

SKRIPSI

**IMPLEMENTASI ANALISIS SWOT DALAM STRATEGI
MARKETING SYARIAH BPRS LAMPUNG TIMUR**

Oleh:

LENI SRI HANDAYANI
NPM. 2103010036



Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1446 H / 2025 M

**IMPLEMENTASI ANALISIS SWOT DALAM STRATEGI MARKETING
SYARIAH BPRS LAMPUNG TIMUR**

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

Oleh:

LENI SRI HANDAYANI
NPM. 2103010036

Dosen Pembimbing : M. Mujib Baidhowi, M.E

Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1446 H / 2025 M**

NOTA DINAS

Nomor : -
Lampiran : 1 (Satu) Berkas
Perihal : **Pengajuan permohonan untuk dimunaqosyahkan**

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Metro
di-

Tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb

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

Nama : LENI SRI HANDAYANI
NPM : 2103010036
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : IMPLEMENTASI ANALISIS SWOT DALAM STRATEGI
MARKETING BPRS LAMPUNG TIMUR

Sudah saya setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Metro untuk dimunaqosyahkan

Demikian harapan kami dan atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Metro, 10 Juni 2025
Dosen Pembimbing


M. Muhib Baidhowi, M.E
NIP. 199103112020121005

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : IMPLEMENTASI ANALISIS SWOT DALAM STRATEGI
MARKETING BPRS LAMPUNG TIMUR

Nama : LENI SRI HANDAYANI

NPM : 2103010036

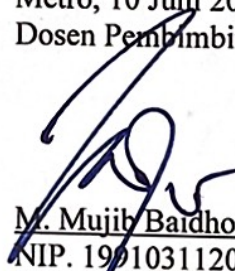
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Prodi : Ekonomi Syariah

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dalam sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro

Metro, 10 Juni 2025
Dosen Pembimbing



M. Mujib Bardhowi, M.E
NIP. 199103112020121005

PENGESAHAN SKRIPSI

No: B-1539/1n-28.3/D/PP.00.9/07/2025

Skrripsi dengan Judul: IMPLEMENTASI ANALISIS SWOT DALAM STRATEGI MARKETING BPRS LAMPUNG TIMUR, disusun oleh: Leni Sri Handayani, NPM: 2103010036, Prodi: Ekonomi Syariah, telah diujikan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/tanggal: Senin/23 Juni 2025.

TIM PENGUJI:

Ketua/Moderator : Muhammad Mujib Baidhowi, M.E

Penguji I : Suci Hayati, M.S.I

Penguji II : Hotman, M.E.Sy

Sekretaris : Ananto Triwibowo, M.E.

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

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Dri Santoso, M.H.

NIP. 19670316 199503 1 001

ABSTRAK

IMPLEMENTASI ANALISIS SWOT DALAM STRATEGI MARKETING SYARIAH BPRS LAMPUNG TIMUR

Oleh:

**LENI SRI HANDAYANI
NPM. 2103010036**

Analisis SWOT dalam Strategi Marketing BPRS Lampung Timur menggunakan analisis faktor lingkungan internal dan eksternal melalui analisa keunggulan dan kelemahan perusahaan, serta analisa peluang dan ancaman yang dihadapi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana implementasi analisis SWOT dalam strategi marketing BPRS Lampung Timur.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi analisis SWOT dalam strategi marketing di BPRS Lampung Timur. Dalam menghadapi persaingan industri perbankan syariah, penting bagi BPRS untuk merumuskan strategi pemasaran yang tepat guna meningkatkan daya saing dan menjangkau lebih banyak nasabah. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa BPRS Lampung Timur memiliki beberapa kekuatan utama, antara lain: pilihan produk yang beragam, lokasi strategis, kemampuan membantu pengusaha kecil di daerah, dan penerapan prinsip syariah dalam bisnis. Namun, terdapat kelemahan seperti strategi promosi yang kurang, belum adanya pelayanan digital, pengenalan produk yang belum optimal, serta keterbatasan tenaga ahli. Peluang yang dimiliki BPRS antara lain: menjadi satu-satunya perbankan yang berprinsip syariah, meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap perbankan, prinsip yang tidak membatasi nasabah berdasarkan agama, dan hubungan yang baik dengan nasabah. Sedangkan ancaman yang dihadapi meliputi strategi bisnis yang mudah ditiru, munculnya teknologi baru pada pesaing yang lebih unggul, dan pemahaman nasabah yang kurang terhadap prinsip syariah.

Kata Kunci: *Analisis Swot, Strategi Marketing, BPRS.*

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Leni Sri Handayani

NPM : 2103010036

Prodi : 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, 11 Juni 2025
Yang menyatakan



Leni Sri Handayani
NPM. 2103010036

MOTTO

"Perencanaan yang matang adalah separuh dari keberhasilan."

اَحْرِضْ عَلَى مَا يَنْفَعُكَ وَاسْتَعِذْ بِاللّٰهِ وَلَا تَعْجِزْ

“Bersungguh-sungguhlah untuk mendapatkan apa yang bermanfaat bagimu, mintalah pertolongan kepada Allah (dalam setiap urusan) dan janganlah sekali-kali engkau merasa lemah.” (H.R. Muslim)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil 'Alamin tiada kata yang pantas di ucapkan selain rasa syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan begitu banyak berkah dalam hidup peneliti. Semua yang telah tercapai tak lepas dari segala perjuangan dan rasa syukur yang dalam kepada-Nya. Dengan kerendahan hati dan rasa syukur kepada Allah SWT, peneliti persembahkan skripsi ini kepada:

1. Kedua orang tua tersayang Bapak Sumiyanto dan Ibu Riyani yang telah memberikan dukungan penuh baik dukungan secara moral berupa doa dan motivasi maupun dukungan secara materi untuk terus melanjutkan pendidikan dan menggapai impian.
2. Saudara kandung saya Wawan Setyo Utomo yang selalu mensupport dan memberikan semangat untuk terus belajar dan menyelesaikan kuliah. Tidak lupa dengan kedua ponakan saya vika dan hafiz yang selalu menghibur penulis.
3. Bapak M. Mujib Baidhowi, M.E., selaku pembimbing yang telah memberikan bimbingan, pengarahan, saran, serta masukan kepada penulis dalam penyusunan skripsi.
4. Rekan-rekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Prodi Ekonomi Syariah, khususnya angkatan 2021 yang turut memberikan motivasi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Dan yang terakhir, kepada diri saya sendiri, Leni Sri Handayani. Terima kasih sudah bertahan sejauh ini. Terima kasih tetap memilih berusaha dan merayakan dirimu sendiri sampai di titik ini, walau sering kali merasa putus asa atas apa yang diusahakan dan belum berhasil, namun terima kasih tetap menjadi manusia yang selalu mau berusaha dan tidak lelah mencoba. Terima kasih karena memutuskan tidak menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dan telah menyelesaikannya sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dirayakan untuk diri sendiri. Berbahagialah selalu dimanapun berada, Leni. Apapun kurang dan lebihmu mari merayakan diri sendiri.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan karunianya beserta rahmat-Nya, sehingga penyusun dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Skripsi ini merupakan tugas dan syarat untuk mengikuti munaqosah.

Dalam penyelesaian skripsi ini, peneliti mendapatkan banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terimakasih kepada :

1. Ibu Prof. Prof. Dr. Ida Umami, M.Pd., Kons., selaku rektor IAIN Metro
2. Bapak Dr. Dri Santoso, M.H., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Bisnis Islam
3. Bapak M. Mujib Baidhowi, M.E., selaku ketua Prodi Ekonomi Syariah sekaligus pembimbing saya yang telah memberi bimbingan yang sangat berharga dalam mengarahkan dan memberikan motivasi.
4. Segenap civitas akademik, Dosen, Karyawan dan Staf-staf IAIN Metro yang telah menyediakan waktu dan fasilitas dalam rangka pengumpulan data.
5. Direktur BPRS Lampung Timur yang telah memberikan informasi kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Kritik dan saran demi perbaikan skripsi ini sangat diharapkan dan akan diterima dengan kelapangan dada. Dan akhirnya semoga skripsi ini kiranya dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu Ekonomi Syariah.

Metro, Juni 2025
Peneliti,



Leni Sri Handayani
NPM 2103010036

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
NOTA DINAS.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
ABSTRAK	vi
ORISINALITAS PENELITIAN.....	vii
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Pertanyaan Penelitian	7
C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian.....	8
D. Penelitian Relevan.....	9
BAB II LANDASAN TEORI	12
A. Analisis SWOT (<i>Strenghts, Weaknesses, Opportunities, and Threats</i>)	12
1. Pengertian Analisis SWOT.....	12
2. Tujuan dan Manfaat Analisis SWOT	13
3. Analisis Lingkungan Internal	15
4. Analisis Lingkungan Eksternal.....	16
5. Strategis SWOT Sebagai Dasar Penilaian	18
6. Matriks SWOT.....	18
B. Strategi Marketing	21
1. Pengertian Strategi Marketing	21
2. Jenis-Jenis Strategi Marketing.....	23

3	<i>Marketing Mix</i>	24
C.	Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS)	28
1	Pengertian Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS)	28
2	Perkembangan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).....	28
BAB III METODE PENELITIAN		31
A.	Jenis Dan Sifat Penelitian.....	31
B.	Sumber Data	32
C.	Teknik Pengumpulan Data	33
D.	Teknik Penjaminan Kebasahan Data	35
E.	Teknik Analisis Data	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
A.	Gambaran Umum BPRS Lampung Timur	38
1.	Sejarah Singkat BPRS Lampung Timur	38
2.	Visi Dan Misi BPRS Lampung Timur	40
3.	Produk-Produk BPRS Lampung Timur	41
4.	Struktur Organisasi BPRS Lampung Timur	46
B.	Strategi Marketing BPRS Lampung Timur.....	46
C.	Analisis Lingkungan Internal Dan Eksternal BPRS Lampung Timur	52
D.	Analisis SWOT Dalam Strategi Marketing BPRS Lampung Timur	59
E.	Pembahasan.....	61
BAB V PENUTUP		
A.	Kesimpulan	64
B.	Saran	65
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN-LAMPIRAN		
DAFTAR REWYAT HIDUP		

DAFTAR TABEL

Table 1.1 Produk-produk BPRS Lampung Timur	6
Table 1.2 Jumlah nasabah pada BPRS Lampung Timur Tahun 2021 s.d 2025..	6
Table 1.1 Matriks SWOT	19
Tabel 4.1 Matriks SWOT BPRS Lampung Timur	58

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Keterangan Pembimbing Skripsi (SK)
2. Outline
3. Alat Pengumpulan Data
4. Surat Research
5. Surat Balasan Izin Research
6. Surat Izin Prasurvey
7. Surat Keterangan Bebas Pustaka
8. Surat Keterangan Lulus Uji Plagiasi Turnitin
9. Formulir Konsultasi Bimbingan Skripsi
10. Foto-foto Penelitian
11. Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam era modern saat ini, kontribusi sektor perbankan terhadap pertumbuhan ekonomi suatu negara sangat signifikan, dimana setiap negara dan individu tidak bisa berpisah dari aktivitas perbankan. Hampir setiap sektor yang berkaitan dengan finansial memerlukan layanan bank untuk menjalankan transaksi keuangan, baik itu individu, organisasi, lembaga sosial, atau perusahaan. Begitu besar peran perbankan dalam masyarakat, sebab peran bank itu sangat penting seperti dalam hal penciptaan uang, distribusi uang, penyediaan modal untuk bisnis, sebagai tempat penyimpanan uang, serta sebagai lokasi untuk melakukan investasi dan layanan keuangan lainnya.¹

Pada saat ini sistem perbankan di Indonesia dibagi menjadi dua secara konvensional dan syariah. Bank berdasarkan prinsip syariah adalah lembaga keuangan yang beroperasi berdasarkan etika dan sistem nilai islam, khususnya yang bebas dari bunga (*riba*), bebas dari kegiatan spekulatif yang nonproduktif seperti perjudian (*maysir*), bebas dari hal-hal yang tidak jelas dan meragukan (*gharar*), dengan berprinsip keadilan dan hanya membiayai kegiatan usaha yang halal.²

¹ N Dalimunthe and N K Lubis, 'Peran Lembaga Perbankan Terhadap Pembangunan Ekonomi: Fungsi Dan Tujuannya Dalam Menyokong Ketenagakerjaan', *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 8.30 (2023), 956–63.

² Ascarya Diana Yumanita, *Bank Syariah: Gambaran Umum, Pusat Pendidikan Dan Studi Kebanksentralan (PPSK) BI*, 2005.

Menurut Pasal 18 UU No. 21 Tahun 2008, Bank Syariah terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).³ Ketentuan ini menunjukkan bahwa BPRS merupakan bagian dari sistem perbankan syariah di Indonesia.

BPRS merupakan lembaga keuangan syariah dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.⁴ BPRS berfokus pada kegiatan penghimpunan dana dan penyaluran pembiayaan berdasarkan prinsip-prinsip syariah.

Perkembangan teknologi informasi mendorong perubahan besar bagi manajemen perusahaan termasuk perbankan agar dapat memasarkan produknya dengan lebih baik. Hal yang harus diperhatikan adalah bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan agar menarik minat nasabah. Strategi pemasaran adalah alat fundamental yang dirancang untuk mencapai kesuksesan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar-pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar-pasar tersebut.⁵

Saat memasarkan produk, suatu perusahaan harus bisa membaca situasi pasar sekarang dan masa yang akan datang. Apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen, karena dalam pasar selalu terjadi perubahan. Maka perbankan juga harus beradaptasi dengan yang ada di

³ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. NTB: Pengadilan Agama Giri Menang.

⁴ Anisa Dwi Utami et al., "Strategi Pengembangan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah di Indonesia," *Al-Muzara'Ah* 11, no. 1 (2023): 47–61.

⁵ Arsha Nurma Dewi and Donny Setiawan, 'Analisis Strategi Bauran Pemasaran pada Bisnis Kuliner (Studi Kasus CV. Gehu Extra Pedas Chili Hot)', *GREAT: Jurnal Manajemen dan Bisnis Islam*, 1.1 (2024).

wilayah tersebut. Lingkungan pemasaran sangat menentukan suksesnya pemasaran.⁶

Dalam era persaingan bisnis yang semakin ketat, perusahaan dituntut untuk memiliki strategi pemasaran yang tidak hanya kreatif, tetapi juga tepat sasaran. Banyak perusahaan menghadapi tantangan dalam mengenali keunggulan mereka sendiri, memahami kelemahan internal, serta membaca peluang dan ancaman yang datang dari pasar. Tanpa pemahaman yang mendalam terhadap faktor-faktor tersebut, strategi marketing sering kali tidak efektif atau bahkan gagal menjangkau target.

Untuk menghadapi persaingan ini, pemasaran suatu perusahaan terhadap produknya memerlukan suatu proses pemahaman situasi internal perusahaan maupun lingkungan eksternal dimana perusahaan akan bersaing. Faktor internal bank meliputi kekuatan dan kelemahan bank syariah dalam memasarkan produk perbankan syariah, sedangkan faktor eksternal meliputi peluang dan ancaman bank itu sendiri. Dari pemahaman tersebut, perusahaan akan menentukan arah strategis apa yang harus dilakukan di masa yang akan datang.

Dalam hal ini, pentingnya analisis SWOT (*strengths, weaknesses, opportunities, threats*) sebagai alat bantu dalam menyusun strategi pemasaran yang lebih terarah dan berdaya saing. Dengan melakukan analisis SWOT, perusahaan dapat mengetahui posisi mereka di pasar secara objektif dan menyusun langkah strategis yang sesuai dengan kondisi pasar.

⁶ Ricki Febrian Syah, Muhammad Iqbal Fasa, and Suharto Suharto, 'Analisis SWOT Dalam Strategi Pemasaran Produk Perbankan Syariah Di Indonesia', *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4.1 (2021), 62–72.

Analisis SWOT merupakan analisis yang paling umum digunakan dalam dunia industri untuk merumuskan strategi. Rencana strategis pengembangan BPRS disusun berdasarkan hasil analisis SWOT bank syariah.⁷

Penggunaan Analisis SWOT (*strengths, weakness, opportunities, threat*) perusahaan dapat menganalisa terhadap kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki dan dihadapi perusahaan sehingga dapat menjalankan operasionalnya secara efektif dan efisien dalam bidang pemasaran⁸. Pendekatan ini sangat efektif untuk mengidentifikasi secara sistematis. Dalam segmen pasar yang spesifikasi, alat ini lah yang bisa membantu mengevaluasi posisi strategis secara internal dan eksternal. Hal inipenting agar strategi pemasaran yang dikembangkan tidak hanya sesuai syariah, tetapi juga realistis, adaptif terhadap tantangan pasar, dan memanfaatkan peluang yang ada secara optimal.

Analisis SWOT adalah sebuah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi *Strengths, Weakness, Opportunities*, dan *Threats* terlibat dalam suatu proyek atau dalam bisnis usaha. Hal ini melibatkan penentuan tujuan usaha bisnis atau proyek dan mengidentifikasi

⁷ Syah, Fasa, and Suharto, “Analisis SWOT Dalam Strategi Pemasaran Produk Perbankan Syariah Di Indonesia.”2022, 62.

⁸ Annisa Karenina Ajie and others, ‘Analisis Swot Pada Manajemen Stratejik Dalam Platform Belanja Online’, *Lokawati : Jurnal Penelitian Manajemen Dan Inovasi Riset*, 2.4 (2024), 22–35.

faktor-faktor internal dan eksternal yang baik dan menguntungkan untuk mencapai tujuan itu.⁹

Analisis SWOT dilakukan dengan tujuan untuk mengenali tingkat kepastian setiap fungsi dari keseluruhan setiap usaha yang diperlukan untuk mencapai sasaran yang telah ditetapkan. Berhubung tingkat kesiapan fungsi ditentukan oleh tingkat kesiapan masing-masing faktor yang terlibat dari setiap fungsi, maka analisis SWOT dilakukan terhadap keseluruhan faktor dalam setiap fungsi, baik faktor internal maupun eksternal. Agar dalam melakukan analisis bisnis, pelaku bisnis dapat mengidentifikasi masalah dan faktor-faktor yang mempengaruhi serta menemukan solusinya.

Instrumen ini akan membantu memperkirakan cara terbaik untuk menentukan strategi dan hal yang perlu dilakukan dalam menjalankan strategi tersebut. Analisis SWOT adalah model langsung yang menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman terhadap Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) untuk menciptakan strategi marketing atau strategi pemasaran. Untuk melakukannya, perlu diperhatikan bagaimana kondisi potensial serta apa yang tidak dapat dilakukan oleh pihak Bank tersebut. Oleh karena itu, Analisis SWOT ini merupakan kunci dari perencanaan BPRS.

Berdasarkan hasil survey, PT BPR SYARIAH LAMPUNG TIMUR (PERSERODA) adalah badan usaha milik daerah (BUMD) yang bergerak di bidang perbankan. Sesuai peraturan OJK No.3 Tahun 2016 tentang bank

⁹ Moch Choiril Anwar and Meinarini Catur Utami, 'Analisis SWOT Pada Strategi Bisnis Dalam Kompetisi Pasar', *Jurnal Sistem Informasi*, 5.1 (2012), 1–9.

pembiayaan rakyat syariah, BPRS Lampung Timur adalah bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah yang pengelolaannya sudah diatur dan diawasi oleh OJK. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) memiliki produk yang beragam antara lain:¹⁰

Table 2.1
Produk-produk BPRS Lampung Timur

No	Produk Tabungan	Produk Pembiayaan
1.	Simpel (Simpanan Pelajar)	Pembiayaan Ijarah Multijasa
2.	Tabungan Tahun Ajaran Baru (Tabaru)	Pembiayaan Musyarakah (Bagi Hasil)
3.	Tabungan Walimah (Tawal)	Pembiayaan Mudharabah
4.	Tabungan Qurban (Taqr)	Pembiayaan Murabahah (Jual Beli)
5.	Tabungan Deposito Berjangka	

Dengan berbagai produk yang inovatif dan menguntungkan serta pemasaran yang dilakukan BPRS Lampung Timur seperti mulut ke mulut (*word of mouth*) juga mengadakan events, penyebaran brosur, kerjasama dengan instansi dan sosial media. seharusnya banyak masyarakat yang sudah menyadari dan memahami potensi dan manfaat yang ditawarkan oleh BPRS Lampung Timur. Maka dari itu masalah yang dihadapi oleh BPRS Lampung Timur adalah terbatasnya informasi yang diperoleh masyarakat dari BPRS Lampung Timur.¹¹

¹⁰ Wawancara Dengan Bapak Trihadi Suwanto Selaku remedial officer BPRS Lampung Timur Pada Hari Senin Pukul 09.00

¹¹ Wawancara Dengan Bapak Trihadi Suwanto Selaku remedial officer BPRS Lampung Timur Pada Hari Senin Pukul 09.00

Table 1.2
Jumlah nasabah pada BPRS Lampung Timur
Tahun 2021 s.d 2025

No.	Tahun	Jumlah Nasabah
1.	2021	3.417
2.	2022	7.380
3.	2023	7.168
4.	2024	7.019
5.	2025	6.230

Dari data diatas dapat diketahui bahwa nasabah yang diperoleh oleh BPRS setiap tahunnya berubah. Untuk mengetahui beberapa problematika yang terkait dengan strategi marketing BPRS Lampung Timur peneliti menggunakan metode analisis SWOT untuk dapat mengetahui bagaimana kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman yang dihadapi oleh BPRS Lampung Timur.

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti ingin mendalami lebih jauh mengenai strategi marketing yang telah BPRS Lampung Timur lakukan dalam memasarkan produk-produknya dan bagaimana strategi dari perspektif analisis SWOT, maka dari penulis mengambil judul “Implementasi Analisis SWOT dalam Strategi Marketing BPRS Lampung Timur”.

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan penjelasan diatas yang sudah dipaparkan oleh peneliti, dapat di pahami pertanyaan penelitian sebagai berikut: “Bagaimana implementasi analisis SWOT dalam strategi syariaah marketing BPRS Lampung Timur ?”

C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana implementasi analisis SWOT dalam strategi marketing syariah BPRS Lampung Timur.

2. Manfaat Penelitian

Terdapat dua manfaat dari penelitian ini, yaitu manfaat secara teoritis dan secara praktis. Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Secara Teoritis

Sebagai wahana untuk menerapkan ilmu pengetahuan serta menambah wawasan bagi peneliti dalam memahami ilmu pengetahuan khususnya pengetahuan di bidang manajemen strategi khususnya SWOT dalam strategi marketing dan juga sebagai bahan referensi bagi penelitian selanjutnya, serta dapat menjadi bahan pertimbangan dalam melakukan penelitian di masa datang, khususnya penelitian mengenai analisis SWOT dilokasi yang berbeda.

b. Secara Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan masukan bagi para pengusaha, guna mengetahui apakah usaha bisnis yang dijalankan sudah menggunakan analisis SWOT dalam strategi marketing.

D. Penelitian Relevan

Sejauh pengamatan dan penelusuran peneliti yang berkaitan dengan bagaimana implementasi analisis SWOT dalam strategi marketing Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Lampung Timur maka penulis memaparkan beberapa penelitian relevan terdahulu sebagai berikut:

1. Skripsi yang ditulis oleh Romadhani Kudadiri Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera 2018, yang berjudul “*Analisis SWOT Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pada PT. BPRS PUDUARTA INSANI TEMBUNG*”.¹² Skripsi ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi strategi pemasaran pada BPRS Puduarta Insani berdasarkan analisis SWOT. Dalam penelitian Romadhani menjelaskan bahwa Pt. Bprs Puduarta Insani dalam meningkatkan strategi pemasaran produk pembiayaannya berupa mutu dan produk sudah terjamin, saluran distribusi yang efektif dan citra produk yang baik.

Persamaan dalam penelitian Romadhani dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti Analisis SWOT dan perbedaannya adalah penelitian Romadhani berfokus pada produk pembiayaan sedangkan penelitian ini berfokus pada strategi marketing yang dijalankan oleh BPRS Lampung Timur.
2. Skripsi yang ditulis oleh Fadil Arrahman Mahasiswa Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta 2022 Yang Berjudul, “*Analisis SWOT Strategi Penanganan Pembiayaan Bermasalah Untuk Akad*

¹² Romadhani Kudadiri, “*Analisis SWOT Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pada PT. BPRS Puduarta Insani Tembung*”, Skripsi Universitas Islam Negeri Sumatera, Medan, 2018.

Murabahah Pada BPRS AL SALAAM".¹³ Skripsi ini bertujuan untuk mengetahui strategi BPRS AL SALAAM dalam melakukan penanganan pembiayaan bermasalah untuk akad murabahah melalui analisis SWOT.

Persamaan skripsi Fadil dengan penelitian ini adalah meneliti analisis SWOT dan perbedaannya adalah penelitian Fadil berfokus pada analisis SWOT untuk pembiayaan yang bermasalah sedangkan penelitian ini berfokus pada penerapan analisis SWOT dalam strategi marketing yang dilakukan oleh BPRS Lampung Timur.

3. Skripsi yang ditulis Oleh Nova Kristiawati Mahasiswa Institute Informatika Dan Bisnis Darmajaya 2020 yang berjudul, "*Analisis SWOT Pada PT. Hilon Indonesia Cabang Bandar Lampung*".¹⁴ Skripsi ini bertujuan untuk mengetahui analisis SWOT yang ada pada PT. Hilon Indonesia Cabang Bandar Lampung. Dalam penelitian Nova menjelaskan PT. Hilon memiliki kualitas produk terbaik, harga juga terjangkau, tenaga kerja ahli dalam bidangnya. Dengan faktor-faktor yang dimiliki PT. Hilon bisa berkembang dengan baik. Serta PT. Hilon dalam menghadapi dinamika lingkungan eksternal posisi perusahaan relative kuat.

Persamaan dalam penelitian Nova dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang analisis SWOT dan perbedaannya dalam

¹³ Fadil Arrahman, "*Analisis SWOT Strategi Penanganan Pembiayaan Bermasalah Untuk Akad Murabahah Pada BPRS AL SALAAM*". Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2022.

¹⁴ Nova Kristiawati, "*Analisis SWOT Pada PT. Hilon Indonesia Cabang Bandar Lampung*", Institute Informatika Dan Bisnis Darmajaya, Bandar Lampung, 2020.

penelitian Nova fokus pada analisis SWOT PT. Hilon sedangkan penelitian ini lebih fokus terhadap penerapan analisis SWOT strategi marketing.

Penelitian ini memaparkan bagaimana strategi marketing yang sudah dijalankan oleh BPRS Lampung Timur dengan menggunakan pendekatan analisis SWOT.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Analisis SWOT (*Strenghts, Weaknesses, Opportunities, and Threats*)

1 Pengertian Analisis SWOT

Salah satu pendekatan yang dapat dipergunakan sebagai instrumen dalam pemilihan strategi dasar adalah melalui analisis SWOT. Menurut Rangkuti bahwa Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi organisasi. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*).¹

Analisis SWOT yakni mencakup upaya-upaya untuk mengenali kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang menentukan kinerja perusahaan. Informasi eksternal mengenai peluang dan ancaman dapat diperoleh dari banyak sumber, termasuk pelanggan, dokumen pemerintah, pemasok, kalangan perbankan, rekan diperusahaan lain.²

Analisis SWOT adalah suatu model analisis untuk mengidentifikasi seberapa besar dan kecilnya kekuatan dan kelemahan perusahaan serta seberapa besar dan kecilnya peluang dan ancaman yang mungkin terjadi. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistimatis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini

¹ I Gusti Ngurah Alit Wiswasta, Igusti Ayu Ari Agung, and I Made Tamba, *Analisis SWOT (Kajian Perencanaan Model, Strategi, Dan Pengembangan Usaha)*, 2018.

² Zuhrotun Nisak, "Analisis Swot Untuk Menentukan Strategi Kompetitif," *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 2019, 1–8.

didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*).

Analisis SWOT di lakukan dengan maksud untuk mengenali tingkat kesiapan setiap fungsi yang di lakukan untuk mencapai sasaran yang telah di tetapkan. Oleh karena itu tingkat kesiapannya di tentukan oleh faktor yang terlibat pada setiap fungsi tersebut. Maka analisis SWOT harus dilakukan pada keseluruhan faktor, baik faktor yang tergolong internal maupun eksternal..³

Pembuatan keputusan perusahaan perlu pertimbangan faktor internal yang mencakup kekuatan dan kelemahan maupun faktor eksternal yang mencakup peluang dan ancaman. Dalam hal ini, analisis SWOT dipakai jika para penentu strategi perusahaan mampu melakukan pemaksimalan peranan faktor kekuatan dan memanfaatkan peluang sekaligus berperan sebagai alat untuk meminimalisi kelemahan yang terdapat dalam tubuh organisasi dan menekan ancaman yang timbul dan harus dihadapi dengan tepat.

2 Tujuan dan Manfaat Analisis SWOT

a. Tujuan Analisis SWOT

Tujuan analisis SWOT mengarahkan analisis strategi dengan cara memfokuskan perhatian pada kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) yang

³ Edi Suarto, "Analisis Swot," 1997, 19–24.

merupakan hal yang kritis bagi keberhasilan strategi. Maka perlunya identifikasi terhadap peluang dan ancaman yang dihadapi serta kekuatan dan kelemahan yang dimiliki strategi melalui telaah terhadap lingkungan. Maka tujuan analisis SWOT adalah untuk membenarkan faktor-faktor internal dan eksternal yang telah dianalisa. Apabila terdapat kesalahan, agar strategi itu berjalan dengan baik maka perusahaan itu harus mengolah untuk mempertahankan serta memanfaatkan peluang yang ada secara baik begitu juga pihak strategi harus mengetahui kelemahan yang dihadapi agar menjadi kekuatan serta mengatasi ancaman menjadi peluang.⁴

b. Manfaat analisis SWOT

Ada beberapa manfaat yang bisa diambil dari analisis SWOT sebagai berikut:

- 1) Sebagai arahan perusahaan untuk menentukan berbagai strategi terkait rencana dan pelaksanaan dimasa yang akan datang.
- 2) Menjadi bahan evaluasi kebijakan bagi perusahaan untuk memikirkan upaya yang dirasa merugikan dan menguntungkan.
- 3) Memberikan informasi mengenai kondisi perusahaan atau menjadikann pedoman untuk melakukan berbagai kebijakan baru dan solusi atas hasil penilaian dari analisa yang ada.

⁴ M.afif salim, “analisis SWOT dengan metode kuesioner”, CV. Pilar Nusantara (14 Nov 2019), 2-3.

- 4) Memotivasi manajemen perusahaan untuk mengembangkan atau menciptakan ide-ide baru agar perusahaan dapat berkembang sesuai dengan yang diharapkan.

3 Analisis Lingkungan Internal

Faktor internal ini mempengaruhi terbentuknya *strengths and weaknesses* (S and W). Analisis faktor internal bertujuan untuk mengidentifikasi daftar terbatas faktor-faktor keberhasilan penting yang menjadi kekuatan dan kelemahan. Faktor internal yang dianalisis meliputi kondisi keuangan, sumber daya manusia, pemasaran, produksi atau operasional dan manajemen.⁵

Adapun faktor-faktor internal antara lain:

a. Kekuatan (*strengths*)

1) Pemahaman mendalam tentang komunitas lokal

Paham akan komunitas lokal ini sangat penting karena dengan pemahaman tersebut bisa memberikan apa yang dibutuhkan oleh masyarakat. Pemahaman tersebut berupa memahami karakteristik, peran, tantangan yang ada dalam komunitas lokal.

2) Fokus pada produk pembiayaan

BPRS memiliki peran penting dalam pembiayaan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Hal ini mendukung pertumbuhan perekonomian masyarakat.

⁵ Mohamad Harisudin Mahfud, 'Metode Penentuan Faktor-Faktor Keberhasilan Penting Dalam Analisis Swot', *Agrisaintifika: Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*, 3.2 (2020), 113.

b. Kelemahan (*weaknesses*)

1) Skala usaha yang relatif kecil

Skala usaha yang relatif kecil merujuk pada bisnis atau perusahaan yang memiliki ukuran operasi yang terbatas jika dibandingkan bisnis besar atau korporasi. Bisnis-bisnis ini umumnya memiliki jumlah karyawan yang lebih sedikit, asset yang lebih rendah, dan pasar yang lebih terbatas.

2) Keterbatasan Produk

Keterbatasan produk adalah segala hal yang membatasi kemampuan suatu produk untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen secara optimal. Keterbatasan ini bisa bersifat fisik, fungsional, atau bahkan psikologis.

4 Analisis Lingkungan Eksternal

Faktor eksternal ini mempengaruhi terbetuknya *opportunities and threats* (O dan P). Analisis faktor eksternal bertujuan untuk mengidentifikasi daftar terbatas faktor-faktor keberhasilan penting yang menjadi peluang dan ancaman. Faktor eksternal kunci yang dianalisis adalah kondisi perekonomian, sosial, budaya, hukum, pemasok bahan baku, kebijakan pemerintah, teknologi, persaingan, konsumen dan kondisi alam.⁶

⁶ *Ibid.*, 118.

Adapun faktor-faktor eksternal antara lain:

a. Peluang (*opportunities*)

1) Peningkatan kesadaran masyarakat tentang perbankan syariah

Meningkatnya kesadaran masyarakat tentang prinsip-prinsip syariah dapat membuka peluang karena pemahaman masyarakat ini sangatlah penting. Semakin masyarakat paham akan riba maka masyarakat banyak yang datang ke perbankan syariah.

2) Dukungan pemerintah

Dukungan pemerintah inilah yang menjadi pegangan BPR Syariah untuk melakukan perkembangan bisnis melalui kebijakan dan program yang dikeluarkan oleh pemerintah.

b. Ancaman (*threats*)

1) Persaingan dari bank konvensional

Persaingan dari bank konvensional yang semakin agresif dapat mengancam pangsa pasar BPRS. Dengan pemahaman masyarakat muslim yang masih minim akan hal riba maka masyarakat masih banyak yang tergiur dengan bank konvensional.

2) Perubahan kebijakan pemerintah

Perubahan kebijakan pemerintah ini sering terjadi ada halnya perubahan tersebut yang tidak menguntungkan dapat berdampak negative pada kinerja BPRS.

5 Strategis SWOT Sebagai Dasar Penilaian

SWOT adalah alat untuk membantu manager mengembangkan empat tipe strategi, yaitu SO (*strengths-opportunities*), WO (*weaknesses-opportunities*), ST (*strengths-threats*), dan WT (*weaknesses-threats*).

1. SO (*strengths-opportunities*), strategi menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk memanfaatkan peluang eksternal.
2. WO (*weaknesses-opportunities*), bertujuan untuk meningkatkan kelemahan internal dengan mengambil keuntungan dari peluang eksternal.
3. ST (*strengths-threats*), menggunakan kekuatan perusahaan untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal.
4. WT (*weaknesses-threats*), taktik defensif yang diarahkan untuk mengurangi kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal.

Analisis SWOT berperan penting dalam pengambilan keputusan strategis dengan memberikan kerangka sistematis untuk menilai gambaran situasi. Ini membantu manajemen dalam mengembangkan rencana yang sesuai untuk mencapai tujuan jangka pendek dan jangka panjang.⁷

Perumusan analisis SWOT perusahaan dilakukan dengan cara menggunakan peluang, kekuatan dan pengurangan ancaman dan kelemahan. Analisis SWOT dimulai dengan perbandingan faktor -faktor

⁷ Alivia Dwi Vivi Desintawati, Fita Diana, and Indah Respati Kusumasari, "Peran Analisis SWOT Dalam Pengambilan Keputusan Strategis Di Perusahaan Startup," *Musytari: Neraca Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi* 10, no. 1 (2024): 11–20.

eksternal dari peluang dan ancaman dengan faktor -faktor internal yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan perusahaan⁸.

6 Matriks SWOT

Penyusunan formulasi strategis dibuat berdasarkan hasil analisis *SWOT*. Yaitu dengan menggabungkan berbagai indikator yang terdapat dalam kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Strategi yang dipilih adalah strategi yang dapat memecahkan isu strategi perusahaan.⁹

Matriks SWOT adalah alat formulasi pengambilan keputusan untuk menentukan strategi yang ditempuh berdasarkan logika, untuk memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman perusahaan.¹⁰ Secara skematis, matrik SWOT dapat digambarkan sebagai berikut:¹¹

Table 3.1
Matriks SWOT

	STRENGTHS (S) Temukan 5-10 faktor kekuatan internal	WEAKNESSES (W) Temukan 5-10 faktor kelemahan internal
OPPORTUNITIES (O) Temukan 5-10 faktor peluang eksternal	STRATEGI (Strengths + Opportunities) Ciptakan strategi yang menggunakan	STRATEGI (Weaknesses + Opportunities) Ciptakan strategi yang meminimalkan

⁸ Sulistiani Dwi, "Analisis Swot Sebagai Strategi Perusahaan Dalam Memenangkan Persaingan Bisnis," *El-Qudwah* 10 (2014): 1–10.

⁹ Ridwan Muchlis, 'Analisis SWOT Financial Technology (Fintech) Pembiayaan Perbankan Syariah Di Indonesia (Studi Kasus 4 Bank Syariah Di Kota Medan)', *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, 1.1 (2018), 335.

¹⁰ Hany Setyorini, ud Effendi, and Imam Santoso, "Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks SWOT Dan QSPM (Studi Kasus: Restoran WS Soekarno Hatta Malang) Marketing Strategy Analysis Using SWOT Matrix and QSPM (Case Study: WS Restaurant Soekarno Hatta Malang)," *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Agroindustri* 5, no. 1 (2016): 46–53.

¹¹ Yayang Primadona and Yusep Rafiqi, 'Analisis Swot Pada Strategi Persaingan Usaha Minimarket Madina Purbaratu Kota Tasikmalaya', *Jurnal Ekonomi Syariah*, 4.1 (2019), 49–60.

	kekuatan untuk memanfaatkan peluang.	kelemahan untuk memanfaatkan peluang.
THREATS (T) Temukan 5-10 faktor ancaman eksternal	STRATEGI (Strengths + Threats) Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman.	STRATEGI (Weaknesses + Threats) Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.

Penjelasan tabel:

Matriks SWOT ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis, seperti:

a. Strategi SO (*Strengths and Opportunities*)

Strategi yang disusun dengan cara menggunakan semua kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

b. Strategi ST (*Strengths and Threats*)

Strategi yang disusun dengan cara menggunakan semua kekuatan untuk mengatasi ancaman.

c. Strategi WO (*Weaknesses and Opportunities*)

Strategi yang disusun dengan cara meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang yang ada.

d. Strategi WT (*Weaknesses and threats*)

Strategi yang disusun dengan cara meminimalkan kelemahan untuk menghindari ancaman.

B. Strategi Marketing

1 Pengertian Strategi Marketing

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu “*strategas*” yang artinya “*Generalship*” atau sesuatu yang dikerjakan oleh para jenderal dalam membuat rencana untuk memenangkan sebuah perang. Pemasaran adalah suatu konsep yang menggunakan pasar untuk menciptakan produk yang memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat.¹² Menurut Assauri, strategi marketing adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah.¹³

Strategi marketing/pemasaran adalah suatu mindset pemasaran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran, dimana di dalamnya terdapat strategi rinci mengenai pasar sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran, dan budget untuk pemasaran.¹⁴

Kegiatan pemasaran selalu ada dalam setiap usaha, baik perusahaan yang berorientasi profit maupun usaha-usaha sosial. Pentingnya pemasaran dilakukan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat akan suatu produk dan jasa. Pemasaran akan

¹² Romadhon & Nawawi, ‘Economic Reviews Journal Analisis Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Pengiriman Barang Dan Jasa: Studi Pada PT. JNE Express Cabang Patumbak’, *Economic Reviews Journal*, 1 Nomor 2 (2022), 96–108.

¹³ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawaliipers, 2009), 168.

¹⁴ Jessie Elita Tarihoran and others, ‘Pentingnya Sosial Media Sebagai Strategi Marketing Start-Up Di Indonesia’, *KREATIF : Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang*, 9.1 (2021), 72.

menjadi semakin penting yaitu dengan semakin meningkatnya pengetahuan masyarakat. Kemudian juga dalam rangka menghadapi para pesaing yang dari waktu ke waktu semakin meningkat.

Bagi dunia perbankan yang merupakan badan usaha yang berorientasi profit, kegiatan pemasaran merupakan suatu kebutuhan utama. Tanpa kegiatan pemasaran, jangan berharap kebutuhan dan keinginan pelanggan akan terpenuhi. Oleh karena itu, bagi dunia bank perlu mengemas kegiatan pemasarannya secara terus-menerus melakukan riset pasar. Pemasaran harus dikelola secara professional, sehingga kebutuhan dan keinginan pelanggan akan segera terpenuhi. Pengelolaan pemasaran yang professional inilah yang disebut dengan pemasaran bank.

Konsep pemasaran bank sebenarnya tidak jauh berbeda dengan konsep pemasaran untuk sektor bisnis yang lain seperti sektor industri manufaktur, sektor bisnis jasa dan lain sebagainya. Sehingga konsep pemasarannya lebih cenderung mengikuti konsep untuk produk jasa, yang membedakan perbankan dari industri jasa lainnya adalah banyaknya ketentuan dan peraturan pemerintah yang membatasi penggunaan konsep-konsep pemasaran, mengingat industri perbankan adalah industri yang sangat dipengaruhi oleh tingkat kepercayaan masyarakat. Strategi pemasaran bank biasanya dilandaskan pada bauran

pemasaran atau marketing mix yang terdiri *product, price, place, promotion, people, process, physical evidence*.¹⁵

2 Jenis-Jenis Strategi Marketing

Dalam hubungan strategi pemasaran, menurut Sofjan Assauri bahwa strategi pemasaran secara umum dapat dibedakan menjadi 3 (tiga) jenis strategi pemasaran yang dapat dilakukan perusahaan yaitu:¹⁶

- a. Strategi pemasaran yang tidak membeda-bedakan pasar (*Undifferentiated Marketing*). Yang artinya perusahaan hanya memperhatikan kebutuhan konsumen secara umum. Oleh karena itu perusahaan hanya menghasilkan dan memasarkan satu macam produk saja.
- b. Strategi pemasaran yang membeda-bedakan pasar (*Differentiated Marketing*) adalah perusahaan melayani kebutuhan beberapa kelompok konsumen tertentu dengan jenis produk tertentu juga. Dengan kata lain perusahaan menawarkan berbagai produk di setiap segmen pasar.
- c. Strategi pemasaran yang terkonsentrasi (*Concentrated Marketing*). Artinya perusahaan memilih segmen pasar tertentu dengan menawarkan produk yang sesuai keinginan kelompok konsumen.

Dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran bertujuan untuk meningkatkan transaksi dan menjaga perusahaan tetap bertahan dalam

¹⁵ Syah, Fasa, and Suharto, "Analisis SWOT Dalam Strategi Pemasaran Produk Perbankan Syariah Di Indonesia."2022, 64-65.

¹⁶ Saprijal Makmur, "Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Pada S-Mart Swalayan Pasir Pengaraian)," *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos* 3, no. 1 (2015): 41–56.

situasi pasar yang konsisten, serta strategi pemasaran juga berfungsi untuk menghadapi kompetisi pasar yang selalu berubah setiap waktu.

3 *Marketing Mix*

Bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah faktor yang dapat mempengaruhi permintaan bisnis untuk produk tertentu, dengan kata lain tujuannya menyeluruh terhadap upaya pemasaran bisnis. Dalam islam *marketing mix* diartikan sebagai disiplin bisnis yang tujuan utamanya adalah untuk memandu proses menciptakan, memberikan, dan mengubah nilai-nilai dari pemrakarsa kepada mereka yang memiliki kepentingan dalam inisiatif, dan melakukannya dengan cara yang konsisten dengan hukum islam dan prinsip kesalehan.¹⁷

Pemasaran syariah juga berkaitan dengan kebijakan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan melalui perilaku yang baik dengan cara menyediakan produk dan jasa yang halal, sehat, suci dan sah sesuai dengan kesepakatan bersama antara penjual dan pembeli, bertujuan untuk mencapai kesejahteraan material dan spiritual dunia-akhirat, serta membangun kesadaran konsumen atas nilai kebaikan melalui perilaku pemasar yang baik serta strategi periklanan yang beretika.¹⁸

¹⁷ Syah, Fasa, and Suharto, "Analisis SWOT Dalam Strategi Pemasaran Produk Perbankan Syariah Di Indonesia."

¹⁸ Masfi Sya'fiatul Ummah, *PEMASARAN SYARIAH, Sustainability (Switzerland)*, vol. 11, 2019, Hal 2.

Marketing mix secara syariah ada 7P yaitu *product*, *price*, *place*, *promotion*, *physical evidence*, *people* dan *process* adalah sebagai berikut:¹⁹

a. *Product* (produk)

Produk syariah harus terjamin kualitasnya dan mampu memenuhi tuntutan dan keinginan konsumen. Saat menjual barang-barangnya, Nabi Muhammad SAW senantiasa menjelaskan kualitas barang yang dijualnya. Produk pesanan pelanggan selalu memiliki kualitas tinggi yang sama dengan yang disediakan. Jika ada perbedaan, Nabi menyatakan bahwa pelanggan memiliki hak *khiyar*, yang memungkinkan mereka untuk membatalkan transaksi jika ada yang salah.

b. *Price* (harga)

Prinsip terpenting dalam paham Islam adalah harga ditentukan oleh keseimbangan penawaran dan permintaan, serta keadilan ekonomi, yang memperhatikan kepentingan semua pihak yang terlibat di pasar. *Price* atau harga merupakan sejumlah uang yang harus dibayarkan oleh konsumen agar bisa mendapatkan suatu produk yang diinginkannya. Perusahaan harus dapat memutuskan harga yang tepat terhadap produknya yang juga harus didasarkan pada mutu produk tersebut.²⁰

c. *Place* (tempat)

¹⁹ Nasib, Amelia, and Lestari, "Dasar Pemasaran Syariah," *Mitra Wacana Media* 4, no. 1 (2017): 29–37.

²⁰ *Ibid.*

Place atau tempat ini terkait dengan pola distribusi yang dilakukan untuk pemasaran. Sebelum produsen memasarkan produknya, maka sudah seharusnya terdapat perencanaan tentang pola distribusi yang akan dilakukannya.²¹ Perusahaan dapat berkembang pesat karena terletak di lokasi yang penting dan mudah dijangkau. Dalam menentukan lokasi atau saluran distribusi, pelaku bisnis syariah harus memprioritaskan lokasi yang sesuai dengan target pasarnya agar produktif dan efisien. Intinya, dalam menentukan bauran pemasaran, nilai-nilai keadilan dan kejujuran harus diterapkan.

d. *Promotion* (promosi)

Promosi dalam tinjauan syariah harus didasarkan pada kepatuhan syariah, yang mencerminkan kebenaran, keadilan, dan kejujuran masyarakat. Semua informasi terkait produk harus dikomunikasikan secara transparan dan terbuka untuk menghilangkan kemungkinan penipuan dan penipuan terkait promosi. Pemasaran, termasuk barang dan jasa, tidak bebas nilai dalam filosofi bauran pemasaran Islam. Dalam hal promosi terdapat bauran komunikasi meliputi beberapa hal berikut:

- 1) *Advertising*. Semua bentuk presentasi nonpersonal dan promosi ide barang atau jasa oleh sponsor yang ditunjuk dengan mendapatkan bayaran tertentu.

²¹ *Ibid.*,15.

- 2) *Sales promotion*. Yakni insentif jangka pendek untuk mendorong keinginan mencoba atau pembelian produk dan jasa perusahaan.
- 3) *Public relations and publicity*. Yakni beberapa program yang dirancang untuk mempromosikan dan melindungi citra perusahaan atau produk individual yang dihasilkan.
- 4) *Personal selling*. Yakni interaksi langsung antara satu atau lebih calon pembeli dengan tujuan melakukan penjualan.
- 5) *Direct marketing*. Yakni komunikasi pemasaran yang secara langsung dilakukan untuk mendapatkan respon dari pelanggan dan calon pelanggan tertentu. Hal ini dapat dilakukan dengan menggunakan surat, telepon dan alat penghubung nonpersonal lainnya.

e. *People* (orang)

People adalah semua pelaku yang berkontribusi pada penyajian layanan untuk mempengaruhi persepsi pelanggan. Elemen-elemen dari *people* adalah pegawai perusahaan, konsumen. Pentingnya peran *people* adalah memberikan pelayanan yang berkualitas pada konsumen.

f. *Process*

Proses mencakup bagaimana cara suatu perusahaan atau sektor bisnis untuk melayani permintaan konsumen. Proses mencakup kegiatan saat konsumen melakukan pemesanan hingga

pelayanan purnajual setelah konsumen selesai menikmati produk tertentu. Proses bisnis erat kaitannya dengan etika bisnis.

g. *Physical evidence* (bukti fisik)

Bukti fisik adalah sebagai elemen pendukung memiliki peran cukup penting. Pelanggan dapat dengan mudah memahami layanan karena adanya pendukung fisik. Sarana fisik secara tidak langsung dapat mempengaruhi pilihan pembelian barang/jasa yang dipasarkan. Sarana tersebut biasanya berupa bangunan fisik, perabot, peralatan, perlengkapan, logo, warna.²²

C. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS)

1. Pengertian Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS)

BPRS adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran maksudnya adalah BPRS dilarang menerima simpanan berupa giro dan ikut serta dalam lalu lintas pembayaran, melakukan kegiatan usaha dalam valuta asing, melakukan penyertaan modal, melakukan usaha perasuransian dan melakukan usaha sebagaimana diluar kegiatan yang telah ditetapkan Undang-undang.²³

²² Nurhayaty Maria, “Strategi Marketing Mix 7P DI PD Rasa Galendo Kabupaten Ciamis”, Jurnal Media Teknologi, No.2 (2022) 123-124

²³ Iis Nur’aisyah et al., “Peran Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (Bprs) Dalam Pengembangan Umkm Di Indonesia,” *INKLUSIF: Jurnal Pengkajian Penelitian Ekonomi Dan Hukum Islam* 5, no. 2 (2020): 114–26.

2. Perkembangan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS)

Keberadaan BPRS dalam sistem perbankan Indonesia telah dirintis sejak tahun 1992 sejalan dengan diberlakukannya Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 tentang sistem perbankan. Sistem perbankan Indonesia, pada awal tahun perkembangannya Bank Syariah, belum memberikan landasan hukum yang kuat terhadap pengembangan BPRS karena belum secara tegas mencantumkan kata Prinsip Syariah dalam kegiatan usaha bank. Demikian pula dengan ketentuan operasional, sampai dengan tahun 1998, belum terdapat perangkat hukum operasional lengkap secara khusus mengatur kegiatan usaha BPRS.

Melalui Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah, BPRS memiliki landasan hukum yang cukup jelas dan kuat, baik dari segi kelembagaan maupun operasional syariah dimana didalamnya terdapat perlakuan syariah yang sama dalam perbankan syariah. Pengupayaan keberadaan BPRS juga menjadi sangat perlu ditinjau dari segi kultural masyarakat Indonesia yang mayoritas muslim. Secara empiris, masih banyak masyarakat muslim yang enggan berhubungan dengan perbankan konvensional, yang didalamnya diyakini mengandung unsur riba yang dalam pandangan islam diharamkan.

Dalam hal penyelenggaraan otonomi daerah, salah satu indikator penting keberhasilan penyelenggaraan otonomi daerah adalah kemampuan daerah dalam bidang penerimaan keuangan. Setiap daerah mempunyai potensi yang berbeda. Potensi daerah tersebut mempunyai

peluang yang sangat besar untuk dimanfaatkan sebagai sumber dana PAD pemerintah daerah. Daerah mempunyai potensi sumber daya alam yang cukup besar serta pasar yang sangat potensial dimana sebagian besar penduduknya adalah masyarakat tradisional-agraris. Oleh karena itu, pemerintah perlu memikirkan bidang-bidang usaha yang layak untuk dikembangkan sebagai BUMD.

Salah satu bidang usaha yang potensial dikembangkan adalah pendirian Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Potensi luas tersebut terkait dengan usaha pengembangan perekonomian rakyat, terutama sektor riil yang sangat memerlukan dukungan modal dari lembaga keuangan.

Berdasarkan uraian tersebut, BPRS sangat cocok untuk dijadikan lembaga keuangan daerah karena perputaran keluar masuknya uang dari dan ke Pemerintah Daerah cukup besar. Dengan memiliki BPRS, maka uang yang dimiliki oleh masyarakat (baik Pemerintah Daerah, perusahaan, perorangan) akan beredar di daerah, sehingga keberadaan BPRS ini diharapkan dapat memacu pertumbuhan ekonomi daerah, khususnya pada sektor usaha mikro, kecil dan menengah.²⁴

²⁴ Temmy Wijaya, 'Urgensi Pemerintah Kabupaten/Kota Mendirikan Bpr Syariah', *Profit : Jurnal Kajian Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 3.2 (2019), 80–90.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan (*field research*), yaitu penelitian yang dilakukan dilapangan atau dilokasi dengan menggunakan informasi yang diperoleh dari sasaran penelitian yang selanjutnya disebut responden dan informan melalui instrument pengumpulan data seperti angket, observasi, wawancara dan sebagainya.¹

Berdasarkan definisi diatas maka, penelitian ini menggunakan pendekatan lapangan untuk melihat dan mengamati bagaimana implementasian analisis SWOT dalam strategi marketing pada BPRS Lampung Timur.

2. Sifat Penelitian

Sesuai dengan judul dari Skripsi ini yang bersifat deskriptif kualitatif. Metode kualitatif digunakan untuk mendapatkan data yang mendalam, suatu data yang mengandung makna. Makna adalah data yang sebenarnya, data yang pasti merupakan suatu nilai dibalik data yang tampak, oleh karena itu dalam penelitian kualitatif tidak menekankan pada generalisasi, tapi lebih menekankan pada makna. Metode ini berusaha mengungkap berbagai keunikan yang terdapat

¹ Aisyah Mutia Dawis et al., *Pengantar Metodologi Penelitian*, 2023.

didalam individu, kelompok, masyarakat maupun suatu organisasi dalam kehidupan sehari-hari secara menyeluruh, terperinci, mendalam, dan dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah.²

Dari keterangan diatas dapat disimpulkan bahwa, penelitian kualitatif akan mengungkap secara terperinci dan mendalam tentang suatu kasus dalam bentuk deskriptif, data berupa tulisan maupun lisan tentang objek yang diuji yaitu implementasi analisis SWOT pada sektor BPRS Lampung Timur.

B. Sumber Data

Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan data informasi mengenai data yang diperoleh.³ Sumber data dikelompokkan menjadi dua, yakni sebagai berikut:

1. Sumber Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari objek yang diteliti. Menurut Sugiyono sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.⁴ Adapun yang menjadi sumber data primer dalam penelitian ini adalah responden, yaitu *remedial officer*, *account officer* dan Nasabah.

Dalam penelitian ini peneliti menentukan dibagian marketing berupa *remedial*, *account officer* dan nasabah menggunakan teknik *Purposive*

² Sugiyono, "Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif Kualitatif," 2003.

³ Gilang Asri Nurahma and Wiwin Hendriani, "Tinjauan Sistematis Studi Kasus Dalam Penelitian Kualitatif," *Mediapsi* 7, no. 2 (2021): 119–29.

⁴ Hernawan Dewanto Said, 'Rancang Bangun Sistem Pembukuan Di Bunda Laundry Menggunakan Metode Sdlc' (Universitas Bakrie, 2023).

Sampling. Adapun *Purposive Sampling* adalah pengambilan sample yang dilakukan sesuai dengan persyaratan sampel yang diperlukan. Pengambilan sample tersebut dilakukan secara sengaja dengan jalan mengambil sample tertentu saja yang mempunyai karakteristik, ciri, kriteria, atau sifat tertentu.⁵

Nasabah yang ditentukan oleh peneliti adalah nasabah yang sudah menjadi anggota BPRS kurang lebih 2-3 tahun. Nasabah ini sangat mengetahui bagaimana pelayanan BPRS karena dia sudah cukup lama menjadi anggota.

2. Sumber Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau dokumentasi bisa berupa dokumen atau buku-buku yang dianggap bisa memberikan informasi kepada peneliti.⁶

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara yang digunakan untuk mengumpulkan data yang diperlukan untuk memecahkan masalah penelitian. Untuk mendapatkan data dalam penelitian ini menggunakan beberapa teknik yang peneliti gunakan antara lain:⁷

⁵ Akhmad Fauzy, *Metode Sampling*, Universitas Terbuka, Banten, oktober 2019, ix

⁶ Hermawan Dewanto 'Rancang Bangun Sistem Pembukuan di Bunda Laundry Menggunakan Metode SDLC'.

⁷ Dawis et al., *Pengantar Metodologi Penelitian*.

1. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan ini dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. Wawancara menurut Esterbag. Seperti dikutip Sugiyono, merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat mengkonstruksikan makna dalam suatu topik penelitian tertentu.

Dalam penelitian ini, untuk menggali data dari informan peneliti menggunakan jenis wawancara bebas terpimpin. Wawancara bebas terpimpin merupakan jenis wawancara dimana peneliti menggabungkan antara wawancara bebas dan wawancara terpimpin. Wawancara ini dilakukan dimana pewawancara bebas menanyakan apa saja kepada responden, namun harus diperhatikan bahwa pertanyaan itu berhubungan dengan data-data yang diinginkan.

Wawancara di lakukan dibagian marketing berupa *remedial*, *account officer* dan nasabah BPRS Lampung Timur yang sudah lama bergabung menjadi anggota nasabah sejak 2-3 tahun. Nasabah yang akan di wawancara yaitu Ibu Fatimah, Ibu Yuli, Bapak Siswanto, Ibu Sri Dan Ibu Nadia.

2. Dokumentasi

Teknik dokumentasi merupakan penelusuran dan perolehan data yang diperlukan melalui data yang tersedia. Teknik dokumentasi

digunakan untuk melengkapi hasil data yang diperoleh melalui teknik wawancara yang dilakukan sebelumnya. Dokumentasi adalah salah satu teknik pengambilan data dengan cara mengambil gambar atau dokumen-dokumen untuk memperoleh data.⁸

Dalam penelitian ini metode dokumentasi menjadi sumber penguat untuk melengkapi hal-hal yang belum didapatkan dari sumber yang lain. Adapun dokumentasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah berupa gambar yang diperoleh langsung dari tempat penelitian.

D. Teknik Penjaminan Keabsahan Data

Dalam penelitian kualitatif, hasil atau informasi dapat dianggap sah jika tidak dapat selisih antara yang disampaikan oleh peneliti dan apa yang sebenarnya terjadi pada subjek yang diteliti. Oleh karena itu, metode untuk menjamin kevalidan data sangat penting untuk memastikan bahwa data yang diperoleh adalah sah, dapat diandalkan, dan objektif.

Peneliti akan memvalidasi data dalam penelitian ini dengan menggunakan metode uji kredibilitas triangulasi. Dalam konteks uji kredibilitas ini, triangulasi diartikan sebagai verifikasi data dari berbagai sumber dengan cara dan waktu yang beragam. Untuk menguji kredibilitas data penelitian ini, akan diterapkan triangulasi sumber data. Peneliti melakukan verifikasi data dari hasil wawancara dengan staf marketing dan membandingkan dengan hasil wawancara nasabah.

⁸ Yoki Apriyanti, Evi Lorita, and Yusuarsono Yusuarsono, 'Kualitas Pelayanan Kesehatan Di Pusat Kesehatan Masyarakat Kembang Seri Kecamatan Talang Empat Kabupaten Bengkulu Tengah', *Profesional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 6.1 (2019),

E. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses memberi makna terhadap suatu data. Data diringkas dan dipadatkan dan dihubungkan satu sama lain kedalam sebuah narasi sehingga dapat memberi makna pada para pembaca.⁹ Adapun tiga tahapan dalam analisis penelitian selama di lapangan menurut Miles and Huberman, yaitu:¹⁰

1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Data Reduction atau reduksi data adalah aktivitas analisis data dengan cara mereduksi atau mengurangi data yang ada. Aktivitas yang dimaksud bisa berupa menyeleksi, merangkum dan menyederhanakan hal-hal pokok yang berkaitan dengan permasalahan penelitian, tujuannya untuk memberikan gambaran sehingga dapat memepermudah peneliti saat pengumpulan data.

2. Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data merupakan tahapan yang kedua. Pada tahap ini peneliti menyampaikan data-data hasil dari reduksi data. Data yang disampaikan bisa berupa naratif, tabel, matrik, dan bentuk lainnya. Dalam hal ini peneliti membandingkan antara data hasil wawancara dengan data hasil studi kepustakaan untuk memperoleh hasil yang relevan.

⁹ Asep R. Djajanegara, "Teknik Analisis Data (Analisis Kualitatif Pada Hasil Kuesioner) Oleh : Asep R. Djajanegara," *Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Dakwah*, 2020, 1–11.

¹⁰ Hardani, nur hikmatul Auliya, and Helmina Andriani, *Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*, ed. Husnu Abadi (yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group, 2020).

3. Penarikan Kesimpulan

Tahap terakhir yaitu penarikan kesimpulan atau bisa disebut *conclusion/verifying* data. Pada tahap ini peneliti sudah mulai menyampaikan hasil penelitiannya dalam bentuk uraian atau narasi yang didasarkan pada konsep atau pola yang sama ditambah dengan penjelasan hasil wawancara.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum BPRS Lampung Timur

1. Sejarah Singkat BPRS Lampung Timur

BPR Syariah Lampung Timur merupakan bentuk investasi penanaman modal oleh Pemerintah Kabupaten Lampung Timur dalam bentuk Badan Usaha Milik Daerah di bidang jasa perbankan, BUMD ini mulai beroperasi pada tanggal 30 Juli 2009 diresmikan oleh Bupati Lampung Timur Bpk. Satono, S.H dengan modal dasar Rp. 8.000.000.000,- (Delapan milyar rupiah) dari jumlah modal dasar tersebut, modal yang sudah disetor kepada PT. BPR Syariah Lampung Timur per desember 2015 adalah sebesar Rp. 7.100.000.000,- (Tujuh milyar seratus juta rupiah) berdasarkan persentase kepemilikan saham, maka Pemerintah Kabupaten Lampung Timur merupakan Pemilik Saham Pengendali (PSP) karena memiliki 98,77 % dari total seluruh saham PT. BPR Syariah Lampung Timur.¹

BPR Syariah Lampung Timur sudah memberikan pelayanan Perbankan terhadap masyarakat Lampung Timur dalam hal penyediaan dana untuk kebutuhan konsumtif seperti biaya sekolah anak, pembelian kendaraan, biaya pernikahan, biaya berobat, pembelian/renovasi rumah kepada para PNS dan Pegawai Swasta yang mempunyai penghasilan tetap dan modal kerja dan investasi untuk UMKM dalam

¹ Dokumentasi berupa website www.banksyariahlampungtimur.co.id

mengembangkan usaha. Semua itu untuk memajukan dan mensejahterakan masyarakat Lampung Timur dan ke depan mampu memberikan PAD untuk pembangunan Lampung Timur.

Dasar pendirian mengacu pada Perda No. 9 tahun 2007 tentang Pembentukan PD. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Lampung Timur (PD. BPRS Lampung Timur) dan diubah dengan Perda No. 3 tahun 2009 tentang PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Lampung Timur. Dalam rangka menjalankan kegiatannya, Bank Pembiayaan Rakyat Syariah harus berlandaskan pada Al-quran dan hadis. Bank Syariah mengharamkan penggunaan harga produknya dengan bunga tertentu. Bagi bank syariah bunga bank adalah riba. Perubahan Perda tersebut merupakan perubahan Badan Hukum dari PD ke PT sesuai Undang-undang Perbankan Syariah No. 21 tahun 2008 dan Peraturan Bank Indonesia No. 11/23/PBI/2009 Tentang Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.

Pendirian Badan Hukum PT berdasarkan Akta PT. BPRS Lampung Timur Notaris Septi Notariana No. 02 Tanggal 15 Desember 2008, dan mendapatkan pengesahan dari Kementrian Hukum dan HAM No. AHU-23627.AH.01.01. Tahun 2009 tanggal 28 Mei 2009. Operasional PT. BPRS Lampung Timur pada tanggal 30 Juli 2009 setelah mendapatkan ijin usaha dari Bank Indonesia No. 11/32/KEP.GBI/DpG/2009 tanggal 16 Juni 2009 tentang pemberian ijin usaha PT.BPRS Lampung Timur.²

² Dokumentasi di Kantor BPRS Lampung Timur

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah adalah salah satu Lembaga Keuangan Perbankan Syariah, yang pola operasionalnya mengikuti prinsip-prinsip syariah ataupun muamalah islam. BPRS berdiri berdasarkan UU No.7 Tahun 1992 Tentang Perbankan dan Peraturan Pemerintah (PP) No. 72 Tahun 1992 tentang Bank berdasarkan prinsip bagi hasil.

2. Visi Dan Misi BPRS Lampung Timur

Adapun visi dan misi pada BPRS Lampung Timur adalah sebagai berikut:³

Visi:

Menjadi Badan Usaha Milik Daerah yang profesional, memiliki daya saing yang kompeten serta mampu memberikan kontribusi terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Lampung Timur dengan semboyan ***“Membangun Umat Menuju Maslahat”***.

Misi:

- a. Membantu menumbuh-kembangkan serta mendorong kegiatan usaha dan bisnis disegala sektor ekonomi yang berbasis ekonomi syariah dalam menggerakkan roda perekonomian di wilayah Kabupaten Lampung Timur pada khususnya dan wilayah Lampung pada umumnya.
- b. Konsisten dalam menjalankan usaha sebagai lembaga keuangan perbankan yang berpedoman pada prinsip kehati-hatian

³Dokumentasi berupa website www.banksyariahlampungtimur.co.id

(*Prudential Banking*), transparan, tertib azas dan prosedur serta *compliance* terhadap Peraturan-peraturan Bank Indonesia (PBI) / Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) dan Fatwa Dewan Syariah Nasional.

- c. Mensyiarkan ekonomi Islam kepada masyarakat Kabupaten Lampung Timur pada khususnya dan masyarakat Lampung pada umumnya.

BPRS lampung timur merupakan badan usaha milik daerah yang menjalankan kegiatan usaha dengan prinsip syariah, yang bertujuan untuk meningkatkan taraf ekonomi dan membantu dalam pembangunan daerah. Dengan adanya visi dan misi ini guna mewujudkan apa yang menjadi tujuan BPRS Lampung timur agar lebih terarah dan termanajemen dengan prinsip perekonomian syariah, serta yang diharapkan agar bisa membangun umat menuju maslahat.

3. Produk-Produk BPRS Lampung Timur

- a. Produk Tabungan

1) SIMPEL (simpanan pelajar). Dalam rangka literasi, edukasi dan inklusi keuangan untuk mendorong menabung sejak dini, BPRS Lampung Timur mempunyai salah satu produk tabungan khusus untuk pelajar atau siswa dengan persyaratan mudah dan sederhana, serta banyak fitur menarik bagi siswa.⁴

⁴ Dokumentasi berupa website www.banksyariahlampungtimur.co.id

Tujuan produk ini untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman kepada siswa, orang tua dan komunitas sekolah mengenai layanan keuangan khususnya produk tabungan. Mari menabung sejak dini untuk investasi jangka panjang dan dapatkan masa depan yang cemerlang bersama tabungan SimPel BPRS Lampung Timur. Terbiasa menabung sejak dini dapat mencerminkan kebiasaan yang sangat baik, salah satunya yaitu dapat menyisihkan sebagian uang untuk bekal dimasa yang akan datang.

Syarat dan ketentuan:

- a) Mengisi formulir pembukaan tabungan
- b) Fotocopy kartu keluarga
- c) Fotocopy KTP Orang Tua
- d) Setoran awal minimal Rp 1.000,-
- e) Setoran selanjutnya minimal Rp 1.000,-
- f) Jika tidak ada transaksi selama 12 bulan berturut-turut dan saldo rekening sama dengan / kurang dari Rp 1.000,- maka rekening dapat ditutup secara otomatis.
- g) Biaya penutupan rekening Rp 1.000,-
- h) Hanya dapat ditarik diawal tahun ajaran baru
- i) Bagi hasil/bonus tabungan akan di distribusikan kepada pelajar pada akhir tahun pelajaran (juni/juli) dalam bentuk paket peralatan sekolah.

- 2) TABARU (Tabungan Tahun Ajaran Baru) berakad Mudharabah yang direncanakan untuk biaya pendidikan untuk tahun ajaran baru. Bonus pada tabungan ini berupa bebas biaya pengelolaan rekening dan nisbah ditentukan oleh bank.

Cara membuka rekening:

- a) Mengisi permohonan pembukaan rekening tabungan Tabaru
- b) Mengisi kartu spesimen tanda tangan
- c) Mengisi setoran awal
- d) Menyerahkan bukti identitas diri berupa KTP, SIM, Paspor orang tua serta kartu pelajar penabung (jika ada)

Syarat-syarat:

- a) Atas nama orang tua atau anak
 - b) Setoran awal Rp. 50.000,-
 - c) Selanjutnya minimal Rp. 50.000,-
- 3) TAWAL (Tabungan Walimah) Adalah tabungan yang berakad Mudharabah yang direncanakan untuk biaya pernikahan, khitanan, dsb. Nisbah / keuntungan ditetapkan oleh bank berdasarkan prinsip bagi hasil. Syarat-syarat dari tabungan ini adalah setoran awal sebesar Rp 25.000.- dan setoran selanjutnya sebesar Rp.10.000.-.
- 4) TAQUR (Tabungan Qurban) Adalah tabungan yang berakad Mudharabah yang direncanakan untuk biaya Qurban. Nisbah / keuntungan ditetapkan oleh bank berdasarkan prinsip bagi

hasil. Tabungan ini juga bebas biaya pengelolaan rekening. Syarat-syarat dari tabungan ini adalah setoran awal sebesar Rp 100.000.- dan setoran selanjutnya sebesar Rp.50.000.-.

- 5) Tabungan Deposito berjangka Adalah produk tabungan berjangka (deposito) yang berakad Mudharabah (bagi hasil) diperuntukan bagi perseorangan atau perusahaan / lembaga yang menginginkan investasi yang halal dan menguntungkan. Dalam hal ini Bank bertindak sebagai pemilik usaha. Hasil yang diperoleh atas pengelolaan dana deposito ini akan dibagihasilkan antara bank dan pemilik dana yang besarnya berdasarkan nisbah yang telah disepakati. Syarat-syarat dari tabungan ini adalah setoran awal atas nama perseorangan sebesar Rp500.000.- dan setoran selanjutnya atas nama perusahaan sebesar Rp1.000.000.-.

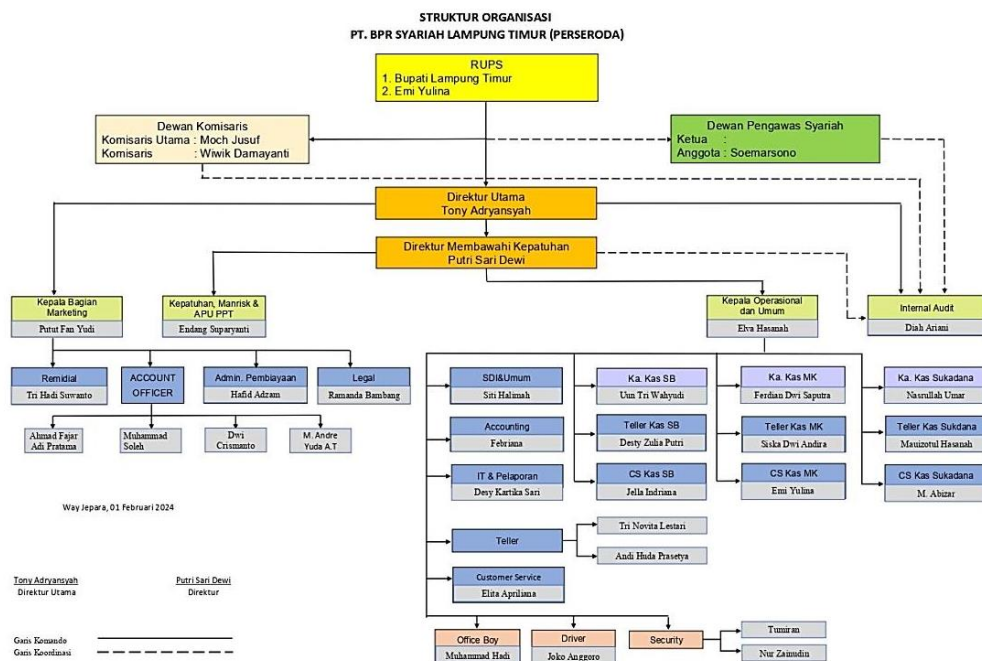
b. Produk Pembiayaan

- 1) Ijarah multijasa adalah produk pembiayaan konsumtif yang diberikan kepada nasabah dalam memperoleh manfaat atau jasa, seperti jasa pendidikan, kesehatan, ketenagakerjaan, pariwisata, pernikahan dan lainnya.
- 2) Musyarakah (Bagi Hasil) adalah akad pembiayaan / kerjasama antara BPRS Lampung Timur sebagai penyandang seluruh dana dan nasabah sebagai penyandang dana sekaligus pengelola dana untuk usaha yang telah disepakati. Bagi hasil dihitung dari nisbah yang telah disepakati dan dibayarkan setiap bulan sesuai dengan keuntungan bulan yang bersangkutan.

- 3) Mudharabah (Bagi Hasil) adalah akad pembiayaan / kerjasama antara BPRS Lampung Timur sebagai penyandang seluruh dana dan nasabah sebagai pengelola dana untuk usaha yang telah disepakati. Bagi hasil dihitung dari nisbah yang telah disepakati dan dibayarkan setiap bulan sesuai dengan keuntungan bulan yang bersangkutan.
- 4) Murabahah (Jual Beli) adalah akad jual beli antara BPRS Lampung Timur selaku penyedia barang dengan nasabah yang memerlukan barang tersebut. Harga jual BPRS Lampung Timur adalah harga beli dari pemasok ditambah keuntungan bagi BPRS Lampung Timur yang disepakati bersama antara BPRS Lampung Timur dan nasabah. Besarnya angsuran adalah harga jual dibagi periode pembayaran.

4. Struktur Organisasi BPRS Lampung Timur

Tabel 4.1 Struktur Perusahaan



B. Strategi Marketing BPRS Lampung Timur

Setiap perusahaan mempunyai tujuan dan mencapai visi misinya. Hal tersebut bisa dicapai dengan melalui usaha mempertahankan dan meningkatkan tingkat kesuksesan perusahaan. Dalam hal ini perusahaan hanya bisa mempertahankan dan meningkatkan penjualannya, melalui usaha, mencari, membina nasabah serta usaha menguasai pasar. Tujuan ini bisa tercapai apabila bagian marketing perusahaan melakukan strategi untuk menggunakan kesempatan dan peluang yang ada dalam pemasaran. Adapun bentuk strategi pemasaran yang dapat digunakan diantaranya melalui bauran pemasaran atau *marketing mix*.

Marketing mix atau bauran pemasaran merupakan strategi yang juga digunakan oleh BPRS Lampung Timur. Dimana *marketing mix* ini merupakan kegiatan pemasaran yang digunakan secara terpadu, artinya kegiatan ini dilakukan secara bersamaan diantara elemen-elemen yang terdapat pada *marketing mix*. Setiap elemen tidak bisa berjalan dengan sendiri tanpa dukungan dari elemen lain. Bentuk-bentuk *marketing mix* syariah yang diterapkan oleh BPRS Lampung Timur adalah sebagai berikut:⁵

1. Strategi produk

Strategi produk adalah strategi untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Dalam bentuk apapun yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan itu disebut dengan strategi produk.

⁵ Wawancara dengan pak Hafid Adzam selaku *account officer*

Beberapa strategi produk yang telah dilakukan oleh BPRS Lampung Timur untuk meningkatkan dan memaksimalkan pemasaran produk kepada masyarakat adalah sebagai berikut:

a. Pembiayaan Mudharabah

Pembiayaan ini adalah pembiayaan dalam bentuk modal kerjasama antara BPRS Lampung Timur sebagai penyandang seluruh dana dan nasabah sebagai pengelola dana, kemudian keuntungan dibagi antara bank dan nasabah sesuai kesepakatan. Akad yang digunakan dalam pembiayaan ini adalah bagi hasil.

b. Tabungan/simpanan pelajar (SIMPEL)

Tabungan pendidikan atau simpanan pelajar adalah tabungan untuk siswa yang menggunakan akad wadiah dengan modal awal 1000, minimal setoran awal 1000 dan saldo minimum 1000, selain mudah produk ini juga mempunyai manfaat terutama bagi pelajar untuk menumbuhkan gemar menabung dan pengelolaan uang sejak dini, sedangkan bagi orang tua bisa mengajarkan kepada anak mereka kemandirian dan memudahkan orang tua untuk mengatur uang anak.

Keunggulan produk ini adalah siswa tidak kesusahan untuk menyetor uang tabungan mereka ke BPRS karena petugas akan menjemput setoran tabungan ke sekolah, para pelajar/siswa cukup menyisahkan uang jajan mereka sedikit untuk menabung. Salah satu keunggulan produk ini adalah bonus tabungan akan di distribusikan

kepada pelajar pada akhir tahun pelajaran (juni/juli) dalam bentuk paket peralatan sekolah.

2. Strategi harga

Harga yang dimaksudkan dalam bidang perbankan yaitu merujuk pada biaya atau imbalan yang dikenakan bank kepada nasabah atas produk atau layanan yang diberikan. Harga dalam konteks perbankan memiliki karakteristik tersendiri karena sering kali tidak berbentuk harga langsung seperti dalam penjualan barang, tetapi dalam bentuk presentase bagi hasil yang ditawarkan oleh BPRS Lampung Timur.

Hal tersebut dibuktikan wawancara dengan nasabah BPRS Lampung Timur pada saat wawancara yang menyatakan bahwa:

Fatimah selaku nasabah BPRS Lampung Timur mengatakan bahwa:

“ketika mengajukan pinjaman yang saya terima itu menggunakan bagi hasil tidak ada bunga, jadi ini sangat menguntungkan saya”

3. Strategi pemasaran/*marketing*

Strategi *marketing* adalah rencana menyeluruh, terpadu dan menyatu dibidang pemasaran yang digunakan oleh perusahaan secara berkesinambungan untuk memenangkan persaingan pasar. Ada beberapa strategi *marketing* yang sudah dilakukan oleh BPRS Lampung Timur adalah sebagai berikut:⁶

⁶ Wawancara dengan pak Hafid Adzam selaku *account officer*

- a. *Word of mouth* (mulut ke mulut) adalah kegiatan pemasaran dari mulut ke mulut secara personal didalam komunikasi ini terdapat pemberian rekomendasi baik secara individu maupun kelompok terhadap suatu produk atau jasa. Strategi ini dapat mempertahankan eksistensi pelanggan lama dan menarik pelanggan baru melalui informasi yang disampaikan oleh pelanggan lama mengenai produk, layanan dan perusahaan. Strategi ini sudah lama digunakan oleh BPRS Lampung Timur dan akan terus digunakan karena selain mudah strategi ini juga tidak menggunakan biaya. Pihak BPRS Lampung Timur hanya harus meningkatkan pelayanan dan keuntungan yang dirasakan oleh nasabah maka dengan hal itu strategi ini dapat berjalan dengan baik dan benar.
- b. Mengadakan event merupakan strategi yang dilakukan oleh BPRS Lampung Timur. Salah satu event yang diadakan BPRS adalah ketika memperingati Hari menabung. BPRS akan memilih satu pelajar yang memiliki tabungan paling tinggi dan akan dikasih hadiah. Dengan hal ini pelajar lain akan termotivasi lebih rajin lagi untuk menabung.
- c. Penyebaran brosur adalah salah satu strategi yang dilakukan oleh BPRS Lampung Timur, dalam hal ini BPRS menyebarkan brosur-brosur terkait produk-produk yang ditawarkan. Penyebaran brosur ini sudah dilakukan di lapangan namun banyak masyarakat yang belum paham akan produk yang ditawarkan oleh BPRS lebih-lebih

masyarakat kalangan kecil mereka tidak memahami produk-produk BPRS. Hal ini terjadi karena disaat penyebaran brosur banyak masyarakat nya tidak menghiraukan bahkan brosur itu tidak dibaca kembali.

- d. Kerjasama dengan instansi salah satunya adalah sekolah dengan menggunakan produk SIMPEL yaitu dengan melakukan kerjasama ini sekolah juga akan mendapatkan bonus seperti alat sekolah bagi pelajar dan pihak BPRS juga bisa menambah nasabah dari kerjasama ini.
- e. Sosial Media, BPRS menggunakan sosial media yaitu instagram. Pemasaran dilakukan oleh karyawan bagian marketing dengan mengupload pamphlet-pamflet yang bertuliskan syariah dengan tujuan untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap BPRS Lampung Timur.

4. Strategi Tempat

Strategi ini adalah strategi yang dilakukan dengan cara memaksimalkan penggunaan lokasi karna lokasi ini sangat erat kaitannya dengan biaya yang dikeluarkan. Lokasi BPRS Lampung Timur cukup strategi yaitu berada di lokasi yang dekat dengan banyak UMKM. Dan pihak BPRS memperluas akses lokasinya dalam transaksi produk SIMPEL yaitu di sekolah, penyeteran dan penarikan dapat

dilakukan disekolah dan petugas BPRS yang setia akan menjemput setoran di sekolah.⁷

Hal tersebut dibuktikan wawancara dengan nasabah BPRS Lampung Timur pada saat wawancara yang menyatakan bahwa:

Siswanto selaku nasabah BPRS Lampung Timur mengatakan bahwa:

“disaat setoran tabungan anak murid saya, ada petugas yang menjemput ke sekolah”

5. *People (Orang)*

Strategi ini adalah strategi yang menggunakan tenaga manusia. Manusia yang dimaksud yaitu semua yang terlibat aktif dalam pelayanan dan mempengaruhi persepsi konsumen terhadap produk atau jasa. Strategi ini sangat penting karena karyawan yang berinteraksi secara langsung kepada pelanggan menjadi wajah dari perusahaan. Perilaku dan sikap yang ditunjukkan oleh karyawan harus membuat pelanggan senang dan nyaman.

6. *Process*

Proses dalam BPRS Lampung Timur merujuk pada alur kerja dan sistem pelayanan terhadap nasabah, yang harus efisien dan sesuai prinsip syariah.⁸ Dibuktikan dengan wawancara dengan nasabah BPRS Lampung Timur pada saat wawancara yang menyatakan bahwa:

⁷ Wawancara Dengan Bapak Trihadi Suwanto Selaku Remedial Officer, 17 Mei 2025, Pukul 10.00

⁸ Wawancara Dengan Bapak Trihadi Suwanto Selaku Remedial Officer

Sri selaku nasabah BPRS Lampung Timur mengatakan bahwa: “ketika saya mengajukan pinjaman pembiayaan untuk toko ini BPRS menggunakan prinsip bagi hasil”

7. *Physical evidence* (bukti fisik)

Bukti fisik adalah segala sesuatu yang bersifat nyata dan bisa diminati oleh indra, yang menunjukkan keberadaan dan kualitas layanan BPRS serta mempengaruhi persepsi dan kepercayaan pelanggan. Bukti fisik yang dimiliki oleh BPRS Lampung Timur adalah dengan adanya gedung yang nyaman, bersih serta terdapat ruang tunggu yang ada informasi tentang prinsip syariah. Ada bukti fisik lainnya berupa pelayanan karyawan yang sopan santun. Tujuan strategi ini adalah untuk membangun kepercayaan dan kenyamanan pelanggan serta menunjukkan komitmen terhadap kualitas dan prinsip syariah.⁹

Hal tersebut dibuktikan wawancara dengan nasabah BPRS Lampung Timur pada saat wawancara yang menyatakan bahwa:

Fatimah selaku nasabah BPRS Lampung Timur mengatakan bahwa:

“iya disaat saya datang ke kantor, ruangnya sudah ber AC dan disediakan minum untuk nasabah”

C. Analisis Lingkungan Internal Dan Eksternal BPRS Lampung Timur

Adapun hasil analisis SWOT berdasarkan faktor internal (kekuatan, kelemahan) dan faktor eksternal (peluang, ancaman) dapat membentuk

⁹ Dokumentasi langsung di kantor BPRS Lampung Timur

perencanaan strategi berdasarkan hasil analisis terhadap faktor-faktor strategi pada BPRS Lampung Timur. Dapat diketahui kekuatan, kelemahan, peluang dan juga ancaman yang dihadapi oleh BPRS Lampung Timur adalah sebagai berikut:

1. Kekuatan (*strenght*)

Kekuatan adalah sebuah kondisi yang menjadi sesuatu kelebihan yang dimiliki oleh perusahaan. Faktor-faktor kekuatan merupakan suatu potensi khusus yang terdapat pada perusahaan itu sendiri. Faktor-faktor tersebut merupakan nilai lebih atau keunggulan dari perusahaan. Kekuatan yang dimiliki oleh BPRS Lampung Timur adalah sebagai berikut:

a. Pilihan produk yang beragam

Pilihan produk yang di tawarkan oleh BPRS Lampung Timur pada para nasabah bervariasi. Hal tersebut dibuktikan wawancara dengan nasabah BPRS Lampung Timur pada saat wawancara yang menyatakan bahwa:

Siswanto selaku nasabah BPRS Lampung Timur mengatakan bahwa:

“setau saya, di brosur yang di bagikan banyak ya produk nya seperti, tabungan pelajar, haji ada juga yang tabungan untuk qurban itu”.¹⁰

Nadia selaku nasabah BPRS Lampung Timur mengatakan bahwa:

¹⁰ Wawancara dengan Siswanto, nasabah BPRS Lampung Timur, 16 Mei 2025 pukul 10.00

“saya lihat di instagram banyak produk nya, bervariasi”.¹¹

b. Lokasi Strategis

Lokasi BPRS Lampung Timur berada di pusat kota Way Jepara maka cukup banyak masyarakat yang sudah mengetahui keberadaan BPRS Lampung Timur. Hal tersebut dibuktikan dengan pernyataan nasabah BPRS Lampung Timur pada saat wawancara mengatakan bahwa:

Fatimah selaku nasabah BPRS Lampung Timur mengatakan bahwa:

“Menurut saya lokasi kantor mudah dijangkau, meskipun tidak terletak di jalan lintas timur tetapi kantor nya terletak di pusat kota Way Jepara lebih tepatnya terletak dekat dengan lapangan merdeka Way Jepara”.¹²

Sri selaku nasabah BPRS Lampung Timur mengatakan bahwa:

“Iya saya setuju lokasi kantor ini strategis mudah dijangkau dan mudah diketahui oleh orang yang bukan penduduk asli sekitar”.¹³

c. BPRS dapat membantu pengusaha kecil yang ada di daerah

Dengan adanya produk pembiayaan, UMKM yang membutuhkan modal bisa meminjam di BPRS Lampung Timur dengan sistem bagi hasil.

d. Prinsip kerja yang diterapkan oleh BPRS sesuai dengan bisnis syariat Islam.

¹¹ Wawancara dengan Nadia, nasabah BPRS Lampung Timur, 17 Mei 2025 pukul 10.30

¹² Wawancara dengan Fatimah, nasabah BPRS Lampung Timur, 16 Mei 2025, pukul 09.00

¹³ Wawancara dengan Sri, nasabah BPRS Lampung Timur, 16 Mei 2025, pukul 11.00

Prinsip yang digunakan BPRS Lampung Timur menggunakan syariat islam maka dengan hal itu sudah bebas dari riba, sistem pembagian keuntungan dengan menggunakan bagi hasil yang disepakati.

2. Kelemahan

Kelemahan adalah segala sesuatu atau kondisi hal yang menjadi kekurangan yang terdapat pada perusahaan. Pada dasarnya, sebuah kelemahan merupakan suatu hal yang wajar ada pada perusahaan namun yang terpenting adalah bagaimana perusahaan membangun sebuah kebijakan sehingga dapat meminimalisir kelemahan-kelemahan yang ada. Kelemahan yang dimiliki oleh BPRS Lampung Timur adalah sebagai berikut:

a. Strategi promosi yang masih kurang

Promosi yang dilakukan oleh BPRS Lampung Timur adalah salah satunya penyebaran brosur dengan hal ini belum melakukan sosialisasi sehingga nya masyarakat belum mengetahui produk-produk yang ada di BPRS Lampung Timur.

b. Belum tersedia pelayanan secara digital

Pelayanan BPRS masih menggunakan pelayanan manual seperti datang langsung ke kantor. Hal tersebut dibuktikan dengan pernyataan nasabah BPRS Lampung Timur pada saat wawancara mengatakan bahwa:

Fatimah selaku nasabah BPRS Lampung Timur mengatakan bahwa:

“iya BPRS belum memiliki aplikasi yang bisa di akses dimana aja jadi kalo perlu apa-apa harus datang ke kantor”.¹⁴

c. Pengenalan produk ke masyarakat belum optimal

Pengenalan produk belum maksimal sehingga banyak masyarakat yang belum mengetahui apa manfaat produk-produk yang ada di BPRS Lampung Timur.

d. Tenaga ahli terbatas

Karyawan BPRS Lampung Timur masih belum tanggap/cepat menangani masalah yang ada pada nasabah.

3. Peluang

Peluang merupakan suatu kondisi lingkungan diluar perusahaan yang sifatnya menguntungkan bahkan dapat menjadi senjata untuk memajukan sebuah perusahaan bila dimanfaatkan dengan benar. Peluang yang dimiliki oleh BPRS Lampung Timur adalah sebagai berikut:

a. Satu-satunya perbankan yang berprinsip syariah

Di daerah sekitar khususnya di Way Jepara BPRS masih menjadi satu-satunya perbankan dengan berprinsip syariah. Sehingga bisa menjadi peluang bagi umat muslim untuk bergabung ke BPRS Lampung Timur.¹⁵

b. Kesadaran masyarakat lebih tinggi terhadap perbankan

¹⁴ Wawancara dengan Fatimah, nasabah BPRS Lampung Timur, 16 Mei 2025, pukul 09.00

¹⁵ Wawancara Dengan Bapak Trihadi Suwanto Selaku Remedial Officer, 17 Mei 2025, Pukul 10.00

Pada zaman sekarang masyarakat lebih suka mencari modal ke bank karena dengan sistem yang sudah teratur dan jelas. Apalagi dengan berprinsip syariah jadi bebas dari riba.

- c. Prinsip BPRS Lampung Timur tidak membatasi nasabah berdasarkan agama

Pihak BPRS menerima nasabah dari masyarakat baik muslim maupun nonmuslim. Dengan syarat bisa mengikuti peraturan dan kesepakatan bersama.¹⁶

- d. Hubungan yang baik dengan nasabah

Pihak BPRS Lampung Timur dengan nasabah sudah memiliki relasi yang positif, saling percaya dan berkelanjutan.

4. Ancaman

Ancaman merupakan kondisi eksternal yang menghambat kelancaran berjalannya sebuah perusahaan, ancaman dapat meliputi hal-hal dari luar yang merugikan bagi sebuah perusahaan. Ancaman yang dihadapi oleh BPRS Lampung Timur adalah sebagai berikut:

- a. Strategi bisnis yang mudah ditiru

Strategi yang digunakan sangatlah mudah ditiru seperti penyebaran brosur itu banyak perusahaan yang sudah melakukan strategi tersebut. Sehingga banyak masyarakat yang kurang tertarik dengan brosur tersebut.

- b. Munculnya teknologi baru pada pesaing yang lebih unggul

¹⁶ *Ibid*

Pesaing sudah memiliki teknologi yang canggih seperti aplikasi online yang mudah diakses dimana saja.

c. Pemahaman nasabah yang kurang mengenai prinsip syariah

Masih banyak masyarakat yang belum paham akan prinsip syariah sehingga nya BPRS Lampung Timur masih kesulitan mendapatkan nasabah.

Dara hasil analisa diatas dapat disimpulkan bahwa masih banyak kekuarangan pada BPRS, solusi yang diwarkan yaitu mengoptimalkan pemasaran atau marketing, karena dengan bertambahnya tenaga kerja sosialisasi promosi produk dapat dilakukan secara optimal.

Untuk mengetahui langkah-langkah yang diperlukan oleh BPRS Lampung Timur dalam menentukan kebijakan strategi pemasaran diperlukan analisis SWOT yang bisa menunjukan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki oleh BPRS Lampung Timur sehingga memungkinkan salah dalam mengambil keputusan dalam strategi pemasaran dapat dihindari. Berikut adalah tabel dalam menganalisis dan menentukan keputusan strategis dengan pendekaptan matrik SWOT BPRS Lampung Timur:

Tabel 4.1
Matriks SWOT BPRS Lampung Timur

	STRENGHTS (S)	WEAKNESSES (W)
	1. Pilihan produk yang beragam. 2. Lokasi strategis 3. BPRS dapat membantu pengusaha kecil yang ada di daerah	1. Strategi promosi yang masih kurang 2. Belum tersedia pelayanan secara digital 3. Pengenalan produk ke

	4. Prinsip yang diterapkan oleh BPRS sesuai dengan bisnis syariah Islam	masyarakat belum optimal 4. Tenaga ahli terbatas atau masih kurang
OPPORTUNITIES (O) 1. Satu-satunya perbankan yang berprinsip syariah 2. Kesadaran masyarakat lebih tinggi terhadap perbankan 3. Prinsip BPRS tidak membatasi nasabah secara agama 4. Hubungan yang baik dengan nasabah	Strategi SO (strength + opportunities) 1. Mempertahankan citra Bank yang berbasis syariah 2. Meningkatkan pelayanan 3. Mempertahankan hubungan yang lebih baik lagi dengan nasabah 4. Memberikan respon yang cepat terhadap nasabah.	Strategi WO (Weakness + opportunities) 1. Meningkatkan pemahaman SDM 2. Meningkatkan promosi yang lebih baik dari segi media sosial maupun brosur 3. Meningkatkan fasilitas-fasilitas teknologi sehingga dapat memudahkan akses nasabah.
THREATS (T) 1. Strategi bisnis yang mudah ditiru 2. Munculnya teknologi baru pada pesaing yang lebih unggul 3. Pemahaman nasabah yang kurang terhadap prinsip syariah	Strategi ST (Strength + Threats) 1. Menciptakan strategi baru yang sesuai dengan kondisi pasar. 2. Meningkatkan teknologi baru sehingga dapat memudahkan akses nasabah 3. Memberi pemahaman tentang prinsip syariah	Strategi WT (Strength + Weakness) 1. Memperkuat layanan 2. Meningkatkan daya saing produk yang mudah ditiru 3. Meningkatkan tenaga kerja agar dapat mengoptimalkan promosi.

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa yang menghasilkan alternatif strategi yang paling utama adalah strategi *Weakness-Opportunity* (WO), diartikan sebagai strategi yang meminimalkan kelemahan yang ada pada kawasan untuk memanfaatkan peluang-peluang yang ada. Kondisi ini memperlihatkan bahwa pengelolaan yang ada di BPRS Lampung Timur mempunyai tugas yang cukup berat, yakni bagaimana mengupayakan pengembangan dengan kondisi yang paling lemah tetapi dimanfaatkan untuk menangkap peluang. Beberapa staretgi WO yang telah dirumuskan tersebut belum tentu semua dapat

dilaksanakan secara bersamaan, sehingga perlu dilakukan prioritas (satu persatu) apabila dalam pelaksanaannya secara bersama-sama mengalami kendala sumber daya.

D. Analisis SWOT Dalam Strategi Marketing BPRS Lampung Timur

Menurut Assauri, strategi marketing adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah. Oleh karena itu, penentuan strategi pemasaran harus didasarkan atas analisa lingkungan internal dan eksternal perusahaan melalui analisa keunggulan dan kelemahan perusahaan, serta analisa kesempatan dan ancaman yang dihadapi perusahaan dari lingkungannya.¹⁷

Berdasarkan pembahasan diatas, maka terdapat kesesuaian antara teori Assauri, dalam buku yang berjudul “*Manajemen Pemasaran*” yaitu BPRS Lampung Timur telah melakukan analisa lingkungan internal dan eksternal melalui analisa keunggulan dan kelemahan serta analisa kesempatan dan ancaman yang dihadapi perusahaan. Untuk menganalisis faktor lingkungan internal dan eksternal dalam mempengaruhi terbentuknya pembuatan keputusan (*decision marking*), BPRS Lampung Timur menggunakan strategi bauran pemsaran (*marketing mix*) yaitu: *product, promotion, place, price, people, process and physical eviden*.

¹⁷ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawalipers, 2009), 168.

Dari 7P sebagian besar telah diterapkan BPRS Lampung Timur dan sudah memberikan dampak positif untuk perkembangan BPRS Lampung Timur. Dari segi produk BPRS Lampung Timur memiliki banyak variasi seperti: produk pembiayaan dan produk tabungan. Dari segi physical eviden BPRS Lampung Timur memiliki kantor yang nyaman untuk nasabah dan juga memberikan fasilitas seperti parker yang luas, ruang tunggu yang berAC serta minuman yang menambah kenyamanan untuk pelanggan.

Dalam penerapannya masih ada bauran yang kurang atau belum maksimal, yaitu bauran promosi dan orang. Hal ini diperkuat oleh pernyataan nasabah, yaitu:

Fatimah selaku nasabah BPRS mengatakan bahwa: “pelayanan karyawan masih kurang baik, karena lama harus menunggu padahal nasabah ketika saya berkunjung sepi”.¹⁸

Yuli selaku nasabah BPRS mengatakan bahwa: “karyawan kurang menjelaskan produk, hanya mengenalkan”.¹⁹

Untuk bauran promosi BPRS Lampung Timur kurang menekankan pada sosialisasi atau kunjungan langsung ke masyarakat sehingga masih banyak masyarakat yang belum tahu akan manfaat produk yang ada di BPRS Lampung Timur.

09.00 ¹⁸ Wawancara dengan Fatimah, nasabah BPRS Lampung Timur, 16 Mei 2025, pukul

¹⁹ Wawancara dengan Yuli, nasabah BPRS Lampung Timur, 16 Mei 2025, pukul 09.30

E. Pembahasan

Dengan adanya BPRS Lampung Timur akan menjadi solusi bagi umat Islam untuk melakukan kegiatan seperti membuka usaha tetapi kekurangan modal bisa meminjam dana seperti pada produk pembiayaan yang ada di BPRS Lampung Timur tanpa mengkhawatirkan bunga karena pada sistem yang digunakan BPRS Lampung Timur sesuai dengan syariat islam seperti bagi hasil. Terutama pada zaman sekarang kegiatan masyarakat tidak lepas dari sektor perbankan.

BPRS Lampung Timur memiliki banyak produk yang bervariasi yang bisa dinikmati oleh anak-anak, remaja dan bagi pengusaha kecil seperti UMKM. BPRS Lampung Timur memiliki peluang yang sangat besar karena keberadaannya menjadi satu-satunya perbankan yang menerapkan prinsip syariah di masyarakat sekitar, sehingga dapat memenuhi kebutuhan layanan keuangan yang sesuai dengan nilai-nilai agama dan budaya lokal, serta membangun kepercayaan dan loyalitas masyarakat terhadap sistem perbankan.

Dari hasil wawancara BPRS Lampung Timur merupakan usaha yang bergerak dalam bidang perbankan yang sampai saat ini masih mampu mempertahankan eksistensinya di tengah-tengah banyaknya persaingan bisnis seperti perbankan konvensional yang secara akses bank tersebut bisa secara luas ke seluruh Indonesia. BPRS Lampung Timur memiliki strategi khusus dalam mempertahankan usahanya serta mampu menghadapi setiap hambatan sehingga dapat bertahan dan terus berkembang sampai saat ini.

Strategi yang digunakan BPRS Lampung Timur untuk menghadapi ketatnya persaingan bisnis khususnya dibidang perbankan yaitu mempertahankan citra bank yang berbasis syariah.

Pemasaran yang dilakukan BPRS Lampung Timur sudah melakukan beberapa pemasaran seperti *Word of mouth* (mulut ke mulut), mengadakan event, penyebaran brosur dan kerjasama dengan intansi. Selain itu BPRS Lampung Timur juga menggunakan media online untuk lebih memperluas pemasaran bank yaitu Instagram dengan nama akun bprslampungtimur. Pemasaran dilakukan oleh karyawan bagian marketing dengan mengupload pamphlet-pamflet yang bertuliskan syariah dengan tujuan untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap BPRS Lampung Timur.

Dari hasil analisa dapat disimpulkan, dalam hal ini BPRS Lampung Timur memiliki strategi-strategi yang digunakan untuk memasarkan produknya agar dapat diterima oleh masyarakat, tetapi dalam hal ini BPRS Lampung Timur memiliki hambatan yaitu masih kesulitan dalam menjelaskan tentang produk syariah kepada masyarakat. Hambatan yang selanjutnya yaitu strategi mudah ditiru, seperti penyebaran brosur yang masyarakat itu sendiri enggan untuk membaca brosur tersebut. Oleh karenanya BPRS Lampung Timur disarankan untuk segera memperbanyak ragam strategi taktinya dan berani menambahkan tenaga kerja agar proses pemasaran dilakukan secara optimal.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Implementasi analisis SWOT dalam strategi marketing BPRS Lampung Timur menggunakan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) syariah yaitu: *product, price, promotion, place, people, process* dan *physical eviden*. Dari 7P yang telah diterapkan BPRS Lampung Timur sebagian besar telah diterapkan dengan baik dan sudah memberikan dampak positif untuk kemajuan BPRS Lampung Timur, namun penerapannya masih ada yang kurang atau belum maksimal, yaitu bauran promosi dan orang.

BPRS Lampung Timur memiliki beberapa poin kekuatan yang menjadikannya tetap mampu bersaing yaitu: Pilihan produk yang beragam, lokasi strategis, BPRS dapat membantu pengusaha kecil yang ada di daerah dan Prinsip yang diterapkan oleh BPRS sesuai dengan bisnis syariat Islam. Kelemahan BPRS Lampung Timur yaitu strategi promosi yang masih kurang, belum tersedia pelayanan secara digital, pengenalan produk ke masyarakat belum optimal, tenaga ahli terbatas atau masih kurang. Peluang yang dimiliki adalah Satu-satunya perbankan yang berprinsip syariah, kesadaran masyarakat lebih tinggi terhadap perbankan, prinsip BPRS tidak membatasi nasabah secara agama, hubungan yang baik dengan nasabah. Sedangkan ancaman yang BPRS Lampung Timur hadapi: strategi bisnis yang mudah ditiru, munculnya teknologi baru pada pesaing yang lebih unggul dan pemahaman nasabah yang kurang terhadap prinsip syariah.

B. Saran

1. BPRS Lampung Timur diharapkan dapat memaksimalkan kegiatan pemasaran atas produk yang dimilikinya, agar produk dikenal secara luas sehingga menjangkau nasabah lebih luas. Dengan adanya pemasaran juga akan meningkatkan jumlah nasabah baru atau nasabah berulang. BPRS Lampung Timur juga harus meningkatkan hubungan baik dengan nasabah agar pemasaran *Word of mouth* (mulut ke mulut) ini tersampai dengan baik ke masyarakat luas. Serta untuk segera memperbanyak ragam strategi taktinya dan berani menambahkan tenaga kerja agar proses pemasaran dilakukan secara optimal.
2. Diharapkan para nasabah BPRS untuk meningkatkan literasi keuangan syariah agar dapat memahami perbedaan dan keunggulan produk BPRS dibandingkan lembaga keuangan konvensional.
3. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji lebih dalam faktor eksternal dan internal BPRS dengan pendekatan SWOT yang lebih spesifik, seperti menggunakan analisis matriks IE atau QSPM untuk menghasilkan strategi yang lebih terukur.

DAFTAR PUSTAKA

- Anisa Dwi Utami, Lukman M Baga, Rahmat Yanuar, Tita Nursyamsiah, Busaid, and Yekti Mahanani. "Strategi Pengembangan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Di Indonesia." *Al-Muzara'Ah* 11, no. 1 (2023): 47–61. <https://doi.org/10.29244/jam.11.1.47-61>.
- Annisa Karenina Ajie, Astrid Fitria Malik, Luthfia Salsabilla, Nanda Hamidah, Salsabila Putri Setiawan, and Suhartini Suhartini. "Analisis Swot Pada Manajemen Strategik Dalam Platform Belanja Online." *Lokawati : Jurnal Penelitian Manajemen Dan Inovasi Riset* 2, no. 4 (2024): 22–35. <https://doi.org/10.61132/lokawati.v2i4.944>.
- Anwar, Moch Choiril, and Meinarini Catur Utami. "Analisis SWOT Pada Strategi Bisnis Dalam Kompetisi Pasar." *Jurnal Sistem Informasi* 5, no. 1 (2012): 1–9.
- Apriyanti, Yoki, Evi Lorita, and Yusuarsono Yusuarsono. "Kualitas Pelayanan Kesehatan Di Pusat Kesehatan Masyarakat Kembang Seri Kecamatan Talang Empat Kabupaten Bengkulu Tengah." *Profesional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik* 6, no. 1 (2019). <https://doi.org/10.37676/professional.v6i1.839>.
- Dalimunthe, N, and N K Lubis. "Peran Lembaga Perbankan Terhadap Pembangunan Ekonomi: Fungsi Dan Tujuannya Dalam Menyokong Ketenagakerjaan." *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 8, no. 30 (2023): 956–63.
- Dawis, Aisyah Mutia, Yeni Meylani, Nono Heryana, Muhammad Ali Mursid Alfathoni, Eka Sriwahyuni, Rida Ristiyana, Yeni Januarsi, et al. *Pengantar Metodologi Penelitian*, 2023.
- Desintawati, Alivia Dwi Vivi, Fita Diana, and Indah Respati Kusumasari. "Peran Analisis SWOT Dalam Pengambilan Keputusan Srategis Di Perusahaan Startup." *Musytari: Neraca Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi* 10, no. 1 (2024): 11–20.
- Dewi, Arsha Nurma, and Donny Setiawan. "ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN PADA BISNIS KULINER (Studi Kasus CV. Gehu Extra Pedas Chili Hot)." *GREAT: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Islam* 1, no. 1 (2024): XXXX–XXXX.
- Djajanegara, Asep R. "Teknik Analisis Data (Analisis Kualitatif Pada Hasil Kuesioner) Oleh : Asep R. Djajanegara." *Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Dakwah*, 2020, 1–11.

Dwi, Sulistiani. "Analisis Swot Sebagai Strategi Perusahaan Dalam Memenangkan Persaingan Bisnis." *El-Qudwah* 10 (2014): 1–10.

Elita Tarihoran, Jessie, Muarifah Ika Mardiani, Novelia Dwi Putri, Rista Sari Novareila, Alfira Sofia, and Ida Farida Adi prawira. "Pentingnya Sosial Media Sebagai Strategi Marketing Start-Up Di Indonesia." *KREATIF : Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang* 9, no. 1 (2021): 72. <https://doi.org/10.32493/jk.v9i1.y2021.p72-78>.

Fauzy, Akhmad. *Metode Sampling. Universitas Terbuka*. Vol. 9, 2019.

Hardani, nur hikmatul Auliya, and Helmina Andriani. *Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*. Edited by Husnu Abadi. yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group, 2020.

Mahfud, Mohamad Harisudin. "Metode Penentuan Faktor-Faktor Keberhasilan Penting Dalam Analisis SWOT." *AGRISAINTEFIKA: Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian* 3, no. 2 (2020): 113. <https://doi.org/10.32585/ags.v3i2.546>.

Makmur, Saprijal. "Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Pada S-Mart Swalayan Pasir Pengaraian)." *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos* 3, no. 1 (2015): 41–56.

Muchlis, Ridwan. "Analisis SWOT Financial Technology (Fintech) Pembiayaan Perbankan Syariah Di Indonesia (Studi Kasus 4 Bank Syariah Di Kota Medan)." *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam* 1, no. 1 (2018): 335. <https://doi.org/10.30821/ajei.v1i1.2735>.

Nasib, Amelia, and Lestari. "Dasar Pemasaran Syariah." *Mitra Wacana Media* 4, no. 1 (2017): 29–37.

Nisak, Zuhrotun. "Analisis Swot Untuk Menentukan Strategi Kompetitif." *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 2019, 1–8.

Nur'aisyah, Iis, Leonita Silvyna Dora, Kholishoh, and Abdul Aziz. "Peran Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (Bprs) Dalam Pengembangan Umkm Di Indonesia." *INKLUSIF : Jurnal Pengkajian Penelitian Ekonomi Dan Hukum Islam* 5, no. 2 (2020): 114–26.

Nurahma, Gilang Asri, and Wiwin Hendriani. "Tinjauan Sistematis Studi Kasus Dalam Penelitian Kualitatif." *Mediapsi* 7, no. 2 (2021): 119–29. <https://doi.org/10.21776/ub.mps.2021.007.02.4>.

Primadona, Yayang, and Yusep Rafiqi. "Analisis Swot Pada Strategi Persaingan Usaha Minimarket Madina Purbaratu Kota Tasikmalaya." *Jurnal Ekonomi Syariah* 4, no. 1 (2019): 49–60. <https://doi.org/10.37058/jes.v4i1.802>.

Romadhon & Nawawi. "Economic Reviews Journal Analisis Strategi Marketing

Mix Dalam Meningkatkan Pengiriman Barang Dan Jasa: Studi Pada PT. JNE Express Cabang Patumbak.” *Economic Reviews Journal* 1 Nomor 2 (2022): 96–108.

Said, Hernawan Dewanto. “RANCANG BANGUN SISTEM PEMBUKUAN DI BUNDA LAUNDRY MENGGUNAKAN METODE SDLC.” UNIVERSITAS BAKRIE, 2023.

Setyorini, Hany, ud Effendi, and Imam Santoso. “Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks SWOT Dan QSPM (Studi Kasus: Restoran WS Soekarno Hatta Malang) Marketing Strategy Analysis Using SWOT Matrix and QSPM (Case Study: WS Restaurant Soekarno Hatta Malang).” *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Agroindustri* 5, no. 1 (2016): 46–53.

Suarto, Edi. “Analisis Swot,” 1997, 19–24.

Sugiyono. “Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif Kualitatif,” 2003.

Syah, Ricki Febrian, Muhammad Iqbal Fasa, and Suharto Suharto. “Analisis SWOT Dalam Strategi Pemasaran Produk Perbankan Syariah Di Indonesia.” *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 4, no. 1 (2021): 62–72. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i1.364>.

Ummah, Masfi Sya’fiatul. *PEMASARAN SYARIAH. Sustainability (Switzerland)*. Vol. 11, 2019.

Wijaya, Temmy. “Urgensi Pemerintah Kabupaten/Kota Mendirikan Bpr Syariah.” *Profit : Jurnal Kajian Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 3, no. 2 (2019): 80–90. <https://doi.org/10.33650/profit.v3i2.893>.

Wiswasta, I Gusti Ngurah Alit, Igusti Ayu Ari Agung, and I Made Tamba. *Analisis SWOT (Kajian Perencanaan Model, Strategi, Dan Pengembangan Usaha)*, 2018.

Yumanita, Ascarya Diana. *Bank Syariah: Gambaran Umum. Pusat Pendidikan Dan Studi Kebanksentralan (PPSK) BI*, 2005.

LAMPIRAN

Nomor : B-0677/In.28.1/J/TL.00/05/2025
Lampiran : -
Perihal : SURAT *BIMBINGAN SKRIPSI*

Kepada Yth.,
Muhammad Mujib Baidhowi (Pembimbing 1)
Muhammad Mujib Baidhowi (Pembimbing 2)
di-

Tempat
Assalamu'alaikum Wr. Wb.

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

Nama : LENI SRI HANDAYANI
NPM : 2103010036
Semester : 8 (Delapan)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syaria`h
Judul : IMPLEMENTASI ANALISIS SWOT DALAM STRATEGI
MARKETING BPRS LAMPUNG TIMUR

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, 07 Mei 2025
Ketua Jurusan,



Muhammad Mujib Baidhowi
NIP 199103112020121005

OUTLINE

IMPLEMENTASI ANALISIS SWOT DALAM STRATEGI MARKETING BPRS LAMPUNG TIMUR

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL

NOTA DINAS

HALAMAN PERSETUJUAN

ABSTRAK

ORISINALITAS PENELITIAN

MOTTO

PERSEMBAHAN

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

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

BAB II LANDAAN TEORI

- A. Analisis SWOT
 - 1. Pengertian Analisis SWOT
 - 2. Tujuan Dan Manfaat Analisis SWOT
 - 3. Analisis Lingkungan Internal
 - 4. Analisis Lingkungan Eksternal
 - 5. Strategi SWOT Sebagai Dasar Penilaian
 - 6. Matriks SWOT
- B. Strategi Marketing
 - 1. Pengertian Strategi Marketing
 - 2. Jenis-Jenis Strategi Marketing
 - 3. Marketing Mix
- C. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS)
 - 1. Pengertian Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS)
 - 2. Perkembangan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS)

BAB III METODE PENELITIAN

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

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- A. Gambaran Umum BPRS Lampung Timur
 - 1. Sejarah Singkat BPRS Lampung Timur
 - 2. Visi Dan Misi BPRS Lampung Timur
 - 3. Produk-Produk BPRS Lampung Timur
 - 4. Struktur Organisasi BPRS Lampung Timur
- B. Strategi Marketing BPRS Lampung Timur
 - 1. Strategi Produk
 - 2. Strategi Pemasaran/Marketing
 - 3. Strategi Tempat
 - 4. Strategi Harga
 - 5. *People* (Orang)
 - 6. *Physical Evidence* (Bukti Fisik)
- C. Analisis Lingkungan Internal Dan Eksternal
- D. Analisis SWOT Dalam Strategi Marketing BPRS Lampung Timur
- E. Pembahasan

BAB V PENUTUP

- A. Kesimpulan
- B. Saran

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN
DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Mengetahui,
Dosen Pembimbing



M. Muijb Bidhowi, M.E
NIP. 199103112020121005

Metro, 4 Mei 2025
Peneliti



Leni Sri Handayani
NPM. 2103010036

ALAT PENGUMPUL DATA (APD)

IMPLEMENTASI ANALISIS SWOT DALAM STRATEGI MARKETING BPRS LAMPUNG TIMUR

Pertanyaan Wawancara Kepada *Remedial Officier*

1. Apa saja kekuatan/kelebihan yang dimiliki oleh BPRS?
2. Apa saja kelemahan yang dimiliki oleh BPRS?
3. Apa yang menjadi peluang bagi BPRS?
4. Bagaimana cara bapak untuk memanfaatkan peluang untuk menarik nasabah baru?
5. Apakah ada ancaman yang dihadapi oleh BPRS?
6. Bagaimana cara bapak menangani ancaman tersebut?
7. Apakah ancaman tersebut berpengaruh terhadap pemasaran BPRS?
8. Apakah strategi pemasaran saat ini sudah mempertimbangkan faktor resiko yang sering bapak hadapi di lapangan?
9. Apakah ada evaluasi rutin dari pemasaran yang telah dilakukan?
10. Apa langkah selanjutnya yang bapak lakukan dalam pengambilan keputusan pada peluang dan kekuatan yang ada?

Pertanyaan Wawancara Kepada *Account Officier*

1. Apa sajakah produk yang ada di BPRS pak?
2. Strategi marketing/pemasaran seperti apa yang diterapkan di BPRS?
3. Bagaimana cara bapak menawarkan produk-produk bprs kepada calon nasabah?
4. Apa saja kelebihan produk BPRS dibandingkan lembaga keuangan lain?
5. Apa kendala yang sering bapak temui saat memasarkan produk?
6. Bagaimana cara menghadapi kendala tersebut pak?
7. Apa saja yang membuat calon nasabah tertarik menggunakan produk?
8. Apakah lingkungan persaingan (misalnya bank konvensional) berpengaruh besar terhadap pemasaran produk BPRS?
9. Media apa saja yang bapak gunakan saat melakukan pemasaran?
10. Apakah perlu ada tambahan media pemasaran pak?

Pertanyaan Wawancara Kepada Nasabah

1. Darimana kah pertama kali mengetahui BPRS?
2. Kenapa tertarik menjadi anggota BPRS?
3. Keuntungan apa saja yang peroleh dari BPRS?
4. Apakah produk-produk BPRS mudah dipahami?
5. Apakah ada kendala ketika proses mengajukan rekening?
6. Apa ada kendala atau kesulitan selama menjadi nasabah BPRS?
7. Apakah pelayanan karyawan BPRS memuaskan?
8. Apakah lokasi BPRS mudah dikases?

Mengetahui,
Dosen Pembimbing



M. Mujib Bidhowi, M.E
NIP. 199103112020121005

Metro, 4 Mei 2025
Peneliti



Leni Sri Handayani
NPM. 2103010036



**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 : B-0800/In.28/D.1/TL.00/05/2025
Lampiran : -
Perihal : IZIN RESEARCH

Kepada Yth.,
DIREKTUR BPRS LAMPUNG
TIMUR
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-0801/In.28/D.1/TL.01/05/2025,
tanggal 19 Mei 2025 atas nama saudara:

Nama : LENI SRI HANDAYANI
NPM : 2103010036
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : Ekonomi Syari'ah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada DIREKTUR BPRS LAMPUNG
TIMUR bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan
research/survey di BPRS LAMPUNG TIMUR, dalam rangka menyelesaikan
Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul
"IMPLEMENTASI ANALISIS SWOT DALAM STRATEGI MARKETING BPRS
LAMPUNG TIMUR" .

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 19 Mei 2025
Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Zumaroh S.E.I, M.E.Sy
NIP 19790422 200604 2 002



BANK SYARIAH LAMPUNG TIMUR
PT. BANK PEREKONOMIAN RAKYAT SYARIAH LAMPUNG TIMUR
(PERSERODA)



Nomor : 087/BPRS LT/DIR/Eks/V/2025

Way Jepara, 21 Mei 2025

Lampiran: -

Kepada Yth.
Ketua Jurusan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institute
Agama Islam Negeri Metro
Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur
Di_

Metro

Perihal: Balasan Research

Dengan Hormat,

السلامة كنور حمة الله وير كاته

Semoga bapak/ibu beserta jajaran senantiasa dalam lindungan Allah SWT, dan sukses menjalankan aktifitas sehari-hari, Amin.

Berdasarkan surat dari Institut Agama Islam Negeri Metro Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam No. B-0800/ln.28/D.1/TL.00/05/2025 perihal izin research atas nama saudara:

Nama : Leni Sri Handayani
NPM : 2103010036
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul : Implementasi Analisis SWOT Dalam Strategi Marketing BPRS Lampung Timur

Maka dengan ini kami sampaikan kepada Bapak/ibu bahwa mahasiswa tersebut diatas dapat melakukan research pada PT. BPR Syariah Lampung timur (Perseroda) untuk menyelesaikan penelitian yang dimaksud.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih.

وعليكم السلام ورحمة الله وير كاته

Mengetahui

Direksi,


Tony Adryansyah
Direktur Utama



**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

SURAT TUGAS

Nomor: B-0801/In.28/D.1/TL.01/05/2025

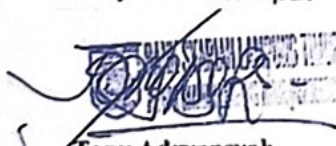
Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama : LENI SRI HANDAYANI
NPM : 2103010036
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : Ekonomi Syari'ah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di BPRS LAMPUNG TIMUR, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "IMPLEMENTASI ANALISIS SWOT DALAM STRATEGI MARKETING BPRS LAMPUNG TIMUR".
 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.

Mengetahui,
Pejabat Setempat


Tony Adryansyah
Direktur Utama

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 19 Mei 2025

Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Zumaroh S.E.I, M.E.Sy
NIP 19790422 200604 2 002



**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 : Leni Sri Handayani
NPM : 2103010036
Jurusan : Ekonomi Syariah

Adalah benar-benar telah mengirimkan naskah Skripsi berjudul **Implementasi Analisis SWOT Dalam Strategi Marketing BPRS Lampung Timur** untuk diuji plagiasi. Dan dengan ini dinyatakan **LULUS** menggunakan aplikasi Turnitin dengan **Score 21%**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 13 Juni 2025
Ketua Program Studi Ekonomi Syariah



Muhammad Mujib Baidhowi, M.E.
NIP. 199103112020121005



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN

NPP: 1807062F0000001

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; perpustakaan@metrouniv.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-439/ln.28/S/U.1/OT.01/06/2025

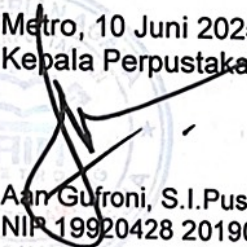
Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : LENI SRI HANDAYANI
NPM : 2103010036
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2024/2025 dengan nomor anggota 2103010036.

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, 10 Juni 2025
Kepala Perpustakaan,

Aan Gufroni, S.I.Pust.
NIP 19920428 201903 1 009



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 SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Leni Sri Handayani Fakultas/Jurusan : FEBI/ESy
NPM : 2103010036 Semester : VII/ 2024

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Selasa, 21 Januari 2024	- Latar Belakang Masalah lebih difokuskan ke BPRS. dan analisis swot ke strategi marketing. - Penelitian relevan dicari dengan Strategi marketing. Dan ditambahkan penelitiannya yang akan ditonjolkan. - Bab 2. analisis SWOT memakai buku induk ? Teori ? - bab 3. BPRS bukan bank syariah - Kriteria responden dicantumkan. - Keabsahan data baru analisis - Teori analisis penelitian Miles and Huberman.	

Dosen Pembimbing,

M. Muji Baidhowi, M.E
NIP. 19910311202012005

Mahasiswa Ybs,

Leni Sri Handayani
NPM. 2103010036



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296
Website : www.metrouniv.ac.id; email : iaimetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Mahasiswa : Leni Sri Handayani Fakultas/Jurusan : ESy / FEBI
NPM : 2103010036 Semester/TA : VIII / 2025

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Senin 3-2-2025	- LBM ditambahkan 3 halaman - Teori analisis swot di LBM - Bagian Marketing ditambah penggunaan analisis swot. - paragraf terakhir ditambahkan alasan mengangkat judul. - di bagian wawancara ditambah kualifikasi nasabah. - di bagian perkembangan BPRS ditambah perkembangan Pemasaran.	

Dosen Pembimbing Skripsi

M. Mujib Baidhowi, M.E
NIP. 19910311202012005

Mahasiswa Ybs,

Leni Sri Handayani
NPM. 2103010036



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296
Website : www.metrouniv.ac.id; email : iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Mahasiswa : Leni Sri Handayani Fakultas/Jurusan : ESy / FEBI
NPM : 2103010036 Semester/TA : VIII / 2025

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	11-2-2025	Bab I . Ditambahkan strategi marketing	
	18-2-2025	Produk - produk BPRS syariah dicantumkan	
		ACC Proposal	

Dosen Pembimbing Skripsi

M. Mujib Baidhowi, M.E
NIP. 19910311202012005

Mahasiswa Ybs,

Leni Sri Handayani
NPM. 2103010036



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

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

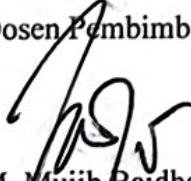
FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Leni Sri Handayani
NPM : 2103010036

Jurusan/Fakultas : ESy/FEBI
Semester / T A : VIII / 2025

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	14/5 2025	ACC outline dan APD	

Dosen Pembimbing


M. Mujib Bardhowi, M.E
NIP. 199103112020121005

Mahasiswa Ybs,


Leni Sri Handayani
NPM. 2103010036



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

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Leni Sri Handayani
NPM : 2103010036

Jurusan/Fakultas : ESy/FEBI
Semester / T A : VIII / 2025

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Selasa 3-6-2025	Strategi Harga yaitu Nisbah Bagi Hasil Kesimpulan harus di paragraf	

Dosen Pembimbing

M. Muji Baidhowi, M.E
NIP. 199103112020121005

Mahasiswa Ybs,

Leni Sri Handayani
NPM. 2103010036



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

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

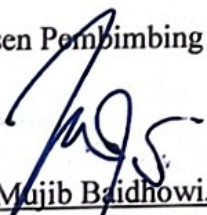
FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Leni Sri Handayani
NPM : 2103010036

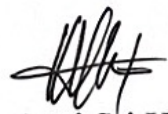
Jurusan/Fakultas : ESy/FEBI
Semester / T A : VIII / 2025

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1	10-6-2025	ACC Skripsi	

Dosen Pembimbing


M. Mujib Baidhowi, M.E
NIP. 199103112020121005

Mahasiswa Ybs,


Leni Sri Handayani
NPM. 2103010036



Wawancara Dengan Bapak Trihadi Suwanto Selaku remedial officer BPRS
Lampung Timur Pada 6 Januari Hari Senin Pukul 09.00



Wawancara dengan pak Trihadi Siswanto selaku remedial officer BPRS
Lampung Timur 17 Mei hari sabtu pukul 10.00



Wawancara dengan pak Hafid Adzam selaku *account officer*



Wawancara dengan Nadia, nasabah BPRS Lampung Timur, 16 Mei 2025,
pukul 10.30



Wawancara dengan Siswanto, nasabah BPRS Lampung Timur, 16 Mei 2025
pukul 10.00



Wawancara dengan Fatimah, nasabah BPRS Lampung Timur, 16 Mei 2025,
pukul 09.00



Wawancara dengan Yuli, nasabah BPRS Lampung Timur, 16 Mei 2025,
pukul 09.30



Wawancara dengan Sri, nasabah BPRS Lampung Timur, 16 Mei 2025,
pukul 11.00



**PENYERAHAN HADIAH UNDIAN SIMPEL
HARI INDONESIA MENABUNG 2023**



Dokumentasi Marketing Bprs Lampung Timur



Dokumentasi Ketika Rapat Dengan Direktur BPRS Lampung Timur

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Leni Sri Handayani adalah nama penulis skripsi ini. Penulis lahir di Braja Sakti pada tanggal 23 April 2003 dari pasangan Bapak Sumiyanto dan Ibu Riyani sebagai anak kedua dari dua bersaudara. Penulis pernah menempuh pendidikan TK YPI Cerdas Umat lulus pada Tahun 2009 dan penulis melanjutkan pendidikan SD

Negeri 4 Braja Sakti lulus pada Tahun 2015, setelah itu melanjutkan pendidikan SMP Negeri 1 Way Jepara dan lulus pada Tahun 2018, penulis melanjutkan sekolah di SMA Negeri 1 Way Jepara dan lulus pada Tahun 2021. Setelah itu penulis melanjutkan pendidikan di Institut Agama Islam Negeri Metro dengan Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Bisnis Islam Tahun Ajaran 2021/2022.