalam bertansaksi menganjurkan pembayaran uang muka sebagai tanda jadi barang tersebut dan dibayar sisanya apabila barang tersebut sudah tersedia. Selain itu, dengan sistem ini dapat membantu dalam mengetahui barang apa saja yang di inginkan oleh konsumen dan pasar untuk saat ini agar bisa menyediakan stok barang yang di butuhkan konsumen.

---

<sup>52</sup> Dwi Kurniawan, “Wawancara Dengan karyawan Toko.” 29 Mei 2024

1. Sistem penjualan produk yang diterapkan di toko variasi mobil bintang variasi yaitu:

a) Sistem Bagi Hasil

Sistem bagi hasil adalah perjanjian kerja sama antara dua pihak atau lebih untuk mendirikan suatu usaha dengan modal bersama dan pembagian keuntungan sesuai kesepakatan. Dalam sistem ini, pihak yang terlibat memiliki hak dan kewajiban yang sama terhadap usaha tersebut.

Sistem bagi hasil yang digunakan di toko variasi mobil ini melakukan kerjasama antar barang saja. Bukan lah dengan modal usahanya. Kriteria kerjasama yang dicerminkan yaitu suka sama suka tidak ada paksaan dari siapapun, akad jelas dan terhindar dari ketidak jelasan, transparansi, saling menguntungkan antara kedua pihak, melakukan kemudahan dan saling melengkapi serta menjadikan tujuan utama.

b) Sistem Pemesanan

Sistem pemesanan merupakan sistem jual beli dalam bentuk pemesanan (*indent*) dalam melakukan pembelian/pembuatan barang tertentu dengan kriteria dan persyaratan tertentu yang disepakati antara pemesan dan penjual.

Transaksi Ekonomi pemesanan ini merupakan sesuatu yang umum dilakukan banyak toko sejenis di luar sana. Karena sistem ini memudahkan dalam melakukan penjualan dan mencari barang yang diinginkan oleh konsumen serta dapat mengetahui bagaimana keinginan yang dibutuhkan oleh konsumen.

Proses sistem pemesanan yang di terapkan di toko variasi mobil bintang variasi mengacu pada pembeli memesan barang kemudian menyebutkan spesifikasi dan kriteria yang diinginkan seperti ukuran, warna bentuk dan spesifikasi yang di inginkan. Kemudian kedua pihak bersepakat masalah harga dan menentukan waktu penyelesaian barang pesanannya.

Selanjutnya konsumen membayar separuh dari harga barang yang telah disepakati bersama sebagai tanda jadinya barang tersebut dan meninggalkan nomor yang bisa dihubungi. Disaat barang tersebut sudah ada langsung menghhubungi nomor yang telah diberikan sebelumnya dan pelanggan bisa melunasi kekurangan dari harga yang telah disepakati dan dilakukan pemasangan barang tersebut.

Berdasarkan paparan di atas peneliti menyimpulkan bahwa Penerapan sistem bagi hasil dan sistem pemesanan di toko variasi mobil bintang variasi ini sudah dilakukan dengan baik dan sesuai ketentuan sehingga transaksi yang dilakukan aman dan dapat dipercaya. Konsumen atau pelanggan tertarik untuk melakukan pemesanan kembali jika pemesanan yang telah dilakukan sebelumnya, hasilnya sesuai pesanan dan hasilnya juga memuaskan.

## 2) Analisis SWOT Dalam Mengembangkan Toko Variasi Mobil Bintang Variasi

Sedangkan metode analisis SWOT di toko variasi mobil ini menggunakan analisis faktor internal dan eksternal yang dilakukan ditoko

yang selanjutnya dilakukan analisis dengan matrix SWOT dan diagram kartesius dterhadap toko ini. Hal ini dipaparkan oleh peneliti sebagai berikut:

a) Faktor Internal dan Eksternal

Dalam penelitian ini, peneliti mulai melaukan analisis dari sisi faktor *internal factorevaluation* (IFE) dan faktor *eksternal factorevaluation* (EFE). Analisis ini merupakan proses melakukan identifikasi dari berbagai faktor secarasistematis untuk dapat memaksimalkan kekuatan (*strenghts*) dan peluang (*opportunities*) namun secara bersamaan bisa meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*).<sup>53</sup> Tahapan analisis IFE dan EFE adalah sebagai berikut:

Analisis faktor internal (IFE) Menganalisis dan mengidentifikasi faktor-faktor berupa kekuatan dan kelemahan pada toko variasi yang saat ini diteliti yakni Faktor faktor yang menjadi kekuatan (*strenghts*) dan kelemahan (*weakness*) terdiri dari:<sup>54</sup>

- 1) **Kekuatan**, yaitu mencakup kekuatan internal yang mendorong pengembangan usaha. Kekuatan yang dimiliki oleh Toko variasi mobil bintang variasi diantaranya yaitu:

---

<sup>53</sup> Yani Subaktilah, Nita Kuswardani, and Sih Yuwanti, "Analisis SWOT: Faktor Internal Dan Eksternal Pada Pengembangan Usaha Gula Merah Tebu (Studi Kasus Di UKM Bumi Asih, Kabupaten Bondowoso)," *Jurnal Agroteknologi*, Vol. 12, no. 02 (2018): 107–115.

<sup>54</sup> Z Muslimin, Muhammad Zabir Zainuddin, and Muhammad Kepin Saputra, "Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Umkm Sederhana," *Sultra Journal of Economic and Business* 3, no. 2 (2022): 132–149.

- a. Mengutamakan kualitas produk, *quality control* yang baik dan mengutamakan loyalitas kepuasan pelanggan.
- b. Harga barang yang di jual mampu bersaing dengan toko sejenis.
- c. Lokasi toko yang sangat strategis.
- d. Strategi promosi harga yang bersaing dan sudah melakukan promosi melalui sosial media.
- e. Karyawan yang berkompeten dan profesionalisme dalam melakukan penjualan dan pemasangan barang.

Kualitas produk yang dijual di toko variasi mobil bintang variasi ini sudah baik dari segi kualitas barang serta dengan melakukan pengecekan *quality control* yang baik sebelum dijual ke konsumen. Semua itu dilakukan demi tujuan dari toko variasi mobil ini yakni kepuasan pelanggan. Faktor kekuatan yang lain yaitu harga barang yang dijual ditoko variasi mobil bintang variasi ini bersaing dengan toko lain yang sejenis.

Selain itu juga lokasi toko variasi mobil bintang variasi ini berada di pinggir jalan lintas Sumatra sehingga mudah di cari dan di jangkau oleh konsumen baru. Selain itu juga Faktor lain yang menjadi kekuatan bagi toko ini yaitu didukung oleh karyawan yang berkompeten dan berpengalaman serta profesionalisme dalam melakukan pemasangan barang dan jasa yang dijual demi kepuasan konsumen.

- 2) **Kelemahan**, mencakup kelemahan internal yang dapat mempengaruhi jalannya usaha. Kelemahan internal pada toko variasi mobil bintang variasi terdiri dari:
- a. Keterbatasan dalam melakukan jual beli apabila kendaraan tidak dibawa.
  - b. Teknologi peralatan kerja yang di miliki toko masih menggunakan teknologi lama.
  - c. Keterbatasan modal, karna menunggu perputaran uang dan barang.
  - d. Lokasi yang terlalu dekat dengan jalan lintas Sumatra, sehingga sering macet.
  - e. Kurangnya promosi dan jangkauan pemasaran.

Faktor yang menjadi kelemahan dari toko variasi mobil bintang variasi ini diantaranya adalah kesulitan apabila pelanggan datang tidak membawa kendaraan dan mencari barang yang di inginkan, sehingga akan sulit mengerti maksud dari barang yang di inginkan konsumen. Teknologi peralatan yang digunakan di toko masih menggunakan mekanisme lama belum menggunakan peralatan teknologi yang baru. Keterbatasan modal, karna harus menunggu perputaran barang dan uang berjalan ditoko.

Analisis faktor Eksternal (EFE) dilakukan dengan mengolah faktor-faktor eksternal berupa peluang dan ancaman. Faktor faktor tersebut antara lain:

- 1) **Peluang**, dapat dimanfaatkan oleh toko ini untuk meningkatkan usaha. Peluang yang dimiliki oleh perusahaan terdiri dari:
  - a. Meningkatnya minat pelanggan baru yang datang dengan barang yang dijual atau ditawarkan di toko ini.
  - b. Permintaan konsumen yang cenderung semakin meningkat.
  - c. Potensi pasar yang bisa di maksimalkan, karna potensinya semakin besar.
  - d. Membuka kesempatan kerja, dan mengasah skill baru bagi karyawan.
  - e. Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi semakin maju, sehingga bisa terus mengikuti dan mengembangkan toko.

Peluang untuk mendapatkan pelanggan baru di toko ini ternuka sangat besar, karna berada di jalur utama lintas Sumatra. Permintaan konsumen menjadi semakin meningkat, karena bisa mengetahui pasar konsumen yang di tuju serta produk yang seperti apa yang banyak dicari konsumen. Maka potensi pasar semakin terbuka untuk mengembangkan toko ini.

- 2) **Ancaman**, merupakan faktor eksternal perusahaan yang dapat menghambat dalam mengembangkan toko dan mempengaruhi kstabilitas toko dalam pengembangan usaha. Ancaman yang dihadapi oleh toko variasi mobil bintang variasi diantaranya:

- a. Munculnya pesaing dengan mutu produk jauh lebih bagus dan daya jangkau pemasaran yang jauh lebih luas.
- b. Meningkatnya harga modal dari produk yang akan dijual ditoko
- c. Harga jual toko sejenis yang lebih murah
- d. Pengaruh cuaca
- e. Kurangnya promosi secara luas dan meng-gaet pasar baru untuk mendapatkan pelanggan baru dibandingkan toko sejenis.

Hal ini juga berdampak pada persaingan konsumen baru diantara toko yang sejenis. Permainan harga juga mempengaruhi. Selain itu meningkatnya harga modal dan produk juga mempengaruhi barang yang di inginkan konsumen. Pengaruh cuaca juga mempengaruhi hasil dari penjualan jasa yang dijual.<sup>55</sup>

Dari analisis penelitian di toko ini melalui faktor internal dan eksternal yang dilakukan di toko variasi mobil bintang variasi ini memiliki kelebihan di sisi kekuatan dan juga peluang yang cukup menjanjikan untuk dilakukan pengembangan usaha toko menjadi lebih baik. Namun di sisi lain dari kelemahan nya juga masih banyak yang perlu perlu diperbaiki lagi kedepan nya.

Kelemahan yang tampak jelas dalam penelitian kalli ini yaitu adanya penjualan secara offline yang mengakibatkan sedikit lebih

---

<sup>55</sup> Nahwi, Bora, and Nugraha, "Penentuan Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Kaca Film Mobil Di Autofarrel Variasi Pasca Pandemi Menggunakan Analisis Swot." *Jurnal Manajemen Rekayasa Dan Inovasi Bisnis*, Vol. 1 no.1 hal 1-10.

tertinggal dari usaha toko sejenis yang menerapkan penjualan online, namun disisi lain toko ini memiliki promo yang dapat menarik pelanggan baru yang melewati toko ini sehingga masih bisa dijangkau oleh pelanggan baru. Oleh karena itu peneliti menyimpulkan adanya peluang yang lebih baik lagi kedepannya apabila di jalankan dengan baik kedepannya sehingga masing masing memiliki peluang marketing yang lebih baik lagi.

Begitu pula dari sisi peluang di toko variasi mobil ini cukup menjanjikan dan memiliki peluang terbuka dalam mengembangkan toko variasi ini namun disisi lain ancaman yang ada di toko variasi ini menjadi masalah tersendiri bagi toko ini sehingga harus diatasi dengan baik agar bisa terus berkembang dan bisa terus bersaing,

b) Matrix SWOT IFAS DAN EFAS

**Tabel 4.2**  
**IFAS dan EFAS Analisis Faktor-Faktor**  
**Internal dan Eksternal di Toko Variasi Mobil Bintang Variasi**

IFAS	STRENGTH – S	WEAKNESS – W
	a) Mengutamakan kualitas produk, <i>quality control</i> yang baik dan mengutamakan loyalitas kepuasan pelanggan b) Harga barang yang di jual mampu bersaing dengan toko sejenis. c) Lokasi toko yang sangat strategis. d) Strategi promosi harga	a) Keterbatasan dalam melakukan jual beli apabila kendaraan tidak dibawa. b) Teknologi peralatan kerja yang di miliki toko masih menggunakan teknologi lama. c) Keterbatasan modal, karna menunggu perputaran uang dan barang.

EFAS	<p>yang bersaing dan sudah melakukan promosi melalui sosial media.</p> <p>e) Karyawan yang berkompeten dan profesionalisme dalam melakukan penjualan dan pemasangan barang yang dijual.</p>	<p>d) Lokasi yang terlalu dekat dengan jalan lintas Sumatra, sehingga sering macet.</p> <p>e) Kurangnya promosi dan jangkauan pemasaran dalam meng-gaet konsumen baru.</p>
<p>OPPORTUNITY –O</p> <p>a) Meningkatnya minat pelanggan baru yang datang dengan barang yang dijual atau ditawarkan di toko ini.</p> <p>b) Permintaan konsumen yang cenderung semakin meningkat.</p> <p>c) Potensi pasar yang bisa di maksimalkan, karna potensinya semakin besar.</p> <p>d) Membuka kesempatan kerja, dan mengasah skill baru bagi karyawan.</p>	<p>STRATEGI SO</p> <p>a) Mempertahankan kualitas demi mencapai loyalitas dan kepuasan konsumen.</p> <p>b) Mempertahankan harga dan melakukan kerja sama dengan beberapa pihak toko sejenis.</p> <p>c) Memaksimalkan potensi pasar dengan memanfaatkan lokasi yang strategis.</p> <p>d) Seiring Bertambahnya teknologi dan barang baru membuat permintaan barang dari konsumen menjadi meningkat.</p>	<p>STRATEGI WO</p> <p>a) Memanfaatkan peluang dari adanya sosial media sosial serta melakukan promo di toko dengan tujuan agar mendapatkan konsumen baru</p> <p>b) Permintaan konsumen yang meningkat harus di imbangi dengan peralatan kerja dengan teknologi yang baru.</p> <p>c) Keterbatasan menjual produk dan jasa secara online membuat pendapatan dan konsumen baru akan menjadi sedikit terhambat.</p> <p>d) Keterbatasan modal karna menunggu perputaran uang dengan barang akan menjadi seimbang apabila di imbangi dengan permintaan konsumen yang semakin meningkat.</p>
<p>THREATS-T</p> <p>a) Munculnya pesaing dengan mutu produk jauh lebih bagus dan daya</p>	<p>STRATEGI (ST)</p> <p>a) Quality control yang baik akan menjadikan produk yang dijual menjadi daya saing</p>	<p>STRATEGI (WT)</p> <p>a) Teknologi peralatan kerja yang digunakan menggunakan peralatan lama dan akan tersaingi</p>

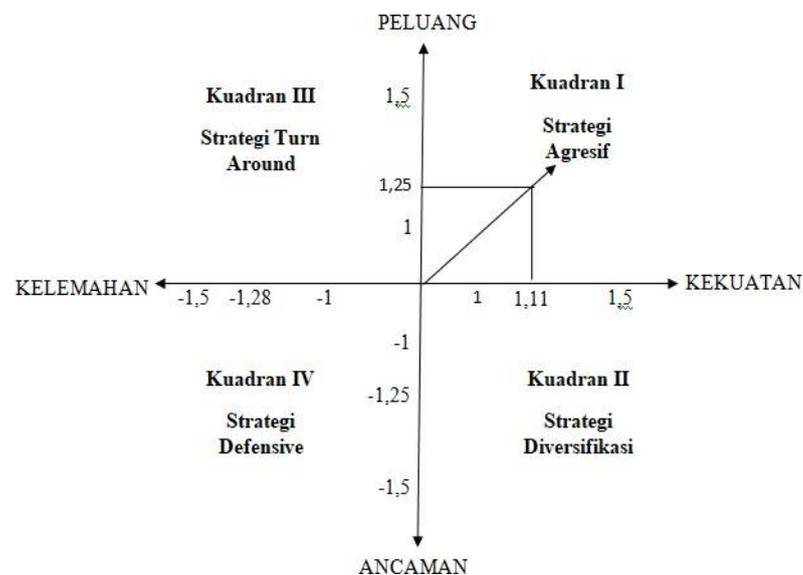
<p>jangkau pemasaran yang jauh lebih luas.</p> <p>b) Meningkatnya harga modal dari produk yang akan dijual ditoko.</p> <p>c) Harga jual toko sejenis yang lebih murah.</p> <p>d) Pengaruh cuaca. (curah hujan dan sebagainya)</p> <p>e) Kurangnya promosi secara luas dan meng-gaet pasar baru untuk mendapatkan pelanggan baru dibandingkan toko sejenis.</p>	<p>dengan toko lain yang memiliki kualitas barang yang sejenis.</p> <p>b) seiring bertambahnya harga modal barang akan sesuai dengan kualitas barang yang dijual nantinya</p> <p>c) Lokasi yang dimiliki toko sangat cocok namun tidak bisa dipungkiri apabila cuaca tidak menentu sehingga mempengaruhi jasa yang dijual</p> <p>d) Apabila penjualan dari pasar semakin meningkat harus di imbangi juga dengan promosi yang baik.</p>	<p>oleh toko lain yang memiliki peratan yang lebih baru</p> <p>b) Meningkat nya modal akan mempengaruhi moodal yang ada di toko karna harus menunggu barang terjual dahulu.</p> <p>c) Persaingan harga di toko sejenis menjadi masalah besar, namun dengan adanya lokasi strategis mengurangi tika kehilangan pelanggan baru</p> <p>d) Pengaruh cuaca akan mempengaruhi penjualan barang dan jasa yang akan dijual.</p>
--	--	---

*Sumber: Data wawancara dan pengamatan peneliti di toko Variasi*

Dari hasil Analisis Matrix SWOT dapat disimpulkan bahwasannya potensi yang bisa dikembangkan ada pada kelebihan dan peluang pada toko, karna kelebihan yang dimiliki apabila dapat dimaksimalkan toko ini dapat terus bersaing dengan toko sejenis, ditambah dengan potensi peluang di toko variasi yang memiliki peluang bagus dalam melakukan pengembangan menjadi lebih maksimal.

Hal ini dijelaskan juga di diagram kartesius matrix SWOT.

## c) Diagram Kartesius Matrix SWOT



Dari hasil matrix SWOT diatas dapat diketahui bahwasannya posisi toko saat ini berada pada titik Kuadran I dan II yang menunjukkan bahwasannya toko Variasi Mobil Bintang Variasi ini memiliki strategi agresif Peluang dan Kekuatan yang besar (*Opportunity and Strength*).<sup>56</sup>

Hal ini dapat menjadi peluang yang bisa dimanfaatkan di toko variasi tersebut dengan melakukan strategi pengembangan yang lebih (agresif), serta kekuatan yang dimiliki toko saat ini dapat dimaksimalkan lagi dengan tujuan meningkatkan penjualan. Hasil analisis ini juga menunjukkan situasi yang sangat menguntungkan dan

<sup>56</sup> Shafina Monita Dzulaiha, Lalu Sukardi, and Agus Purbathin Hadi, "Strategi Pengembangan Usaha Agroindustri Kerupuk Kulit Di Kecamatan Mataram," *jurnal Agroteksos* Vol. 30, no. 3 (2020): Hal. 149–160.

dapat membantu perusahaan meningkatkan penjualan di toko Variasi Mobil Bintang Variasi ini.

#### **D. Penerapan Hasil Bauran Pemasaran Untuk Mengembangkan Toko Dengan Metode Analisis SWOT**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan di toko ini bahwasanya di toko variasi mobil bintang variasi menerapkan sistem bauran pemasan 4P yang menjadikan nilai jual dalam melakukan pengembangan potensi usaha di toko variasi mobil ini yaitu dimana produk (*product*) yang dijual ke konsumen merupakan barang yang berkualitas baik dengan mengutamakan loyalitas konsumen dengan harapan pelanggan dapat merasa puas dengan hasil dan produk yang dijual di toko variasi mobil bintang variasi.

Selain itu dari harga (*price*) di toko ini benar adanya sudah sesuai dengan harga sesuai dengan wawancara pasaran namun beliau selaku pemilik toko menurunkan sedikit harganya dengan tujuan menarik minat pelanggan baru. Hal ini juga menjadi nilai jual yng ada ditoko variasi mobil bintang variasi.

Selain itu promosi (*promotion*) yang dilakukan di toko ini peneliti melihat hal inimenjadi kelemahan yang dimiliki toko ini, pasalnya toko ini hanya melakukan penjualan secara offline saja tanpa melakukan nya secara online, beliau juga menuturkan nya di wawancara karna jika dilakukan secara online beliau mengatakan ada market tersendiri yang

melakukan hal ini dan beliau tidak ingin mengikutinya karna itu juga sistem penjualan di toko ini hanya melalui offline tidak secara online karena yang dijual ditoko ini adalah barang dan jasa.

Pempat (*place*) di toko ini benar adanya berlokasi di jalan lintas utama sehingga dengan lokasi yang strategis dapat di jangkau oleh pelanggan baru yang datang ke toko. Selain itu juga memiliki lahan parkir yang luas dan nyaman. Namun berdasarkan temuan dilapangan lokasi yang berdekatan denan jalan lintas Smatra ini mengakibatkan sering terjadi macet karna harus mengantri apabila ada mobil yang akan masuk atau keluar dari toko.

Dari bukti dilapangan yang dilakukan peneliti menganalisa jika potensisi toko ini dapat berkembang masih cukup terbuka lebar walaupun dari sisi penjualan yang hanya melalui sistem offline saja. Dari 4P diatas toko variasi mobil bintang variasi ini memiliki nilai jual yang dapat membantu dalam mengembangkan toko. Diantaranya yaitu dari sisi produk dan harga. Produk ditoko ini memiliki kualitas dan menjaga kepuasan konsumen serta harga yang lebih murah dibandingkan kompetitor lainnya. Ditambah proses pemasangan yang cukup telaten dan hasil pemasangan yang baik menjadikan toko ini memiliki nilai tersendiri di mata konsumen. Hal ini dapat membantu dalam melakukan pengembangan usaha untuk kedepannya semakin baik karena toko ini memiliki potensi yang sangat menguntungkan.

Selain melakukan bauran pemasaran peneliti melakukan analisis SWOT dengan tujuan sebagai data pendukung dalam melakukan analisis yang dilakukan di toko ini. Sehingga dapat memudahkan dalam mengatasi masalah yang sedang dihadapi.

Melalui analisis IFAS dan EFAS dan diagram kartesius diharapkan dapat membantu dalam mengatasi masalah yang terjadi di toko ini. Dari hasil Analisis IFAS dan EFAS yang dilakukan peneliti di toko variasi mobil bintang variasi pada tabel 4.2 di atas bahwasannya toko variasi mobil ini juga memiliki potensi dari sisi kekuatan dan juga peluang dalam melakukan pengembangan usaha di toko variasi mobil intang variasi.

Ditambah dengan data pendukung diagram kartesius yang menunjukkan kekuatan dan peluang berbanding lurus dalam artian memiliki progres yang baik untuk dilakukan pengembangan usaha. Dengan harapan agar bisa dapat terus bersaing dengan toko sejenis. Terlepas dari kelemahan dan juga ancaman yang akan di hadapi ditoko ini. Namun apabila peluang dan pengembangan usaha ini dapat di maksimalkan maka, dapat meminimalisir timbulnya kelemahan dan ancaman yang akan terjadi di toko ini sekaligus dapat mengatasi dari permasalahan yang terjadi.

Dari dilakukan nya penelitian dan penerapan bauran pemasaran (*marketing mix*) dan analisis SWOT di toko variasi ini dapat peneliti simpulkan bahwasanya toko ini memiliki potensi dari produk dan harga yang di jual di toko ini serta kekuatan dan peluang yang cukup baik untuk

dilakukan pengembangan usaha di toko variasi mobil bintang variasi, dengan harapan dapat memberikan gambaran kepada pemilik usaha toko ini untuk melakukan pengembangan usahanya menjadi lebih baik dan mengatasi masalah yang timbul karena pendapatan dan penjualan yang fluktuatif serta munculnya kopetitor baru yang sejenis dengan marketing yang lebih modern dari pada di toko variasi mobil ini agar bisa terus bersaing di masa yang akan datang.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dapat disimpulkan bahwasannya toko variasi mobil bintang variasi ini dapat dilakukan pengembangan di masa yang akan datang. Hal ini dapat dibuktikan dari penerapan bauran pemasaran yang telah dilakukan melalui 4P, toko ini memiliki potensi dari sisi produk (*produk*) yang dijualnya dengan mengedepankan kualitasnya dengan harga (*price*), yang lebih murah dibandingkan kompetitornya. Serta didukung melalui analisis SWOT di dapat potensi kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*) sehingga toko variasi mobil bintang variasi agar bisa dikembangkan lagi untuk kedepannya.

#### B. Saran

Saran dari peneliti terhadap penelitian kali ini semoga penerapan strategi manajemen syariah pada toko variasi mobil bintang variasi ini dapat dimaksimalkan lagi dalam penerapannya. Dan kepada pemilik toko semoga dapat mengembangkan potensi yang dimiliki toko variasi mobil ini sekaligus melakukan pemberdayaan yang lebih baik kepada karyawannya. Peneliti berharap agar toko ini bisa terus berinovasi seiring berkembangnya teknologi yang semakin canggih. Semoga skripsi ini bisa menjadi acuan referensi pada penelitian selanjutnya di lain kesempatan agar bisa menjadi lebih baik lagi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Ma'ruf. *Manajemen Bisnis Syariah*. Aswaja Pressindo, 2014.
- Abdussamad, H Zuchri, and M Si Sik. *Metode Penelitian Kualitatif*. CV. Syakir Media Press, 2021.
- Annur, Haditsah. "Strategi Penjualan Variasi Mobil Menggunakan Metode K-Means Clustering (Studi Kasus Toko Luxor Variasi Gorontalo)." *Jurnal Cosphi* 2, no. 2 (2018).
- Astria, Yuli. "Analisis Produk Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Toko Rabbani Bandar Lampung)" (2019).
- Dzulaiha, Shafina Monita, Lalu Sukardi, and Agus Purbathin Hadi. "Strategi Pengembangan Usaha Agroindustri Kerupuk Kulit Di Kecamatan Mataram." *Agroteksos* 30, no. 3 (2020): 149–160.
- Elyarni, Reza, and Hermanto Hermanto. "Analisis SWOT Terhadap Strategi Pemasaran Layanan SAP Express Pada PT. SAP." *Jurnal Metris* 17, no. 02 (2016): 81–88.
- Fatimah, Fajar Nur'aini Dwi. *Teknik Analisis SWOT*. Anak Hebat Indonesia, 2016.
- Firdaus, Afdillah, and Endang Sutrisna. "Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Minat Konsumen Membeli Produk Perumahan (Kasus Pada Perumahan Surya Mandiri Teropong Pt. Efa Artha Utama)." *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Sosial dan Ilmu Politik* 4, no. 1 (2017): 1–12.
- Furqon, Muhammad. "Analisis Penerapan Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Pendapatan Usaha: Studi Pada Toko Emas Barokah Turen Malang Jawa Timur." Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2019.
- Hadi, Sutrisno. "Metodologi Research Yogyakarta." UGM Press, 1995.
- Ikhsan, Muhammad, Muhammad Mansur, and Budi Wahono. "Implementasi Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Metode Swot Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk Di CV. Maju Djaya Beton." *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen* 11, no. 12 (2022).
- Kurniawan, Dwi. "Wawancara Dengan Karyawan Toko." 2024 (n.d.).
- Makkulau, Nurul Fadhilla Zakaria. "Analisis Pengembangan Usaha (Studi Pada Usaha Kecil Menengah Sinar Mentari) Di Kelurahan Sudiang Kecamatan Biringkanaya Kota Makassar" (2022).

- Melinasari, Susi, Fitriana Fitriana, Bambang Prihananto, Erny Rachmawati, Tedy Ardiansyah, Dipa Teruna, Ni Made Wirastika Sari, Agus Koni, Mardhiah Mardhiah, and Idiatul Fitri Danasari. "Aspek-Aspek Bauran Pemasaran (Marketing Mix)" (2023).
- Muslimin, Z, Muhammad Zabir Zainuddin, and Muhammad Kepin Saputra. "Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Umkm Sederhana." *Sultra Journal of Economic and Business* 3, no. 2 (2022): 132–149.
- Nahwi, Kaivita, M Ansyar Bora, and Widi Nugraha. "Penentuan Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Kaca Film Mobil Di Autofarrel Variasi Pasca Pandemi Menggunakan Analisis Swot." *Jurnal Manajemen Rekayasa Dan Inovasi Bisnis* 1, no. 1 (2022): 1–10.
- Najla, Isnin. "Manajemen Strategi Usaha Spare Part Mobil Pada Toko Lovtha Motor Pelaihari Ditinjau Dari Ekonomi Islam" (2023).
- Peningkatan, bisnis aksesories mobil mengalami. "Ekonomi Republika.Co Id." 2023.
- Pratiwi, Ananda Mega, and Abdur Rohman. "Penerapan Strategi Digital Marketing Dalam Meningkatkan Omset Dengan Pendekatan Analisis Swot Perspektif Marketing Syariah Pada Toko Fihadaessie Surabaya." *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)* 6, no. 1 (2023): 881–898.
- Rangkuti, Freddy. *Personal SWOT Analysis*. Gramedia Pustaka Utama, 2015.
- Ratnawati, Shinta. "Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus Di Kantor Pos Kota Magelang 56100)." *Jurnal Ilmu Manajemen* 17, no. 2 (2020): 58–70.
- Rizan, Mohamad, Usep Suhud, Miladiatur Rahmah, Muhammad Zainut Tholibin, Muhammad Ainun Nafi'a, Soni Supriatna, Adjeng Laksmi Anggraeni, Roshif Syamsuddin, Suhaeli Suhaeli, and Muhammad Fuad Zainudin. "STRATEGI BAURAN PEMASARAN" (2023).
- Simamora, Virgo. "Buku Ajar Manajemen Srategis" (2022).
- Subaktilah, Yani, Nita Kuswardani, and Sih Yuwanti. "Analisis SWOT: Faktor Internal Dan Eksternal Pada Pengembangan Usaha Gula Merah Tebu (Studi Kasus Di UKM Bumi Asih, Kabupaten Bondowoso)." *Jurnal Agroteknologi* 12, no. 02 (2018): 107–115.
- Wiyono, Bapak Yudi. "Wawancara Dengan Pemilik Toko." 2024.

# **LAMPIRAN**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.ain@metrouniv.ac.id

Nomor : /In.28.1/J/TL.00//2024  
Lampiran : -  
Perihal : **SURAT BIMBINGAN SKRIPSI**

Kepada Yth.,  
Rina El Maza (Pembimbing 1)  
Rina El Maza (Pembimbing 2)  
di-

Tempat  
*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Dalam rangka penyelesaian Studi, mohon kiranya Bapak/Ibu bersedia untuk membimbing mahasiswa :

Nama : **HELGA FADHILLAH ROHMAN**  
NPM : 2003011042  
Semester : 8 (Delapan)  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Judul : **IMPLEMENTASI BAURAN PEMASARAN UNTUK  
MENGEMBANGKAN TOKO DENGAN METODE ANALISIS SWOT  
(Study Kasus di Toko Variasi Mobil Bintang Variasi)**

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Dosen Pembimbing membimbing mahasiswa sejak penyusunan proposal s/d penulisan skripsi dengan ketentuan sebagai berikut :
  - a. Dosen Pembimbing 1 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV setelah diperiksa oleh pembimbing 2;
  - b. Dosen Pembimbing 2 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV sebelum diperiksa oleh pembimbing 1;
2. Waktu menyelesaikan skripsi maksimal 2 (semester) semester sejak ditetapkan pembimbing skripsi dengan Keputusan Dekan Fakultas;
3. Mahasiswa wajib menggunakan pedoman penulisan karya ilmiah edisi revisi yang telah ditetapkan dengan Keputusan Dekan Fakultas;

Demikian surat ini disampaikan, atas kesediaan Bapak/Ibu diucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Metro,  
Ketua Jurusan



**Yudhistira Ardana**  
NIP 19890602202012101

## **OUTLINE PROPOSAL**

### **IMPLEMENTASI BAURAN PEMASARAN UNTUK MENGEMBANGKAN**

#### **TOKO DENGAN METODE ANALISIS SWOT**

**(Study Kasus di Toko Variasi Mobil Bintang Variasi)**

#### **BAB I PENDAHULUAN**

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Pertanyaan Penelitian
- C. Tujuan dan Manfaat Penelitian
- D. Penelitian Relevan

#### **BAB II LANDASAN TEORI**

##### **A. Management Strategi Islami**

1. Pengertian Bauran Pemasaran
2. Tujuan Implementasi Bauran Pemasaran
3. Manfaat Implementasi Bauran Pemasaran
4. Dampak dari Implementasi Bauran Pemasaran
5. Indikator Management Bauran Pemasaran
6. Faktor – Faktor Implementasi Bauran Pemasaran

##### **B. Pengembangan Toko Variasi Mobil**

1. Pengertian Variasi Mobil
2. Penerapan Strategi Penjualan Produk di Toko Variasi Mobil  
Bintang Variasi

1. Pengertian SWOT
2. Langkah – Langkah Penerapan Analisis SWOT
3. Metode Analisis SWOT yang akan digunakan dalam Penelitian Toko Variasi Mobil Bintang Variasi
4. Hasil dan pembahasan setelah dilakukan analisis menggunakan Metode SWOT

### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

- A. Jenis dan Sifat Penelitian
- B. Sumber Data
- C. Teknik Pengumpulan Data
- D. Teknik Analisis Data

7/3/24, 11:03 AM

IZIN PRASURVEY



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : /In.28/J/TL.01//2024  
Lampiran : -  
Perihal : IZIN PRASURVEY

Kepada Yth.,  
Bapak Yudi TOKO VARIASIMOBIL  
BINTANG VARIASI  
di-  
Tempat

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Dalam rangka penyelesaian Tugas Akhir/Skripsi, mohon kiranya Saudara berkenan memberikan izin kepada mahasiswa kami, atas nama :

Nama : **HELGA FADHILLAH ROHMAN**  
NPM : 2003011042  
Semester : 8 (Delapan)  
Jurusan : Ekonomi Syari'ah  
Judul : **IMPLEMENTASI BAURAN PEMASARAN UNTUK  
MENGEMBANGKAN TOKO VARIASI MOBIL BINTANG  
VARIASI DENGAN METODE ANALISIS SWOT**

untuk melakukan prasurvey di TOKO VARIASIMOBIL BINTANG VARIASI, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi.

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya prasurvey tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Metro,  
Ketua Jurusan,



**Yudhistira Ardana**  
NIP 198906022020121011

7/3/24, 10:33 AM

IZIN RESEARCH



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iaim@metrouniv.ac.id

Nomor : B-1677/In.28/D.1/TL.00/06/2024  
Lampiran : -  
Perihal : IZIN RESEARCH

Kepada Yth.,  
PEMILIK USAHA TOKO VARIASI  
MOBIL BINTANG VARIASI  
di-  
Tempat

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-1678/In.28/D.1/TL.01/06/2024,  
tanggal 05 Juni 2024 atas nama saudara:

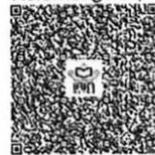
Nama : **HELGA FADHILLAH ROHMAN**  
NPM : 2003011042  
Semester : 8 (Delapan)  
Jurusan : Ekonomi Syariah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada PEMILIK USAHA TOKO VARIASI MOBIL BINTANG VARIASI bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di TOKO VARIASI MOBIL BINTANG VARIASI, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "IMPLEMENTASI BAURAN PEMASARAN UNTUK MENGEMBANGKAN TOKO DENGAN METODE ANALISIS SWOT (Study Kasus di Toko Variasi Mobil Bintang Variasi)".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Bapak/Ibu untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Metro, 05 Juni 2024  
Wakil Dekan Akademik dan  
Kelembagaan,



**Putri Swastika SE, M.IF**  
NIP 19861030 201801 2 001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: [www.febi.metrouniv.ac.id](http://www.febi.metrouniv.ac.id); e-mail: [febi.iaim@metrouniv.ac.id](mailto:febi.iaim@metrouniv.ac.id)

**SURAT TUGAS**

Nomor: B-1678/ln.28/D.1/TL.01/06/2024

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama : **HELGA FADHILLAH ROHMAN**  
NPM : 2003011042  
Semester : 8 (Delapan)  
Jurusan : Ekonomi Syariah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di TOKO VARIASI MOBIL BINTANG VARIASI, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "IMPLEMENTASI BAURAN PEMASARAN UNTUK MENGEMBANGKAN TOKO DENGAN METODE ANALISIS SWOT (Study Kasus di Toko Variasi Mobil Bintang Variasi)".
  2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro  
Pada Tanggal : 05 Juni 2024

Mengetahui,  
Pejabat Setempat

Wakil Dekan Akademik dan  
Kelembagaan,



**Putri Swastika SE, M.IF**  
NIP 19861030 201801 2 001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
UNIT PERPUSTAKAAN**

**NPP: 1807062F0000001**

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Ringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website digilib.metrouniv.ac.id, pustaka.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA  
Nomor : P-503/In.28/S/U.1/OT.01/06/2024**

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : HELGA FADHILLAH ROHMAN  
NPM : 2003011042  
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2023/2024 dengan nomor anggota 2003011042

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas administrasi Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 03 Juni 2024

Kepala Perpustakaan



Do As'ad, S. Ag., S. Hum., M.H., C.Me.  
NIP.19750505 200112 1 002



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jl. Ki Hajar Dewantara 15A Iringmulyo, Metro Timur, Kota Metro, Lampung, 34111  
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296

### **SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI**

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa;

Nama : Helga Fadhillah Rohman  
NPM : 2003011042  
Jurusan : Ekonomi Syariah

Adalah benar-benar telah mengirimkan naskah Skripsi berjudul **Implementasi Bauran Pemasaran Untuk Mengembangkan Toko Dengan Metode Analisis SWOT (Study Kasus di Toko Variasi Mobil Bintang Variasi)** untuk diuji plagiasi. Dan dengan ini dinyatakan **LULUS** menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan **Score 24%**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 14 Juni 2024  
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



**Yudhistira Ardana, M.E.K.**  
NIP.198906022020121011

**IMPLEMENTASI BAURAN PEMASARAN UNTUK MENGEMBANGKAN  
TOKO DENGAN METODE ANALISIS SWOT  
(Study Kasus di Toko Variasi Mobil Bintang Variasi)**

**OUTLINE**

**HALAMAN SAMPUL**

**HALAMAN JUDUL**

**NOTA DINAS**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**ABSTRAK**

**ORISILINTASI PENELITIAN**

**MOTTO**

**HALAMAN PERSEMBAHAN**

**KATA PENGANTAR**

**DAFTAR ISI**

**DAFTAR TABEL**

## **BAB I PENDAHULUAN**

- A. Latar Belakang
- B. Pertanyaan Penelitian
- C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian
- D. Penelitian Relevan

## **BAB II LANDASAN TEORI**

### **A. Implementasi Bauran Pemasaran (*marketing mix*)**

- 1. Pengertian Bauran Pemasaran
- 2. Tujuan Bauran Pemasaran
- 3. Manfaat Bauran Pemasaran
- 4. Indikator Bauran Pemasaran

### **B. Pengembangan Usaha**

- 1. Pengertian Pengembangan Usaha
- 2. Unsur-Unsur Pengembangan Usaha
- 3. Indikator Pengembangan Usaha

### **C. Analisis SWOT**

- 1. Pengertian SWOT
- 2. Tujuan Analisis SWOT
- 3. Fungsi Analisis SWOT
- 4. Aspek-Aspek SWOT (*strength, weakness, opportunity, threath*)
- 5. Langkah – Langkah Penerapan Analisis SWOT
- 6. Metode Yang Digunakan Dalam Analisis SWOT

### **BAB III METODE PENELITIAN**

- A. Jenis Dan Sifat Penelitian
- B. Data dan Sumber Data
- C. Teknik Pengumpulan Data
- D. Teknik Penjamin Keabsahan Data
- E. Teknik Analisis Data

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

- A. Profil toko variasi mobil bintang variasi
- B. Penyajian Data dan analisis
- C. Implementasi Bauran Pemasaran Untuk Mengembangkan Toko Dengan Metode Analisis SWOT
- D. Penerapan Hasil Bauran Pemasaran Untuk Mengembangkan Toko Dengan Metode Analisis SWOT

### **BAB V PENUTUP**

- A. Simpulan
- B. Saran

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN**

### **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

Pekalongan, 20 April 2024

Dosen Pembimbing



**Rina El Maza, S.H.I., M.S.I**

NIP. 198401232009122005

Peneliti



**Helga Fadhilah Rohman**

NPM 2003011042

## ALAT PENGUMPUL DATA (APD)

### IMPLEMENTASI BAURAN PEMASARAN UNTUK MENGEMBANGKAN TOKO DENGAN METODE ANALISIS SWOT (Study Kasus di Toko Variasi Mobil Bintang Variasi)

#### Wawancara:

Wawancara kepada pemilik toko variasi mobil bintang variasi

- a. Bagaimana perencanaan strategi dalam penjualan produk yang dilakukan di toko variasi mobil bintang variasi?
- b. Bagaimana harga yang ditetapkan dalam menjual barang yang ada di toko variasi mobil bintang variasi?
- c. Bagaimana pelaksanaan promosi yang dalam melakukan kegiatan bisnis di toko variasi bintang variasi?
- d. Bagaimana tempat (*place*) yang dimiliki ditoko variasi mobil bintang variasi? Apakah sudah bisa untuk bersaing dalam pengembangan usaha?
- e. Bagaimana penerapan sistem bagi hasil dan sistem pemesanan di toko variasi mobil bintang variasi?
- f. Apa yang dilakukan dalam upaya melakukan pengembangan toko variasi mobil ini? Baik dari sisi internal maupun eksternal?
- g. Apa yang menjadi masalah dalam upaya melakukan pengembangan ditoko variasi ini?

- h. Apakah yang menjadi nilai kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman dari toko variasi mobil bintang variasi?
- i. Apa yang menjadi kendala bapak dalam mengatasi kelemahan dan ancaman di toko variasi mobil bintang variasi ?

Wawancara kepada karyawan toko variasi mobil bintang variasi :

- a. Bagaimana penjualan produk yang dilakukan di toko ini dalam melakukan penjualan barang maupun jasa?
- b. Bagaimana harga jual barang dan jasa di toko ini? Apakah dengan sistem ini menjadikan nilai tersendiri dimata konsumen?
- c. Bagaimana promosi dalam menerapkan perencanaan di toko ini?
- d. Bagaimanakah tempat yang dijadikan proses kegiatan yang dilakukan di toko ini?
- e. Bagaimana progres dari dilakukannya sistem bagi hasil dan dan sistem pemesanan di toko variasi mobil bintang variasi?
- f. Strategi apa dilakukan dalam upaya melakukan pengembangan toko variasi mobil ini? Baik dari sisi internal maupun eksternal?
- g. Apa yang menjadi masalah dalam upaya melakukan pengembangan ditoko variasi ini?
- h. Apa yang menjadi kekuatan dan peluang bisa menjadi usaha dalam mengembangkan toko?
- i. Apa yang menjadi kelemahan dan ancaman yang ada di toko ini? Apakah berdampak signifikan terhadap berkembangnya toko?

**Dokumentasi:**

1. Buku-buku dan jurnal yang berkaitan dengan penelitian
2. Data-data lokasi penelitian
3. Profil toko variasi mobil bintang variasi dan foto dokumentasi dengan pemilik serta karyawan toko

Pekalongan, 20 April 2024

Dosen Pembimbing



**Rina El Maza, S.H.I., M.S.I**

NIP. 198401232009122005

Peneliti



**Helga Fadhillah Rohman**

NPM 2003011042

## TOKO VARIASI MOBIL BINTANG VARIASI

Lampiran : -

Hal : **Surat Balasan Survei**

Kepada Yth.

**Bapak/ Ibu**

**Dekan / Kajur Institut Agama Islam Negri Metro**

Di Tempat.

Dengan hormat,

Sehubungan dengan surat survei penelitian yang telah kami terima dalam rangka tugas akhir menyusun skripsi dan akan melakukan penelitian data di Toko kami, Dengan Mahasiswa yang bernama:

Nama : Helga Fadhillah Rohman

NPM : 2003011042

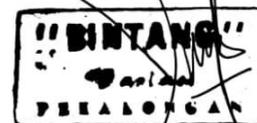
Jurusan : Ekonomi Syariah

Dengan judul skripsi **"IMPLEMENTASI BAURAN PEMASARAN UNTUK MENGEMBANGKAN TOKO DENGAN METODE ANALISIS SWOT (Study Kasus di Toko Variasi Mobil Bintang Variasi)"** Dengan ini saya selaku Pemilik Toko Variasi Mobil Bintang Variasi menerima Mahasiswa tersebut untuk melakukan penelitian di toko kami.

Demikianlah surat ini kami sampaikan, semoga Ibu atau Bapak dapat pertimbangan balasan survei ini dengan sebaik-baiknya.

Pekalongan, 07 Juni 2024

Pemilik Toko



YUDI WIYONO



KEMENTERIAN AGAMA RI  
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,  
Email : febi.iain@metrouniv.ac.id Website : www.febi.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Helga Fadhillah Rohman

Fakultas/Jurusan : FEBI/ Ekonomi Syariah

NPM : 2003011042

Semester : VII

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1.	Selasa, 24 Oktober 2023	- Bimbingan outline Penambahan Bab II Pengembangan usaha	
2.	Kamis, 26 Oktober 2023	- ACE Bimbingan outline	

Dosen Pembimbing,

Mahasiswa Ybs,

Rina El Maza, S.H.I., M.S.I

NIP. 198401232009122005

Helga Fadhillah Rohman

NPM. 2003011042



KEMENTERIAN AGAMA RI  
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,  
Email : febi.iain@metrouniv.ac.id Website : www.febi.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Helga Fadhillah Rohman

Fakultas/Jurusan : FEBI/ Ekonomi Syariah

NPM : 2003011042

Semester : VII

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1.	Selasa, 30 oktober 2023	Bimbingan Bab I - Latar belakang Penelitian, Data dan fakta untuk membuat argument Penelitian. - Data Pendapatan belum jelas - Rumusan masalah Penelitian. - Penjelasan Variable analisis swot belum ada.	
2.	Kamis, 3 november 2023	Bimbingan Bab I - Latar belakang yang belum sesuai - Data barang di rental dengan data: pendapatan untuk membuat argument Penelitian. - Penempatan Para ahli dan ayat yang harusnya di bab II	

Dosen Pembimbing,

Rina El Maza, S.H.I., M.S.I

NIP. 198401232009122005

Mahasiswa Ybs,

Helga Fadhillah Rohman

NPM. 2003011042



KEMENTERIAN AGAMA RI  
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,  
Email : febi.iain@metrouniv.ac.id Website : www.febi.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Helga Fadhillah Rohman

Fakultas/Jurusan : FEBI/ Ekonomi Syariah

NPM : 2003011042

Semester : VII

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1.	Selasa 19 November 2023	Bimbingan Bab I - Penambahan management strategi dan teori management Islam. - Keterkaitan dalam management dengan Penelitian yang sekarang. - keterkaitan antar variable swot dengan management strategi Islam.	
	Selasa, 21 November 2023	- Penyesuaian Penulisan footnote dan margin dalam Pembuatan Proposal (Font, Ukuran huruf dan Footnote) dan nomor halaman. - Aca Bab I	
	Kamis, 23 November 2023	- Penambahan teori Para ahli Bab II dan Ayat yang terkait Pas dalam penggunaan Penelitian	

Dosen Pembimbing,

**Rina El Maza, S.H.I., M.S.I**

NIP. 198401232009122005

Mahasiswa Ybs,

**Helga Fadhillah Rohman**

NPM. 2003011042



KEMENTERIAN AGAMA RI  
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,  
Email : febi.iain@metrouniv.ac.id Website : www.febi.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Helga Fadhillah Rohman

Fakultas/Jurusan : FEBI/ Ekonomi Syariah

NPM : 2003011042

Semester : VII

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Selasa, 28 November 2023	<ul style="list-style-type: none"><li>- Melengkapi teori Swot bab II</li><li>- Penomoran footnote dan penulisan footnote</li><li>- melengkapi teknis analisis bab III</li></ul>	
	Kamis, 30 November 2023	<ul style="list-style-type: none"><li>- Penambahan bagan diagram cartesius</li><li>- Swot dalam penelitian kali ini lebih mengah kemana</li></ul>	
	Selasa, 19 Desember 2023	<ul style="list-style-type: none"><li>- Perbaiki penulisan di bab III</li><li>- Jenis penelitian yang dilakukan</li><li>- diperjelas lagi di bab III</li></ul>	

Dosen Pembimbing,

Rina El Maza, S.H.I., M.S.I

NIP. 198401231009122005

Mahasiswa Ybs,

Helga Fadhillah Rohman

NPM. 2003011042



KEMENTERIAN AGAMA RI  
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,  
Email : febi.iain@metrouniv.ac.id Website : www.febi.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Helga Fadhillah Rohman

Fakultas/Jurusan : FEBI/ Ekonomi Syariah

NPM : 2003011042

Semester : VIII

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1.	Selasa, 9 Januari 2024	<ul style="list-style-type: none"><li>- Perbaiki penulisan typo di Bab I, - II</li><li>- Perbaiki penulisan footnote yang tidak sesuai dan ganda</li><li>- Perjelas dan Peringkat di sifat dan sumber data</li><li>- Perubahan teknik pengumpulan data menjadi wawancara dan dokumentasi</li><li>- Penambahan metode berfikir.</li></ul>	
2.	Kamis, 18 Januari 2024	<ul style="list-style-type: none"><li>- Penambahan teori hubner, keparis dan penerapannya serta keserasian terhadap penelitian kali ini di bab III dibagian teknis analisis data.</li></ul>	

Dosen Pembimbing,

Mahasiswa Ybs,

**Rina El Maza, S.H.I., M.S.I**

NIP. 198401232009122005

**Helga Fadhillah Rohman**

NPM. 2003011042



KEMENTERIAN AGAMA RI  
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI(LAIN) METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,  
Email : febi.iain@metrouniv.ac.id Website :www.febi.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Helga Fadhillah Rohman

Fakultas/Jurusan : FEBI/ Ekonomi Syariah

NPM : 2003011042

Semester : VIII

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1.	Senin, 22 Januari 2024	Acc Bab I, II, III	
	<del>Jumat</del> 22		

Dosen Pembimbing,

**Rina El Maza, S.H.I., M.S.I**

NIP. 198401232009122005

Mahasiswa Ybs,

**Helga Fadhillah Rohman**

NPM. 2003011042



KEMENTERIAN AGAMA RI  
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,  
Email : febi.iain@metrouniv.ac.id Website : www.febi.metrouniv.ac.id

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI**

Nama : Helga Fadhillah Rohman

Fakultas/Jurusan : FEBI/ Ekonomi Syariah

NPM : 2003011042

Semester : VIII

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1.	07-05-2024	Bimbingan Outline APD BAB IV - Landasan teori diganti Pengembangan - BISNIS - APD wawancara di urutkan sesuai dengan Judul Penelitian	
2.	16-05-2024	- Pertanyaan wawancara berangkat dari teori (Landasan teori) bab II - Pertanyaan SWOT dikembangkan	
3.	22-05-2024	- Perbaiki Management Strateg;	

Dosen Pembimbing,

**Rina El Maza, S.H.I., M.S.I**

NIP. 198401232009122005

Mahasiswa Ybs,

**Helga Fadhillah Rohman**

NPM. 2003011042



KEMENTERIAN AGAMA RI  
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI(IAIN) METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,  
Email : febi.iain@metrouniv.ac.id Website : www.febi.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Helga Fadhilah Rohman

Fakultas/Jurusan : FEBI/ Ekonomi Syariah

NPM : 2003011042

Semester : VIII

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1.	28 - 05 - 2024	Acc APD Outline Lanjut bab IV	
2.	07 - 06 - 2024	Bimbingan BAB IV	
3.	12 - 06 - 2024	- Benahi lagi wawancara BAB IV Diperdalam Lagi. - Bab IV Di benahi Lagi Penulisan - BAB V Kesimpulan saran Diperjelas - Lengkapi berkas, penulisan Paragraf Dilengkapi Lagi	
4.	13 - 06 - 2024	Acc BAB I - V untuk di Monoprosah	

Dosen Pembimbing,

Rina El Maza, S.H.I., M.S.I

NIP. 198401232009122005

Mahasiswa Ybs,

Helga Fadhilah Rohman

NPM. 2003011042

Dokumentasi Wawancara dengan pemilik toko variasi mobil



Dokumentasi Wawancara dengan karyawan/Mekanik toko



Hasil dan proses pemasangan produk di toko variasi mobil



## Profil Toko Variasi Bintang Variasi



## Riwayat Hidup Peneliti



Hallo Saya **Helga Fadhillah Rohman**, lahir di Pekalongan, 15 Juli 2002. Peneliti merupakan putra dari Bapak Rudi Rohman dan Ibu Erlina Sri Widiyanti. Peneliti merupakan anak pertama dari dua bersaudara. Penulis menyelesaikan Pendidikan Formal di TK Pertiwi dari Tahun 2006-2008, lalu ke jenjang Pendidikan Sekolah Dasar di SDN 4 Metro Timur dari Tahun 2009-2014. Pada jenjang berikutnya peneliti melanjutkan pendidikannya ke tingkat Sekolah Menengah Pertama di MTs Negeri 1

Lampung Timur dari Tahun 2015-2017, dan selanjutnya melanjutkan pendidikan ke tingkat Sekolah Menengah Atas di MAN 1 Lampung Timur dari Tahun 2018-2020. Selama SMA peneliti sempat mengikuti Organisasi di sekolah, di antaranya ekstra kulikuler sekolah yakni futsal dan peramuka.

Setelah menyelesaikan pendidikan pada jenjang sekolah, peneliti melanjutkan untuk mengemban ilmu ke Perguruan Tinggi. Terhitung sejak Tahun 2020 resmi tercatat sebagai Mahasiswa jurusan Fakultas Ekonomi Syariah di IAIN Metro Lampung. Saat ini peneliti sedang menyelesaikan tugas akhir Skripsi untuk menempuh syarat mendapat gelar S1 (SE). Dengan tujuan untuk mendapatkan Ilmu yang bermanfaat bagi peneliti sendiri khususnya, dan peneliti mengamalkan Ilmu tersebut kepada orang lain. Tentunya semua ini tidak lepas dari do'a serta dukungan kedua orang tua dan orang-orang di sekitar peneliti. Tidak lupa peneliti senantiasa selalu bersyukur atas nikmat, rahmat dan ridha yang diberikan oleh Allah SWT, berkat rahmat dan hidayahnya penulis mampu menyelesaikan segala tugas yang telah di lalui selama menjadi Mahasiswa.