

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Dengan Analisis SWOT Untuk Meningkatkan Keuntungan Pada Usaha Dagang Tenang Binangun Blitar Dengan Perspektif Syariah” ditulis oleh Ika Miratun Nisa’, NIM. 1742143120, Dosen pembimbing Dr. Agus Eko Sujianto, SE., MM.

Penelitian ini berlatar belakang dari perkembangan ekonomi yang saat ini semakin meningkat, mengakibatkan persaingan yang ketat antara pelaku bisnis, sebuah perusahaan harus mempunyai strategi pemasaran yang baik dan tetap berdasarkan tuntunan syariah supaya tidak kalah saing dengan perusahaan yang lain dan tetap bersaing secara sehat. Maka dari itu dibutuhkan analisis yang tepat mengenai faktor-faktor yang dimiliki oleh perusahaan baik faktor internal maupun faktor eksternal. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui analisis SWOT (Strength, Weaknesses, Opportunities, Threats) dalam menentukan strategi pemasaran untuk meningkatkan keuntungan pada UD.Tenang Binangun Blitar, dan untuk mengetahui strategi pemasaran syariah yang diterapkan oleh UD.Tenang Binangun Blitar.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara secara mendalam terhadap informan. Kemudian menggunakan teknik analisis faktor internal dan eksternal perusahaan dengan menggunakan matriks SWOT dan matriks SPACE.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang tepat untuk diterapkan oleh UD.Tenang berdasarkan perhitungan menggubakan analisis SWOT adalah, UD.Tenang berada pada posisi kuadran I strategi yang tepat adalah dengan menggunakan strategi agresif atau strategi berkembang. Dan strategi pemasaran yang diterapkan oleh UD. Tenang adalah mengutamakan kejujuran, tidak berbuat dzalim, dan keterbukaan.

Kata kunci : Strategi Pemasaran Syariah, Analisis SWOT

ABSTRACT

Thesis entitled "Marketing Strategy with SWOT Analysis to Increase Profit in Trade Business Tenang Binangun Blitar With Sharia Perspective" written by Ika Miratun Nisa', NIM. 1742143120, this thesis Supervised by Agus Eko Sujianto, SE., MM.

This research is based on economic development that is currently increasing, resulting in intense competition between business people, a company must have a good marketing strategy and remain based on sharia guidelines so as not to lose competitiveness with other companies and keep competing healthy. Therefore it is necessary to have a proper analysis of the factors that are owned by the company both internal factors and external factors. The purpose of this study was to determine the SWOT analysis (Strength, Weaknesses, Opportunities, Threats) in determining the marketing strategy to increase profits at UD.Tenang Binangun Blitar, and how the sharia marketing strategy applied by UD.Tenang Binangun Blitar.

This research uses a descriptive qualitative approach with data collection techniques through in-depth interviews with informants. Then using the technique of analyzing the internal and external factors of the company by using the SWOT matrix and SPACE matrix.

The results showed that the right strategy to be implemented by UD. Tenang based on the calculation of using SWOT analysis is, UD. Tenang in the quadrant I position the right strategy is to use aggressive strategies or developing strategies. And the marketing strategy applied by UD. Tenang is prioritizing honesty, not doing wrong, and openness.

Keywords: *Sharia Marketing Strategy, SWOT Analysis*