ABSTRAK

Darwis, Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pemasaran Produk USPPS di Koperasi Sumber Anyar (KSA) Pamekasan, Program Pasca Sarjana Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, Tahun 2016. Pembimbing : Dr. H. Djoko Subagyo, MM

Kata Kunci : Produk USPPS KSA Pamekasan, SWOT, Pemasaran

USPPS KSA Pamekasan sebagai salah satu pengelola keuangan yang membutuhkan suatu strategi pemasaran yang efektif dan efisien untuk mendapatkan nasabah dalam menghadapi persaingan dengan para kompetitor lain yang menggunakan prinsip Syariah. Penelitian ini difokuskan pada permasalahan 1) Apa kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman bagi pemasaran produk USPPS KSA Pamekasan? 2) Bagaimana Pemasaran Produk dalam menentukan *Segmentation*, *Targetting*, dan *Positioning* USPPS KSA Pamekasan? 3) Strategi apa yang tepat dalam memasarkan produk USPPS KSA Pamekasan?

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif, yakni suatu penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena, peristiwa, aktivitas sosial, sikap, kepercayaan, persepsi, pemikiran orang secara individual maupun kelompok. Data yang dihimpun untuk penelitian ini adalah data-data terkait Analisis SWOT terhadap strategi pemasaran produk USPPS KSA Pamekasan, mulai dari anlisis SWOT serta implikasinya dalam menentukan strategi yang akan dilakukan. Data yang terkumpul untuk menyusun dan menganalisisnya dengan menggunakan metode deskriptif analisis yang menggambarkan dan melukiskan keadaan subyek atau obyek berdasarkan fakta.

Penelitian ini menghasilkan temuan bahwa dalam analisis SWOT dalam menentukan strategi pemasaran produk USPPS KSA Pamekasan ; ***Pertama***, yang menjadi *kekuatan* yaitu: tidak menganut prinsip bunga dengan rating 4 berarti baik untuk dipertahankan. *Kelemahan*, yaitu: citra USPPS KSA Pamekasan sebagai Koperasi yang diperuntukkan untuk orang islam ratingnya 3,75, perlu segera dibenahi untuk kelangsungan USPPS KSA Pamekasan. *Peluangnya* : ketertarikan masyarakat terhadap koperasi syariah dan populasi penduduk yang beragama islam menjadi peluang yang sangat baik dengan rating 4. *Ancaman* yang paling kuat ratingnya 2,75 yaitu banyaknya pesaing yang lebih luas jaringannya dan strategis lokasi pemasaranya. ***Kedua***, dilihat *segmen pasar* bahwa Nasabah di USPPS KSA Pamekasan adalah santri, guru dan para tokoh agama dan tokoh masyarakat,. *Target pasar* adalah Lembaga pendidikan, Para pedagang yang paham tentang Syariah, serta Para Pelajar, Tokoh agama dan Masyarakat yang mengerti tentang Syariah. Sedangkan *Posisi perusahaan* diketahui pada Kuadran 1 pada arah Agresif, hal Ini menunjukkan situasi yang sangat menguntungkan, artinya organisasi dalam kondisi baik sehingga sangat dimungkinkan untuk terus melakukan ekspansi, memperbesar pertumbuhan dan meraih kemajuan secara maksimal. ***Ketiga***, hasil merekomendasikan strategi sebagai berikut ; Mempertahankan citra koperasi yang baik, meningkatkan Promosi dengan media yang lebih baik agar dapat memperluas pangsa pasar, serta memebrikan pelatihan yang baik dan sesuai dengan bidangnya kepada karyawan khususnya pelatihan tentang keuangan agar karyawan lebih kreatif dan inovatif.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id